



Escola de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Economia Política

Contributo para o Mapeamento de Iniciativas de Economia Solidária

Na Área Metropolitana de Lisboa

Marta de Sousa Guerreiro

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de

Mestre em Economia Social e Solidária

Orientador:

Professor Doutor Jordi Estivill

Professor Emérito da Universidade de Barcelona

Setembro 2013

Agradecimentos e dedicatória

Aos meus pais que sempre me deram o exemplo, as ferramentas e ensinaram que a vida é uma luta dialética e que devemos procurar ser felizes.

Aos meus avós, pelo eterno valor da família e do campo.

Ao meu irmão, sempre pronto a ajudar e criar, e a toda a linda família.

Aos colegas e aos professores do Mestrado, excelentes companheiros desta aventura, particularmente ao professor e orientador Jordi Estivill, ao professor José Manuel Henriques, e ao professor Roque Amaro.

Às iniciativas de Economia Solidária mapeadas e seus responsáveis, pela disponibilidade e por empreenderem projetos com valor coletivo, tornando o mundo mais rico.

Aos amigos. Tão bons...

A todos os que tanto dão e me deram, sobretudo em Lisboa, Barcelona, Estónia, Índia, Cidade Sol, Guiné-Bissau, Galiza e Cabo Verde.

A todos agradeço e dedico esta dissertação, e que continuemos unidos por boas causas.

Resumo

Existirão em Lisboa, organizações de Economia Solidária? Que formas adquirem, como se manifestam as suas características, que valores e atividades buscam concretizar? Esta dissertação centra o seu foco nas respostas a estas questões.

«Não há uma Economia Solidária, há várias Economias Solidárias¹». Do ponto de vista académico existem construções teóricas distintas sobre a Economia Solidária, fruto de contextos específicos, e no campo empírico os contextos também são determinantes.

Com o sentido de compreender melhor o fenómeno da Economia Solidária, a presente investigação foi ao encontro de 17 iniciativas na cidade de Lisboa (exceto uma, situada em Setúbal), que atuam em áreas diversas, procurando identificar alguns elementos comuns e singularidades que possam contribuir para desenhar um mapa de um movimento transformador plural de Economias Solidárias na capital de Portugal.

Palavras-chave: Mapeamento, Iniciativas de Economia Solidária, Lisboa, critérios dos empreendimentos de Economia Solidária.

Códigos JEL: A13, I31, J23, J24, L31, P32

¹ Carolina Leão (2013), doutorada em Economia Solidária, entrevista exploratória.

Abstract

Will there exist Solidarity Economy organizations in Lisbon? What forms do they acquire, how do their characteristics manifest, which values and activities do they seek to accomplish? This dissertation has its focus on the answers to those questions.

"There is not a Solidarity Economy, but several Solidarity Economies². From the academic point of view there are different theoretical constructions on the Solidarity Economy, as a result of specific contexts, and empirical field contexts are also determinants.

In order to better understand the phenomenon of Solidarity Economy, the present investigation went to meet 17 initiatives in the city of Lisbon (except one, located in Setúbal) who work in different areas, trying to identify some common elements and singularities that can contribute to draw a map of a transformative and plural movement of Solidarity Economics in Portugal's capital.

Keywords: Mapping, Solidarity Economy Initiatives, Lisbon, Solidarity Economy criteria.

JEL Codes: A13, I31, J23, J24, L31, P32

² Carolina Leão, PhD in Solidarity Economy; Exploratory interview, January 2013.

ÍNDICE

Dedicatória e agradecimentos.....	i
Resumo.....	iii
Abstract.....	iv
Índice de quadros.....	vii
Glossário de Siglas.....	vi
I. INTRODUÇÃO	1
II. CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS	5
III. CONTEXTO DO PROBLEMA DE INVESTIGAÇÃO.....	13
IV. ENQUADRAMENTO TEÓRICO-CONCEPTUAL.....	17
4.1 A Economia Solidária.....	19
4.2 As três versões da Economia Solidária.....	22
4.3 Uma economia anticapitalista.....	25
V. INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA.....	27
5.1 Resumo das características principais do campo de análise.....	29
5.2 Comentários	31
5.3 Caracterização individual das iniciativas do campo de análise.....	32
VI. MODELO DE ANÁLISE DAS INICIATIVAS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA.....	45
6.1 Pluralidade de Princípios Económicos.....	47
6.2 Autonomia Institucional.....	48
6.3 Democratização dos Processos Decisórios.....	49
6.4 Sociabilidade Comunitário- Pública.....	51
6.5 Finalidade Multidimensional.....	54
VII. ANÁLISE DAS INICIATIVAS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA MAPEADAS.....	57
7.1 Critério 1: Pluralidade de Princípios Económicos	59
7.1.1 Apresentação dos dados quantitativos referentes ao modelo de análise.....	59
7.1.2 Observação de outros dados relevantes	61
7.1.3 Identificação de relações entre dados, traços comuns e singularidades das iniciativas.....	61
7.2 Autonomia Institucional.....	64
7.2.1 Apresentação dos dados quantitativos referentes ao modelo de análise.....	64
7.2.2 Observação de outros dados relevantes	66
7.2.3 Identificação de relações entre dados, traços comuns e singularidades das iniciativas.....	66
7.3 Democratização dos Processos Decisórios.....	67
7.3.1 Apresentação dos dados quantitativos referentes ao modelo de análise.....	67
7.3.2 Observação de outros dados relevantes	70

7.3.3 Identificação de relações entre dados, traços comuns e singularidades das iniciativas.....	71
7.4 Sociabilidade Comunitário- Pública.....	72
7.4.1 Apresentação dos dados quantitativos referentes ao modelo de análise....	72
7.4.2 Observação de outros dados relevantes	75
7.4.3 Identificação de relações entre dados, traços comuns e singularidades das iniciativas.....	76
7.5 Finalidade Multidimensional	
7.5.1 Apresentação dos dados quantitativos referentes ao modelo de análise....	79
7.5.2 Observação de outros dados relevantes	80
7.5.3 Identificação de relações entre dados, traços comuns e singularidades das iniciativas	80
7.6 Comentários gerais.....	81
7.6.1 Apresentação dos dados quantitativos referentes aos cinco critérios.....	83
7.6.2 Comparação dos resultados observados com os resultados esperados e interpretação das diferenças.....	83
VIII. CONCLUSÕES	85
BIBLIOGRAFIA	89
ANEXOS	93
A) Ficha de caracterização das IES – MESS 2013	95
B) Ficha de empreendimentos de ES para a base de dados do Grupo ECOSOL	99
C) Fragmento do Formulário para Empreendimentos Económicos Solidários – Governo do Brasil	103
D) Mapa de Lisboa com a localização das IES	105
E) Fichas de caracterização das 17 Iniciativas de Economia Solidária Mapeadas	107
F) Citações das entrevistas efetuadas às IES	177
G) Lista de potenciais iniciativas de Economia Solidária em Lisboa	180

Índice de quadros

Quadro 1- Quadro comparativo da Economia Capitalista e Economia Solidária.....	25
Quadro 2- Dados quantitativos referentes ao critério da Pluralidade de princípios económicos	60
Quadro 3- Dados quantitativos referentes ao critério da Autonomia Institucional.....	65.
Quadro 4- Dados quantitativos referentes ao critério da Democratização dos processos decisórios	68
Quadro 5- Dados quantitativos referentes ao critério da Sociabilidade Comunitário-Pública.....	73
Quadro 6- Dados quantitativos referentes ao critério da Finalidade Multidimensional.....	79
Quadro 7- Dados quantitativos referentes aos cinco critérios.....	82

Glossário de Siglas

CG- Classificação Geral

ES-Economia Solidária

IES- Iniciativas de Economia Solidária

MESS- Mestrado de Economia Social e Solidária

ONGs- Organizações não-governamentais

I. INTRODUÇÃO

*“Temos mais necessidades do que aquelas que encontramos
e tornariam o mundo outro.”*

Eduarda Dionísio, 2013, entrevista IES Casa da Achada

I. INTRODUÇÃO

Tenho memória de uma mudança na minha vida, quando tinha 25 anos. Fui fazer o Serviço Voluntário Europeu para a Estónia, e durante seis meses vivi uma experiência de aprendizagem a vários níveis: intercultural, de desenvolvimento local, ao nível geográfico, pessoal, etc

Regressei a Lisboa, à minha “zona de conforto”, desconfortável, inquieta, “em transformação”, com outro olhar sobre a realidade; tinha experimentado a escassez: de variedade de alimentos, de temperaturas quentes, de afeto das pessoas mais chegadas, de referências pessoais, de horas diárias de luz ou de escuridão, e a escassez a vários níveis, que as pessoas sofrem por terem nascido naquele local. Nunca mais quis deixar de repensar, conscientemente, na “satisfação das nossas necessidades”.

Depois disso trabalhei em bairros vulneráveis no meu país, e vivi em realidades com mais dificuldades do que Portugal a nível de Educação, Saúde, Economia, Políticas Públicas, Esperança média de vida, etc, e o “desconforto” perante o “conforto material” e a centralidade da sua busca na vida das pessoas continuou, e a necessidade de questionar o mundo, as desigualdades, as escolhas, acentuou-se, assim como a necessidade de aprofundar conhecimentos, capacidades e atitudes relacionadas com o desenvolvimento, a solidariedade, o respeito pela Vida e pelo Outro, a interculturalidade (local e global) ... A frequência do mestrado de Economia Social e Solidária, e os objetivos desta dissertação, vêm ao encontro destas preocupações e necessidades.

No início e durante vários meses, a minha investigação partiu da economia solidária para chegar às “formas organizadas de consumo crítico”. Procurei definir e encontrar na prática, iniciativas que através de áreas de atuação diversas, questionassem a sociedade de consumo e propusessem formas de pensar, fazer, estar, alternativas ao sistema dominante, marcado pela busca central do lucro, e alimentado pela criação de necessidades para produzir e vender bens e serviços, e com tantas consequências negativas cada vez mais nefastas.

Apesar de ter mapeado treze iniciativas e ter avançado na delimitação do campo de análise e na reflexão sobre alguns dados recolhidos, estava a encontrar dificuldades no trabalho de conceptualização do conceito de “consumo crítico” e sua análise empírica, e em Dezembro de 2012, durante uma reunião com o orientador, a investigação tomou um novo fôlego, que não sendo um novo rumo, foi uma viragem para uma nova partida.

Assim, com muitas inquietações sobre o papel do consumo na sociedade, no mundo e nas suas várias crises, na vida dos indivíduos, dos grupos, das empresas, do Estado, e sem perder a ideia do poder do consumo, e de um consumo crítico, para transformar e construir formas de vida alternativas, compreendi que o conceito de consumo crítico não era crucial nem facilitador para alcançar os objetivos definidos, cuja pertinência e interesse se mantinham com firmeza.

De facto retirando o “consumo crítico”, ou, melhor dizendo, retirando-lhe a sua centralidade, a investigação não perdeu o seu eixo central: definir teoricamente e encontrar na prática, iniciativas que

através de áreas de atuação diversas, proponham formas de pensar, fazer, estar, alternativas ao sistema dominante (logo, alternativas também, à sociedade de consumo).

Assim, com algum sentimento de perda, por “abandonar” um conceito central, mas tendo em mente que o “consumo crítico” estava implícito no meu objeto de estudo, prossegui a investigação, com uma pergunta de partida reformulada, que passo a enunciar.

A pergunta de partida que orientou esta investigação foi a seguinte: Existem Iniciativas de Economia Solidária na cidade de Lisboa?

Esta investigação teve como objetivo geral aprofundar os conhecimentos teóricos e práticos sobre a economia solidária, e visa dois objetivos específicos, respetivamente:

- Proceder a um mapeamento de organizações que se aproximam ou se afastam da Economia Solidária;
- Compreender as especificidades, matizações, contributos e constrangimentos das iniciativas.

Não podemos deixar de mencionar as limitações com as quais a investigação se deparou, das quais se destacam:

- O constrangimento pessoal derivado da dificuldade de estudar Economia Solidária, sem ter bases teóricas de Economia;
- As informações recolhidas são da responsabilidade das próprias organizações, pelo que não houve uma verificação ou avaliação prática no terreno, condicionando a objetividade e profundidade dos resultados, assim como houve algumas lacunas na disponibilização de informação por parte das iniciativas.

Por último destacamos dois resultados:

- A visibilidade de novas experiências sociais com vantagens e potencialidades a vários níveis;
- A constatação da existência de iniciativas de Economia Solidária em Lisboa.

II. CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

II. CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

Realizar uma dissertação que possibilitasse uma maior conhecimento teórico e prático sobre Economia Solidária, foi como fazer um caminho pelo desconhecido, e ir encontrando uma diversidade de elementos que formavam um conjunto que ora apontava novos caminhos com sentido transformador e solidário, ora se assemelhavam com as características tradicionais de competitividade e da procura do lucro.

Algumas barreiras foram difíceis de ultrapassar, nomeadamente a aquisição de conhecimentos sobre a ciência económica, a compreensão de um conceito específico e tão abrangente como a Economia Solidária, que reclama “ um novo relacionamento entre economia e sociedade”³, como identificar as suas manifestações e capacidades transformadoras, que metodologia utilizar para produzir uma dissertação que articulasse o estudo concetual e a investigação de campo- para referir algumas.

Para melhor compreender a Economia Solidária e sua concretização no contexto português, concretamente na cidade da Grande Lisboa, optou-se por uma investigação que pode ser dividida em seis fases, cada uma correspondendo a uma etapa metodológica complementar⁴:

1. Um estudo teórico da Economia Solidária, através da análise exploratória bibliográfica, que permitiu definir e relacionar os conceitos subjacentes a esta temática;
2. A definição do campo de análise, ou seja, a identificação das iniciativas a mapear;
3. A elaboração de um instrumento de recolha de dados no terreno, designado de *Ficha de Caracterização das Iniciativas de Economia Solidária*, com categorias e indicadores de economia solidária;
4. A aplicação da ficha de caracterização a dezassete experiências de economia solidária na cidade de Lisboa;
5. O tratamento e análise dos dados recolhidos, a partir do modelo de análise elaborado e de algumas referências do quadro teórico sobre Economia Solidária;
6. Identificação de algumas tendências, e formulação de conclusões e pistas para futuras investigações.

Foram realizadas igualmente algumas entrevistas exploratórias com atores considerados mais relevantes para a compreensão da temática (nomeadamente da organização Cidac, Cooperativa Mó de Vida e alguns académicos).

³ França Filho, Genauto Carvalho de (2002), *Terceiro setor, economia social, economia solidária e economia popular: traçando fronteiras conceituais*, Bahia e análise e dados, Salvador SEI/ Governo da Bahia, 12 (1).

⁴ Destacamos a importância da referência bibliográfica do Manual de Investigação em Ciências Sociais de Quivy, C. e L.V.Campenhout, Quivy, para a compreensão e realização deste trabalho de investigação, que tal como é explicado pelos autores, não é linear na ordem em que as etapas se sucedem, e estas influenciam-se mutuamente. Quivy, C. e L.V.Campenhout (2004), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Gradiva.

Passamos agora a explicar cada etapa com mais detalhe, focando a complementaridade entre elas.

2.1. Estudo teórico da Economia Solidária

A leitura de bibliografia sobre a Economia Solidária mostra-nos construções teóricas fruto de contextos específicos⁵, e esta etapa procurou contextualizar a temática da Economia Solidária com referências teóricas específicas, nomeadamente, no que se refere à realidade da América Latina, da Europa (especificamente o caso Francês) e da Macaronésia, definir e relacionar os conceitos subjacentes, e identificar algumas características e elementos para a construção de um instrumento de recolha de dados, que fornecesse indicadores sobre as manifestações de economia solidária no terreno, a terceira etapa metodológica.

Pela maior aproximação à realidade portuguesa, aquela em que a nossa investigação de campo se insere, procedeu-se ao estudo mais aprofundado de alguns autores, nomeadamente Genauto França Filho, Jean-Louis Laville, Rogério Roque Amaro e Rui Namorado, procurando na etapa do tratamento e análise dos dados recolhidos (5^o etapa), estabelecer relações com as construções teóricas destes autores, por exemplo de maior aproximação ou distanciamento.

2.2 A definição do campo de análise

O campo de análise deste trabalho são organizações de economia solidária na área da Grande Lisboa, cuja existência e perfil se procurou verificar, caracterizar e analisar, segundo alguns critérios que passamos a enunciar⁶.

A escolha circunscreveu-se a iniciativas na cidade da grande Lisboa, nomeadamente pela pluralidade de algumas iniciativas que nela se desenvolvem, por motivos de maior facilidade de acesso tendo em conta os limites temporais e económicos, sendo mais viável a realização das visitas de campo, e por motivos de curiosidade, paixão e preocupação em conhecer melhor a cidade onde habito e quero continuar a viver.

Não sendo viável estudar a totalidade das potenciais organizações de economia solidária⁷ nem uma amostra representativa das mesmas, pelos limites acima expostos, optou-se por estudar dezassete iniciativas, através de um inquérito por questionário, designado de ficha de caracterização, e entrevista semi-dirigida, procurando-se que estas reunissem uma diversidade em relação aos

⁵ As referências bibliográficas utilizadas inscrevem-se, nomeadamente, no contexto do Brasil e França.

⁶ Parece-nos redundante voltar a referir a alteração do campo de análise, pelo que aprofundamos apenas o campo de análise definitivo.

⁷ Ao longo deste estudo, as organizações do campo de análise são referidas como Iniciativas de Economia Solidária, o que permite enquadrar o objeto de estudo no quadro concetual em questão e no tema da introdução ao mapeamento deste tipo de organizações, embora o termo mais preciso, de acordo com a hipótese formulada e os resultados encontrados, seria “iniciativas que se aproximem da economia solidária.”

seguintes fatores: tipologia organizativa, ano de fundação, dimensão (relativa ao número de pessoas envolvidas e de atividades) e âmbito de atuação.

Assim, apesar de não serem uma amostra representativa do universo das organizações de economia solidária em Lisboa ou em Portugal, o campo de análise escolhido propõe ser uma introdução a um mapeamento e caracterização de uma diversidade de perfis que podem encontrar correlação com o contexto mais geral da economia solidária na cidade de Lisboa e dar visibilidade a possíveis tendências desta problemática, fornecendo pistas para futuras investigações.

Em relação ao quadro conceitual específico da Economia Solidária, foram adotados os cinco critérios dos empreendimentos de economia solidária estabelecidos por França Filho e Laville⁸, procurando selecionar organizações onde houvesse hipótese ou conhecimento da manifestação de alguns destes grandes traços da economia solidária, facto que a ida para o campo viria a aprofundar. Os cinco critérios, que serão explicados em detalhe no capítulo do desenvolvimento da análise, são a Pluralidade de princípios económicos, Autonomia institucional, Democratização dos processos decisórios, Sociabilidade comunitário-pública, e Finalidade multidimensional.

2.3. Elaboração de um instrumento de observação e recolha de dados

A presente investigação foi conduzida pela procura de respostas à seguinte pergunta de partida: segundo o quadro conceitual da Economia Solidária definido, que tipo de experiências é possível identificar em Portugal, nomeadamente na área da Grande Lisboa?

Assim, pretendemos levar a cabo uma investigação para conhecer algumas organizações no terreno identificadas, a que demos o nome de Iniciativas de Economia Solidária, (ver etapa seguinte), fundamentalmente aplicando junto das mesmas um instrumento de recolha de dados, designado de *Ficha de Caracterização das Iniciativas de Economia Solidária*⁹, que conduziu a uma primeira fase de caracterização, e uma fase seguinte de tratamento e análise dos dados recolhidos segundo critérios estabelecidos.

Para a elaboração desta ficha, foram determinantes os seguintes procedimentos:

- A identificação e inclusão, a partir da leitura bibliográfica, de um conjunto de categorias e elementos da economia solidária, que servem de indicadores da existência de características similares com as concepções de economia solidária;
- A adaptação e utilização de três instrumentos de organizações de referência de contextos variados, tirando partido e indo ao encontro da sua experiência e sistematização, respetivamente, a ficha para cadastro das organizações/ empreendimentos do grupo de Estudos sobre Economia Solidária do

⁸ França Filho, Genauto Carvalho de; Jean-Louis Laville (2004), *Economia Solidária - Uma Abordagem Internacional*, Porto Alegre, Editorial Almedina.

⁹ Anexo A

Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra,¹⁰ o questionário geral do balanço social 2011-2012 da Rede de Consumo Solidário de Catalunha¹¹ e a ficha do Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária do Governo Brasileiro.¹²

- As condições sob as quais a recolha de dados iria ser realizada: não pretendíamos fazer um estudo aprofundado ou uma análise exaustiva de cada organização, mas sim um estudo que permitisse ter em conta a existência de experiências com algumas características de economia solidária, que por questões de viabilidade fosse possível através de encontros com 60 a 90 minutos de duração com os responsáveis das organizações.

O instrumento de observação que resultou deste processo consiste num questionário/ guião de entrevista capaz de recolher as informações necessárias para responder à pergunta de partida, agrupados nas seguintes categorias:

- a) Designação, data de constituição, membros
- b) Dados da organização/ empreendimento
- c) Informações sobre a estrutura organizativa
- d) Satisfação de necessidades
- e) Formas organizativas de consumo crítico
- f) Formas solidárias de colaboração
- g) Dimensão da democracia e igualdade

Esta ficha sofreu pequenas alterações depois de ser testada, para ser mais clara e inequívoca, e melhor corresponder ao universo dos entrevistados, pelo que há pequenas

¹⁰ Anexo B; Este instrumento foi integrado quase totalmente na ficha de caracterização final, tendo sido considerado adequado aos objetivos pretendidos, assim como tendo em vista posteriormente contribuir para o mapeamento nacional da Economia Solidária que este centro pretende levar a cabo, fornecendo os dados das organizações recolhidas no âmbito da dissertação.

O Grupo de Estudos de Economia Solidária do Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra (o ECOSOL/CES) foi criado em 2008, por iniciativa de estudantes de pós-graduação e investigadores, para debater as temáticas do campo da Economia Solidária, com vista “a enriquecer e renovar a teoria que sobre ela se produz”.

¹¹ O instrumento do balanço social tem sido testado, melhorado e validado desde 2006 pela Rede de Economia Solidária da Catalunha (XES), da qual fazem parte 53 entidades e cooperativas de economia social e solidária. No total o balanço é composto por 49 indicadores com a seguinte estrutura: 3 de democracia, 6 de igualdade, 10 de meio ambiente, 17 de compromisso social, 11 de qualidade laboral, 2 de qualidade profissional. É uma ferramenta de autoavaliação com um elevado número de indicadores, que tem uma função operativa, de autoconhecimento, de visibilidade dos impactos positivos e melhoria da ação das organizações. Esta investigação não tem a pretensão de ser tão exaustiva, e para a elaboração da ficha de caracterização foram utilizados apenas 3 indicadores de democracia e 2 indicadores de igualdade.

¹² Incluímos um fragmento deste instrumento no Anexo C. Versão completa em <http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/sies.asp>

diferenças entre algumas delas, mas optou-se por não modificá-la quando, tal como referimos na introdução, redefinimos o campo de análise alterando de “formas organizadas de consumo crítico” para “iniciativas de economia solidária”; como explicámos, a visão de consumo crítico que se tentou encontrar foi baseada no quadro concetual da economia solidária, e apenas a categoria e) *formas organizadas de consumo crítico*, continha aspetos diretamente relacionados ao consumo. Por uma questão de coerência, decidimos aplicar o mesmo questionário a todas as organizações, mesmo depois de o foco da investigação se ter deslocado de Formas Organizadas de Consumo Crítico para Iniciativas de Economia Solidária, embora na fase da análise das informações recolhidas fez-se a opção metodológica de analisar apenas algumas, adotando um modelo de análise mais operacional e adequado.

2.4 A aplicação da ficha de caracterização a dezassete iniciativas de economia solidária na cidade de Lisboa

Tal como referimos anteriormente, o trabalho de campo consistiu na aplicação de um Inquérito por questionário de administração indireta a dezassete iniciativas de economia solidária. Realçamos algumas condições que tornaram este dispositivo mais credível e operacional: o rigor na escolha das organizações, na procura de informações prévia a esta escolha, na preparação dos encontros para a aplicação dos questionários e a atmosfera de confiança e honestidade no momento de aplicação do questionário.

Todos os inquéritos foram realizados com os responsáveis das iniciativas nos seus locais de trabalho. É de realçar que obter resposta e combinar os encontros com os responsáveis das organizações nem sempre foi fácil, e nalguns casos, a investigadora teve que adaptar-se às condições de trabalho, obrigando por vezes a realizar o inquérito nos intervalos de outras atividades e em mais do que uma deslocação.

A aplicação dos inquéritos foi realizada entre o período de Junho de 2012 e Janeiro de 2013 e a gravação de algumas entrevistas encontra-se transcrita em anexo.

Desde este período até à presente data de entrega da dissertação, quatro das iniciativas deixaram de existir¹³, e no desenvolvimento da análise faremos referência a alguns aspetos relacionados.

2.5 O tratamento e análise dos dados recolhidos

Para a realização desta etapa seguiram-se os passos descritos por Quivy e Campenhout¹⁴:

¹³ Em uma das iniciativas alguns dos seus membros envolveram-se na criação de um coletivo numa zona rural (Ensemble Family), duas terminaram por pressão de membros da comunidade (Da Barbuda; pretende reiniciar as suas atividades em moldes diferentes) e diretivas públicas (Horta do Monte; esta iniciativa reformulou-se e já está em atividade), e uma terminou o seu prazo de execução (Contacto Cultural).

- 1.Preparação dos dados: descrever e agregar;
2. Análises das relações entre as variáveis;
- 3.Comparação dos resultados observados com os resultados esperados e interpretação das diferenças.

Estes procedimentos foram sendo alterados em função do modelo de análise escolhido. Numa determinada fase o modelo de análise era composto por 7 dimensões, 13 componentes e 59 indicadores; dado o elevado grau de complexidade de tratamento e análise destes dados, fez-se a opção por um modelo de análise mais adequado à pergunta de partida e exequível face às condições de produção da presente dissertação (referimo-nos nomeadamente às variáveis tempo e competência técnica). Escolhemos assim um modelo de análise baseado em cinco categorias, os cinco critérios de economia solidária estabelecidos por Genauto França Filho e Laville¹⁵ (referidos atrás na terceira etapa), e realizando a partir deles uma tipologia das iniciativas caracterizadas, ou seja, um sistema de classificação que permite estruturar as informações recolhidas, melhor compreender e comparar as iniciativas, e verificar se a hipótese inicial da existência de organizações de economia solidária na grande Lisboa se confirma, e que aproximações e constrangimentos foram encontrados.

¹⁴ Quivy, C. e L.V.Campenhout (2004), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Gradiva.

¹⁵ França Filho, Genauto Carvalho de; Jean-Louis Laville (2004), *Economia Solidária - Uma Abordagem Internacional*, Porto Alegre, Editora da UFRGS.

III. CONTEXTO DO PROBLEMA DE INVESTIGAÇÃO

III. CONTEXTO DO PROBLEMA DE INVESTIGAÇÃO

A ES em Portugal é um fenómeno relativamente novo, que tem ganho cada vez mais visibilidade e reconhecimento no espaço público, quer pelo interesse que tem encontrado por parte de académicos e militantes de outras formas de fazer economia, quer por eventos públicos que lhe são dedicados.

Exemplo disso é o primeiro Encontro Internacional: Finanças solidárias e incubação social e solidária, realizado de 23 a 25 de Setembro 2013 na Universidade Lusófona em Lisboa, o Colóquio Internacional Economia Solidária: Uma Semente de futuro, decorrido na Universidade de Coimbra em 2011, o mestrado em Economia Social e Solidária do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, a Revisa de Economia Solidária do Grupo de Estudos sobre Economia Solidária (ECOSOL/CES) do Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra.

Existem várias hipóteses possíveis sobre a Economia Solidária em Portugal avançadas por teóricos como Rui Namorado ou Pedro Hespanha, mas de facto a mais conhecida e relevante é o caso dos Açores e da ES da Macaronésia, da qual Roque Amaro é o principal impulsionador, e que abordaremos de forma resumida no próximo capítulo.

Existem algumas iniciativas com o intuito de mapear empreendimentos de Economia Solidária ou de outras economias, porém, existe uma lacuna ao nível do conhecimento das múltiplas manifestações existentes na realidade portuguesa, e a presente investigação anseia dar um modesto contributo e eventualmente abrir caminho e incentivar futuros trabalhos a este nível.

Neste âmbito, destacamos o Grupo de Estudos sobre Economia Solidária do Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, que pretende reunir informação atualizada sobre empreendimentos solidários em Portugal (e noutros países), a Rede Convergir¹⁶, que pretende mapear projetos sustentáveis, e a recente publicação de Igor Vinicius Valentim, “Economia Solidária em Portugal: inspirações cartográficas”¹⁷.

Existem iniciativas mais antigas, como a Cooperativa Terrachã, assim como algumas redes de organizações, respetivamente, a ANIMAR- Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local, a Cresaçor - Cooperativa Regional de Economia Solidária, ou a acesa- Associação Centro de Estudos de Economia Solidária do Atlântico,

Ainda numa fase com muito espaço para crescer e se afirmar, a ES em Portugal conta com um leque de investigadores e estruturas formais nacionais e internacionais que podem fomentar a sua afirmação como forma socioeconómica de dar resposta às necessidades e desafios da vida em sociedade.

¹⁶ <http://www.redeconvergir.net>

¹⁷ Valentim, Igor Vinicius Lima (2012), *Economia Solidária em Portugal: inspirações cartográficas*, Editora Mó de Vida.

IV. ENQUADRAMENTO TEÓRICO-CONCEPTUAL

IV. ENQUADRAMENTO TEÓRICO-CONCEPTUAL

4.1 O conceito de Economia Solidária

Iremos fazer uma apresentação resumida de alguns elementos constitutivos do conceito de Economia Solidária, já que não é nosso objetivo aprofundar as várias teorias que lhe são dedicadas e que têm proliferado muito nos últimos anos em vários pontos do mundo.

A Economia Solidária é um conceito amplo usado em vários continentes e engloba uma pluralidade de sentidos e práticas, nos quais a solidariedade é um elemento central.

Fundamentado por oposição ao comportamento económico predominante da Economia de Mercado, dominado pelo interesse individual e a maximização do capital, e que tem provocado custos ambientais, sociais e económicos graves, o termo Economia Solidária foi designado na década de 1990 por cidadãos, consumidores, produtores, que desenvolveram diversas atividades económicas organizadas segundo o princípio da cooperação, autonomia e gestão democrática.¹⁸

As atividades da Economia Solidária assumem uma grande diversidade de manifestações, como coletivos de geração de rendimento, cantinas populares, cooperativas de produção e comercialização, empresas de trabalhadores, redes e clubes de troca, sistemas de comércio justo e de finanças, grupos de produção ecológica, comunidades produtivas autóctones, associações de mulheres, serviços de proximidade etc.

Numa definição preliminar de Economia Solidária, Rogério Roque Amaro¹⁹ identificou-a com “atividades económicas que se referenciam pela procura nuclear de práticas de solidariedade (...), ou seja, em que a lógica de cooperação se sobrepõe à de competição e à procura de lucro.”

Segundo o Dicionário Internacional da Outra Economia (Laville e Gaiger, 2009: 162-168), a primazia da solidariedade sobre o interesse individual e material no seio das organizações, empreendimentos, ou grupos de Economia Solidária, manifesta-se e é promovida de diferentes formas, a saber:

- Socialização dos recursos produtivos e a adoção de critérios igualitários;
- Solidariedade promovida entre os membros, que estabelecem entre si um vínculo social de reciprocidade como fundamento das suas relações de cooperação;
- Solidariedade para com setores sociais com mais necessidades, através da mobilização de desempregados e serviços de atenção a pessoas em desamparo;
- Solidariedade no domínio da saúde, educação e preservação ambiental, através da inserção social e comunitária das atividades de economia solidária;

¹⁸Cattani, A.D e J.-L.Laville, L.I.Gaiger e P.Hespanha (2009), *Dicionário Internacional da Outra Economia*, Coimbra, Edições Almedina.

¹⁹ Amaro, Rogério Roque (2009), “A Economia Solidária da Macaronésia - Um novo conceito”, Revista de Economia Solidária, I.

- Engajamento cidadão em questões de interesse comum, levando à criação de espaços públicos de proximidade e com autonomia em relação aos espaços de poder instituído, sedimentando as bases de um modelo democrático dialógico de participação direta em detrimento de mecanismos do sistema representativo.

No seu livro, *Economia Solidária- Uma abordagem Internacional*, França Filho e Laville²⁰, identificam cinco critérios para definição dos empreendimentos de Economia Solidária. De acordo com os autores, a Economia Solidária caracteriza-se pelos seguintes grandes traços:

1.Pluralidade de princípios económicos

O princípio da reciprocidade (expresso em trabalho voluntário, dom, dádiva etc), o princípio da redistribuição (expresso por acordos com o Estado para prestar serviços de interesse geral) e o princípio do mercado (através de atividades mercantis). Os autores sublinham que “a reciprocidade tem um papel importante e os empreendimentos nos quais o recurso ao mercado ou poderes públicos têm um papel preponderante têm tendência a descaracterizar-se.”²¹

2.Autonomia institucional

“Independência em relação ao controle por parte de outras instituições, sobretudo autonomia na gestão, o que não impede a sua interdependência em relação a outras organizações sob a forma de parcerias ou arranjos interinstitucionais de cooperação que preservem a sua autonomia.”²²

3.Democratização dos processos decisórios

“Existência de mecanismos de decisão interna coletivos ou baseados no ideal de participação democrática; oposição a qualquer heteronomia na gestão do empreendimento, sendo a autogestão a sua modalidade mais específica.”²³

4.Sociabilidade comunitário-pública

“Modo de sociabilidade singular que mistura padrões comunitários de organização e relações sociais com práticas profissionais; tentativa de combinação singular em que se procura: valorização de relações comunitárias e princípio da alteridade.”²⁴

5.Finalidade multidimensional

“Carater heterocentrado: Dimensão económica, social, cultural, ecológica, política, no sentido de projetar-se no espaço público; o económico acaba servindo como um meio para a realização do objetivo do empreendimento que se define prioritariamente, em termos sociais, ambientais ou políticos.”²⁵

Na sua análise sobre os novos fenómenos de Economia Solidária, os autores relacionam a Economia Solidária com:

²⁰ França e Filho, Genauto Carvalho de, JeanLouis Laville (2004), *Economia Solidária: Uma Abordagem Internacional*, Porto Alegre, UFRGS.

²¹ Idem

²² Idem

²³ Idem

²⁴ Idem

²⁵ Idem

- «Uma Economia que tende a reunir diferentes lógicas em interação;
- Uma Solidariedade que ocorre num sentido diferente do tradicional, como ação voluntária das pessoas que se projeta num espaço público;
- Grupos organizados que desenvolvem uma dinâmica comunitária na elaboração das atividades económicas, porém com vistas ao enfrentamento de problemas públicos mais gerais, que podem estar situados no âmbito da educação, cultura, meio ambiente;
- Uma preocupação crescente com o desenvolvimento local;
- Ação não só no mercado, cujo benefício social se restringe ao grupo dos cooperados internos (apropriação coletiva dos ganhos económicos), mas tendência do movimento para valorização de uma dimensão pública da sua ação mediante a ênfase nos impactos da organização na vida local.»²⁶

Esta dimensão pública da ação, o agir no espaço público, confere à Economia Solidária uma dimensão política fundamental, além da económica e social, conforme teorizam Laville e França Filho.

Segundo a sua análise, as atividades de Economia Solidária caracterizam-se como uma forma de ação política, pois ao experimentarem outros valores e lógicas associadas ao trabalho económico, que não a competição e a maximização do lucro, supõem uma mudança ou transformação institucional, que se faz num processo quotidiano, e que concebe o trabalho económico acima de tudo como uma construção coletiva democrática.

É importante sublinhar que esta busca de uma lógica solidária de cooperação e autonomia, este processo quotidiano de construção coletiva democrática, é uma busca de equilíbrio entre lógicas distintas, “necessariamente frágil e muito difícil”²⁷. Segundo França Filho e Laville, é uma tensão, que constitui intrinsecamente este fenómeno, “uma disputa entre três economias (mercantil, não mercantil, não monetária) e duas lógicas (instrumental e solidária ou substantiva) ou ainda entre diferentes tipos de racionalidades da dinâmica organizacional.”

É neste sentido que a Economia Solidária se caracteriza por um projeto multidimensional e por ser uma economia plural, “híbrida”, que pode incluir recursos económicos com base em diferentes princípios, conforme já foi referido anteriormente, por oposição e como alternativa a uma visão e prática que reduz a economia unicamente ao mercado.

Na prática, descodificam os mesmos autores, “não somente as economias de mercado não são apenas mercantis, como também a sua própria prosperidade repousa sobre os polos não-mercantis- especialmente sobre todas as infraestruturas financiadas pelos poderes públicos- e não monetário (também chamado polo recíproco), isto é, sobre as relações familiares, de vizinhança, associativas, etc que contribuem de modo central com o processo de socialização dos indivíduos.”

Na ciência económica ortodoxa, para a qual a obra *A Riqueza das Nações*, de Adam Smith é fundamental, o recurso ao mercado é apresentado como “a realização final de um processo que

²⁶ Idem

²⁷ Idem

otimiza o destino e a repartição dos recursos. As incontáveis operações e transferências e de escolhas constitutivas da vida social seriam asseguradas, maioritariamente pelos mecanismos de mercado e repousariam (...) sobre a “propensão a trocar bens por bens, bens contra serviços, coisa contra outra coisa.” Esta perspetiva naturaliza o mercado, elegendo-o como mecanismo autorregulador que ancora as relações interindividuais baseadas na esfera dos interesses.

É esta relação entre Economia, Política e Social, que a Economia Solidária coloca no centro das suas práticas e reflexões, e para a qual obra de Karl Polanyi (nascido em 1886 em Viena, professor de História da Economia Geral formado em filosofia e direito, em especial) “A grande transformação”, é considerada uma referência por França Filho e Lavelle: “Karl Polanyi sustenta que a grande transformação que conhecem as economias ocidentais nos anos 30 reside na reinterligação da economia com o social, pela via da regulação da produção e da circulação de riquezas operada pelo estado providência, hoje em crise. A “grande transformação” introduzida pela modernidade reside muito mais no processo de autonomização do mercado em relação aos demais princípios do comportamento económico, como a domesticidade, a redistribuição e a reciprocidade. Esta rutura produzida pela modernidade é acompanhada de um “desencantamento do mundo”, de uma objetificação das relações sociais, ou ainda de uma despersonalização das relações económicas, que o fenómeno da economia solidária visa justamente tornar mais humanas.”

As teorias sobre Economia Solidária estão pois em permanente construção, procurando dar visibilidade a outras formas de desenvolver atividades económicas, fortemente ligadas ao seu contexto social. Vários autores têm investigado e escrito sobre iniciativas de Economia Solidária em várias partes do mundo, identificando traços comuns, mas configurando e interpretando experiências muito diversificadas segundo contextos muito diferentes, mas dos quais se têm destacado três versões, que passamos a descrever brevemente.

4.2 As três versões da Economia Solidária

Segundo Rogério Roque Amaro²⁸, podem identificar-se três versões “principais” da Economia Solidária, às quais alguns autores estão mais associados, respetivamente: A “versão francófona” (Bernard Ême, Dominique Demooustier, Jacques Defourny, Jean-Louis Lavelle, Louis Favreau; ou sem ser em língua francesa ou sem escrever explicitamente sobre “Economia Solidária”, Jordi Estivill, Roger Spear e Viktor Pestoff), a “versão ibero-americana” (António Cattani, Armando Lisboa, Genauto França Filho, Heloísa Primavera, Paul Singer) e a “versão da Macaronésia” (Rogério Roque Amaro e Francisco Madelino).

No que respeita à versão francófona da Economia Solidária, Bernard Ême e Jean-Louis Lavelle definem-na como o “conjunto das atividades económicas sujeitas à vontade de uma ação democrática em que as relações sociais de solidariedade têm o primado em relação ao interesse

²⁸ Amaro, Rogério Roque, (2009), “A Economia Solidária da Macaronésia - Um novo conceito”, Revista de Economia Solidária, I .

individual e ao lucro material; contribui assim para a democratização da economia, a partir de envolvimento de cidadania.”²⁹

Segundo esta perspectiva, a Economia Solidária integra um projeto político forte, relacionado com a necessidade fundamental de uma revitalização da democracia participativa, a partir do princípio da gestão democrática, “a partir de uma visão quotidiana e do funcionamento das instituições”, do envolvimento da cidadania e da existência de “espaços públicos autónomos, distintos (mas complementares) dos espaços públicos instituídos que são regulados pelo poder e que tentam impor as suas normas aos projetos de economia solidária.”³⁰

A versão ibero-americana da Economia Solidária encontra-se mais ligada “às práticas sociais, culturais e políticas, enraizadas nas lutas dos povos da América Ibérica pela sobrevivência e pela emancipação” e segundo Paul Singer³¹, as suas organizações (os produtores, consumidores, aforradores etc) distinguem-se por duas especificidades: 1. “a promoção de uma solidariedade entre os diferentes atores, pela prática da autogestão”; 2. “a prática de uma solidariedade com os trabalhadores em geral e em particular com os mais desfavorecidos”. O princípio da autogestão significa que “uma igualdade perfeita de direitos entre os membros deve reinar no seio das organizações de economia solidária”, devendo os direitos de propriedade “ser repartidos de maneira igualitária entre todos os associados.

O princípio da solidariedade para com os mais desfavorecidos significa que os “promotores da economia solidária devem tentar organizar cooperativas constituídas por desempregados e por pessoas em situação ou em risco de pobreza ou exclusão, uma vez que a economia solidária que ressurge no século XX “é uma resposta ao estrangulamento da economia e à liberalização dos movimentos de capitais, que provocam por todo o lado o desemprego em massa, as falências em cadeia, a marginalização dos desempregados de longa duração e daqueles que sabem que não têm a possibilidade de reencontrar um emprego por causa da sua idade, da sua falta de qualificação ou experiência profissional, da sua pertença étnica, do seu sexo, etc.”³²

Segundo R. Roque Amaro³³, os países ibero-americanos, o conceito e as práticas de Economia Solidária apresentam uma multiplicidade de manifestações muito rica. Podem englobar “movimentos de resistência dos trabalhadores e das suas organizações sindicais”, os novos movimentos sociais como nos circuitos de comércio justo (nascido nos anos 70 nos Andes), os

²⁹ Idem

³⁰ Idem

³¹ Citado por R. Roque Amaro (2009), “*A Economia Solidária da Macaronésia - Um novo conceito*”, Revista de Economia Solidária, I.

³² Paul Singer citado por R. Roque Amaro (2009), “*A Economia Solidária da Macaronésia - Um novo conceito*”, Revista de Economia Solidária, I.

³³ Amaro, Rogério Roque (2009), “*A Economia Solidária da Macaronésia - Um novo conceito*”, Revista de Economia Solidária, I.

sistemas locais de troca, grupos e atividades de camponeses sem terra, experiências de orçamento participativo, atividades económicas de sobrevivência da iniciativa dos mais pobres e excluídos socialmente, segundo uma lógica de entreatajuda de base comunitária e popular, muitas vezes no seio dos grupos familiares alargados ou entre vizinhos, ou ainda atividades económicas de sobrevivência dos grupos mais desfavorecidos de base comunitária e solidária com influência doutrinária e prática de várias igrejas (por exemplo a Teologia da Libertação, Leonardo Boff e Carlos Masters).

Por último, a Versão da Macaronésia da Economia Solidária teve origem na Região Autónoma dos Açores nos finais dos anos 80, no início relacionado com o desafio e necessidade de dar resposta a problemas de pobreza e exclusão social específicos daquele contexto e aproveitar oportunidades surgidas na época, que se prenderam sobretudo com programas de apoio da União Europeia; mais tarde este processo alargou-se às Canárias, Madeira, Cabo Verde e a várias áreas de intervenção como a cultura e a proteção e valorização do ambiente.

A formulação da versão da Macaronésia foi apresentada em 2004 por Rogério Roque Amaro e Francisco Madelino (Contributos para um conceito, Funchal, edição no âmbito do projeto CORES, da iniciativa comunitária INTERREG-III B), e tem evoluído para a definição de “uma Economia que reencontra a Vida nas suas várias dimensões, promovendo uma lógica de solidariedade sistémica com a Vida em todas as suas expressões (seres humanos, outros seres vivos e componentes abióticos) e tomando em consideração, de forma integrada, as perspetivas económicas, sociais, culturais, ambientais, territoriais, científicas e políticas em que ela se traduz.”³⁴

Em síntese, afirma o primeiro autor³⁵,

A Economia Solidária da Macaronésia assenta na prossecução de um princípio de solidariedade, como matriz nuclear da sua identidade (face à Economia dominante), mas entendida de uma forma sistémica, ou seja, implicando sete dimensões: Uma solidariedade económica, entre os três princípios económicos mencionados; Uma solidariedade social, abrangendo todos os seres humanos, numa perspetiva de igualdade de oportunidades e de promoção dos Direitos Humanos, privilegiando os mais desfavorecidos; Uma solidariedade cultural, no sentido da valorização da diversidade cultural e do diálogo intercultural, com particular atenção às culturas marginalizadas ou em risco de extinção por via da globalização; Uma solidariedade ambiental, contemplando todos os seres vivos (animais e plantas) e ainda elementos abióticos da Natureza (rochas, sedimentos e outros materiais inertes), e não apenas os seres humanos, o que integra uma visão biológica e geológica de solidariedade, para além da social, pressupondo uma nova abordagem ecológica desse princípio; Uma abordagem territorial, de base comunitária, tendo o conceito de Desenvolvimento Local como referência; Uma solidariedade científica entre a Teoria e a Prática, a Investigação e a Ação, os Investigadores e os Atores do terreno, implicando uma epistemologia do conhecimentos que conjuga a via indutiva (da prática para a teoria) com a via dedutiva (da teoria para a prática); Uma solidariedade política entre os seus atores internos (segundo o princípio da gestão democrática), mas também entre parceiros

³⁴ Idem

³⁵ Idem

corresponsáveis pela resolução dos problemas do Mundo do século XXI, ou seja, a sociedade civil, o Estado e as empresas, para além dos organismos internacionais.”

As práticas e as teorias sobre Economia Solidária estão em permanente construção, e procuram dar visibilidade a outras formas de desenvolver atividades económicas, fortemente ligadas ao seu contexto social, e com base nos valores da solidariedade, cooperação, autonomia, gestão democrática. A implementação de novas formas de organização do pensamento e da ação como base nestes valores não se faz de forma fácil. Tomemos a observação de Igor Vinicius Lima Valentim³⁶: “Quando vivemos as rotinas da Economia Solidária e olhamos para a efetuação quotidiana desses valores, o dia-a-dia é sinónimo de tensão e eles podem em muitos casos ser mais bem compreendidos como alvos de uma busca, de uma luta diária, do que como valores-base dados, continuamente visíveis.”

4.3 Uma economia anticapitalista

A Economia Solidária é imbuída numa teoria crítica anticapitalista e numa vivência de práticas alternativas a essa forma de organização da economia e da sociedade.

Nesse sentido, o enquadramento teórico-conceptual desta investigação faz uso do seguinte quadro resumo comparativo destes dois sistemas socioeconómicos, que julgamos integrar várias ideias e desafios que vão ser desenvolvidos no modelo de análise no desenvolvimento da análise das iniciativas mapeadas.

Quadro 1: Comparação entre a Economia Capitalista e a Economia Solidária³⁷

	ECONOMIA CAPITALISTA	ECONOMIA SOLIDÁRIA
Objetivos	Maximizar os lucros	Satisfazer as necessidades básicas
Elemento fundamental	Capital	Trabalho, a cooperação
Rege-se por	Custo mínimo, Máximo benefício	Salário digno, preço justo
Organização	Hierárquica	Democrática
Relações	Competência	Cooperação
Utilidade	Para poucos	Para todos
Gera	Exclusão	Inclusão
Indicadores	Índices macroeconómicos, monetarização da economia	Aspetos culturais, sociais, ecológicos, éticos, espirituais

³⁶ Igor Vinicius Lima Valentim (2009), “Confiança, economia solidária no Brasil e a construção de novos mundos”, Revista de Economia Solidária, I.

³⁷ AAUU, In Tesina Mapeig d’alternatives d’economia solidaria , Barcelona, 2012.

Fomenta	o individualismo, ganância do lucro	Igualdade, justiça
Fundamentos básicos	Produção de mercadorias	Articulação de relações interpessoais e intergrupais no marco e respeito das diversidades culturais
Objetivo central	Procura de ganhos	Satisfação das necessidades fundamentais dos indivíduos e grupos; desenvolvimento integral das pessoas
Equilíbrio do sistema	Funcionamento do mercado através da competição	Cooperação conciliadora
Determinação dos preços	Lei da oferta e da procura	Conformação dos circuitos económicos solidários baseados em intercâmbios equitativos e justos
Determinação dos salários	Lei da oferta e da procura	Como os associados são os trabalhadores e proprietários, os seus salários dependem do seu desempenho
Distribuição de excedentes	Em função do capital	Em proporção ao trabalho realizado
Organização do trabalho e do processo económico	Divisão de funções por especialização, atividades separadas e parceladas	Socialização dos conhecimentos, saberes, criatividade e multiatividade
Crescimento da empresa/ organização	Aumento da produtividade por mudanças nos processos tecnológicos	Identificação com a organização e os seus objetivos; presença de uma forte liderança coletiva; sentido de união e integração, confiança e respeito recíprocos, participação democrática, boa comunicação e informação; realização pessoal e laboral, capacitação e vontade de superação, autovalorização e auto-estima
Desenvolvimento social	Expressa-se em termos de bem estar material	Está centrado nas pessoas e nas suas capacidades e há um forte fator de comunidade

VI. INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA

“Quando vivemos as rotinas da Economia Solidária e olhamos para a efetuação quotidiana desses valores, o dia-a-dia é sinónimo de tensão e eles podem em muitos casos ser mais bem compreendidos como alvos de uma busca, de uma luta diária, do que como valores-base dados, continuamente visíveis.”

Igor Vinicius Lima Valentim³⁸

³⁸ Igor Vinicius Lima Valentim (2009), *“Confiança, economia solidária no Brasil e a construção de novos mundos”*, Revista de Economia Solidária, I.

VI. INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA

6.1 Resumo das características principais do campo de análise

Como já foi referido, o campo de análise selecionado é constituído por dezassete iniciativas situadas em Lisboa³⁹, que apresentam uma diversidade em relação à tipologia organizativa, ano de fundação, dimensão (relativa ao número de pessoas envolvidas e volume de trabalho) e âmbito de atuação, e tendo sido aplicada pessoalmente, a cada uma delas, uma ficha de caracterização.

Apresentamos um quadro resumo das principais características do mapeamento, que permite efetuar um retrato geral do campo de análise investigado.

- Total de iniciativas mapeadas: 17
- Tipologia:
 1. Organizações Não-governamentais: 5⁴⁰
 2. Associações culturais: 8
 3. Grupos informais: 3
 4. Empresa individual: 1
 - Longevidade:
 1. Com mais de 31 anos: 1⁴¹
 2. Entre 20 e 30 anos: 1⁴²
 3. Entre 16 e 20 anos: 2⁴³
 4. Entre 11 e 15: 4⁴⁴
 5. Entre 5 e 10 anos: 2⁴⁵
 6. Com menos de 5 anos: 7⁴⁶

³⁹ Foi decidido incluir uma iniciativa que pertence ao distrito de Setúbal, escolha que justificamos adiante. Como já referimos, desde o início da investigação de campo, em Junho de 2012, até ao presente, finalizaram quatro iniciativas, respetivamente: Barbuda, Family Ensemble, Horta do Monte e Contacto Cultural. Sobre este aspeto falaremos na descrição de cada uma das iniciativas, explicando brevemente os contornos do seu fecho.

⁴⁰ Duas das ONGs têm lojas de comércio justo e uma é cooperativa de consumo.

Duas iniciativas mapeadas, nomeadamente o Contacto Cultural e o Banco do Tempo, formalmente correspondem a projetos de ONGs, respetivamente da ONG Solim e da ONG Graal, incluídos por isso nesta tipologia, mas ao longo da dissertação vamos designar as iniciativas pelo nome dos projetos correspondentes mapeados.

⁴¹ Cidac

⁴² c.e.m.

⁴³ Gaia, Associação Agostinho da Silva.

⁴⁴ Cooperativa Mó de vida, Associação Idade dos Sabores, Banco do Tempo, Associação Solidariedade Imigrante.

⁴⁵ Bacalhoeiro e Contacto Cultural; este último terminou.

- Número de Membros⁴⁷
 1. Até 21: 6⁴⁸
 2. Entre 21 e 61: 4⁴⁹
 3. Entre 62 e 100: 2⁵⁰
 4. Entre 101 e 2000: 2⁵¹
 5. Entre 2001 e 22500: 3⁵²
 - Número de assalariados
 1. Total: 81⁵³
 2. Com 16 assalariados: 1
 3. Entre 4 e 8 assalariados: 8
 4. Entre 1 e 3 assalariados: 5
 5. Iniciativas sem assalariados: 3⁵⁴
 - Beneficiários⁵⁵:
 1. Até 8: 1⁵⁶
 2. De 9 a 100: 3⁵⁷
 3. De 101 a 500: 7⁵⁸
 4. De 501 a 5200: 4⁵⁹
 5. 22500: 1⁶⁰
 6. 300.000: 1⁶¹

⁴⁶ Buala, Casa da Achada, Produtoras Prove, Mob, da Barbuda, Horta do Monte, Family Ensemble; as últimas 3 iniciativas fecharam entretanto.

⁴⁷ Foram considerados membros os elementos da equipa de trabalho, os membros fundadores, e os membros da associação, ou seja, os sócios.

⁴⁸ Da Barbuda, Family Ensemble, c.e.m., Contacto Cultural, Buala, Prove.

⁴⁹ Cidac, Mó de Vida, Horta do Monte, Casa da Achada.

⁵⁰ Centro de Artes Culinárias, Associação Agostinho da Silva.

⁵¹ Gaia, Banco do Tempo.

⁵² Mob, Solidariedade Imigrante e Bacalhoeiro.

⁵³ Alguns assalariados estão em part-time; quatro das iniciativas já terminaram.

⁵⁴ Duas das iniciativas pertencem à Economia Não Monetária (A Horta do Monte e o Banco do Tempo).

⁵⁵ Refere-se ao número aproximado de pessoas que, por ano, beneficiam das atividades da iniciativa. No caso das associações, o número fornecido é equivalente ao número de sócios, ou no caso da iniciativa BUALA, corresponde ao número de visitas no site.

⁵⁶ Ensemble Family.

⁵⁷ A Barbuda, produtores PROVE e Associação Agostinho da Silva.

⁵⁸ Cidac, Mó de Vida, Horta do Monte, c.e.m., Centro das Artes Culinárias, Contacto Cultural e Casa da Achada.

⁵⁹ Gaia, Banco do Tempo, Mob e Bacalhoeiro.

⁶⁰ Solidariedade Imigrante.

- Âmbito Territorial:
 1. Internacional e Nacional: 5
 2. Nacional: 2
 3. Regional: 3
 4. Locais: 7⁶²
- Principal área de atuação:
 1. Cultural: 7⁶³
 2. Política: 3⁶⁴
 3. Solidariedade: 2⁶⁵
 4. Intervenção comunitária: 2⁶⁶
 5. Ambiental: 2⁶⁷
 6. Cooperação para o desenvolvimento: 1⁶⁸
 7. Agricultura: 1⁶⁹
 8. Dimensão económica forte: 3⁷⁰

No quadro 6, enumeramos as dimensões principais de cada iniciativa.

6.2 Comentários

Esta é uma primeira aproximação quantitativa às IES em Lisboa. Estes dados permitem-nos fazer uma primeira caracterização quantitativa da amostra que suscita os seguintes comentários:

⁶¹ Buala.

⁶² Uma é também nacional e internacional (c.e.m.), uma é também de âmbito regional (Casa da Achada).

⁶³ Barbuda, c.e.m., Buala, Casa da Achada, Mob, Bacalhoeiro, Associação Agostinho da Silva. Em cinco das iniciativas os objetivos culturais estão associados a objetivos políticos (exceto Bacalhoeiro e Associação Agostinho da Silva). O Mob, como fusão entre duas iniciativas, uma especificamente cultural e outra abertamente política, foi incluído duplamente na dimensão principal da cultura e educação.

⁶⁴ Como se procurou explicar no quadro teórico, a multiplicidades de atividades que podem inscrever-se no vasto campo da Economia Solidária, têm uma dimensão política inerente, na medida em que se projetam no espaço público numa perspetiva de utilidade social. Considerámos aqui aquelas iniciativas cuja dimensão política é expressamente a área principal de atuação, respetivamente Mó de Vida, Mob e Solim;

⁶⁵ Ensemble Family e Banco do Tempo.

⁶⁶ Contacto Cultural e Casa da Achada.

⁶⁷ Horta do Monte e Gaia.

⁶⁸ Cidac.

⁶⁹ Produtores PROVE

⁷⁰ Centro das Artes Culinárias, Prove, Bacalhoeiro.

Estamos perante uma amostra de formas organizativas diversas, cuja categoria mais frequente é a forma associativa. Três da IES são informais, apresentando mais dificuldade na sua análise.

Uma delas sobressai porque é mais antiga⁷¹, mas uma grande parte insere-se num movimento recente, já que 7 das 17 IES foram fundadas há menos de 5 anos.

Em geral possuem uma dimensão pequena, mas constituem-se como formas de empregabilidade com influência em grupos de beneficiários. A quantificação do número de beneficiários é uma das dificuldades apresentadas por algumas iniciativas, e que está relacionada com a avaliação de resultados e desempenho das organizações. Rui Namorado⁷² considera que este é um dos pressupostos para a expansão da Economia Solidária. Por exemplo, mais especificamente na área da Educação para o Desenvolvimento, é um desafio encontrar indicadores capazes de medir as atividades de sensibilização da opinião pública. Outros autores, entre os quais Rogério Roque Amaro, focam aqui uma diferença e um grande desafio entre a economia capitalista, que recorre a indicadores de crescimento económico e índices monetários para avaliar o seu desempenho, centrado na maximização de lucros, e a economia solidária, que integra objetivos e impactos multidimensionais, entre os quais culturais, sociais, ecológicos, éticos, espirituais, e que são mais difíceis de medir.

A área de atuação principal das IES mapeadas mais representada é a cultural, com uma dimensão política inerente, e que se projeta no espaço público com uma multiplicidade de atividades com utilidade social que podem inscrever-se no vasto campo da Economia Solidária.

6.3 Caracterização individual das iniciativas do campo de análise

De seguida apresentamos cada uma das iniciativas, fazendo uma breve descrição com base nos seguintes dados recolhidos⁷³:

- Nome
- Tipologia de organização
- Data de criação
- Número de pessoas envolvidas⁷⁴

⁷¹ Cidac, 31 anos

⁷² Namorado, Rui (2009), *Para uma economia solidária- a partir do caso português*, Revista Crítica de Ciências Sociais, 84.

⁷³ Salientamos que nem todas as organizações forneceram o conjunto das informações solicitadas, nomeadamente sobre o número de usuários/ beneficiários envolvidos ou a percentagem do orçamento que cada financiador ocupa. No entanto referimos essas informações nos casos em que ela foi facultada, pois apesar de insuficiente, consideramos que é relevante para o estudo em questão.

- Âmbito territorial
- Objetivos
- Áreas de atuação
- Principais atividades
- Parcerias/ financiadores
- Valores⁷⁵

1) CIDAC

O CIDAC, Centro de Intervenção e Documentação Amílcar Cabral, foi criado em 1974. Além de ser uma Organização Não Governamental para o Desenvolvimento (ONGD) nacional e internacional (atua na Guiné-Bissau e Timor-Leste), o CIDAC tem também aberto ao público uma loja de Comércio Justo, um centro de documentação especializado nos Países de Língua Oficial Portuguesa, e uma vez por semana serve de espaço de entrega de cabazes agrícolas de duas pequenas produtoras, através do Programa público Prove.

CIDAC tem centrado a sua intervenção nas seguintes áreas:

- Cooperação para o Desenvolvimento e Comércio e Desenvolvimento: nomeadamente através do Apoio e valorização das produções locais na Guiné-Bissau⁷⁶ e Timor Leste⁷⁷, através da sua loja de Comércio Justo em Lisboa, com produtos internacionais e nacionais, e participando em redes que defendem um Comércio Justo assente na Economia Social e Solidária e na defesa da Soberania Alimentar;
- Educação para o Desenvolvimento: através de várias atividades de sensibilização e formação para o consumo responsável e para o comércio justo em escolas, seminários públicos, publicações, etc;
- Migrações e Desenvolvimento: numa perspetiva de Educação para o Desenvolvimento, sensibilizando vários públicos para o potencial positivo das migrações, assim como através de um trabalho de reforço da capacidade de intervenção das associações de migrantes.

É uma associação sem fins lucrativos com 5 assalariados, que envolve largas centenas de pessoas nas suas atividades, e que defende os valores da solidariedade entre os povos, produção coletiva, diálogo, reconhecimento mútuo, igualdade e cidadania.

⁷⁴ Assalariados, voluntários, membros, usuários.

⁷⁵ Na ficha de caracterização correspondem às informações das alíneas *a) Designação, data de constituição, membros* e *c) Informações sobre a estrutura organizativa*. Estes dados formam um conjunto de indicadores quantitativos que forneceram informações sobretudo acerca de dois dos cinco critérios do modelo de análise, nomeadamente o critério 1-Pluralidade de princípios económicos, e o critério 5- Finalidade multidimensional.

⁷⁶ Sobretudo de artesanato e produtos alimentares.

⁷⁷ Através da criação de várias atividades geradoras de rendimento e do turismo ético e solidário

O CIDAC desenvolve parcerias com várias organizações nacionais e internacionais⁷⁸, e entre os seus principais financiadores contam-se o Instituto Camões, a Comissão Europeia, a Câmara Municipal de Lisboa e a Fundação Calouste Gulbenkian.

2) Mó de Vida

A Mó de Vida é uma Cooperativa de Consumo criada em Fevereiro de 2002, que tem o estatuto de ONGD⁷⁹, e tem uma loja de Comércio Justo⁸⁰ aberta ao público.

Procura “contribuir para a criação de uma consciência crítica ao modelo de desenvolvimento vigente”, e as suas atividades desenvolvem-se sobretudo nas áreas do Comércio Justo (através da loja e do serviço “pausas justas”⁸¹), do Cooperativismo (através dos seus valores, de relações solidárias e da intercooperação na sua atuação), da Educação não formal (promovendo o consumo responsável), a promoção sociocultural e o desenvolvimento local (através da realização de atividades de Economia Solidária no seu espaço e de atividades de Turismo Ético e Responsável).

É uma cooperativa com 61 sócios e dois trabalhadores assalariados que atua principalmente na região de Lisboa e Setúbal, mas tem parcerias e projetos com organizações internacionais, sendo o número de pessoas envolvidas nas suas atividades muito variável.

Esta organização rege-se pelos valores de base das cooperativas de interajuda, responsabilidade, democracia, igualdade, equidade e solidariedade, e além das atividades de autofinanciamento conta com o apoio da Cooperativa de Consumo Pluricoop (na cedência do espaço) e da Câmara Municipal de Almada, entre outros apoios no âmbito de projetos específicos.⁸²

⁷⁸ Nomeadamente a ONG Mó de Vida em Portugal, a ONG timorense Tutuala e a Associação de tecelões da Guiné-Bissau Artissal.

⁷⁹ Organização Não Governamental para o Desenvolvimento.

⁸⁰ A Mó de Vida está localizada no distrito de Setúbal. Decidimos incluir esta organização no presente estudo, pois esta organização também desenvolve atividades em Lisboa e possui características específicas pertinentes para ir ao encontro dos objetivos de investigação propostos.

⁸¹ Um serviço de “coffee break” com os produtos do comércio justo.

⁸² O projeto Mó de Vida foi aprovado e financiado pelo antigo Instituto António Sérgio do Sector Cooperativo, atual Cooperativa António Sérgio para a Economia Social e pelo Instituto do Emprego e Formação Profissional, no âmbito do Programa de Apoio ao Desenvolvimento Cooperativo. Atualmente cerca de 45% do financiamento à cooperativa procede das vendas (produtos e serviços), 5% de entrada de novos/as cooperadores (títulos de capital) e doações, e os restantes 50% de projetos nacionais e europeus, como o Serviço Voluntário Europeu (da União Europeia), a Rede Ibérica Espaço por um Comércio Justo, e as parcerias com as organizações internacionais Liga do Mundo (Itália), So de Paz (Espanha) e Taddart (França). Apesar da sede da Mó de Vida estar localizada em Setúbal, a organização realiza atividades em Lisboa e noutros pontos do país, e tem uma ideologia de Cooperativismo e Economia Solidária (próxima da versão ibero-americana) que a tornou incontornável para incluir no campo de análise de IES.

3) A Barbuda

O espaço Da Barbuda foi criado como grupo informal no início de 2010 por 21 pessoas, com o objetivo de ser um espaço de debate livre, de cultura, de liberdade criativa e de promoção da autogestão, nomeadamente nas áreas da música, vídeo e intervenção.

O espaço era palco para a realização de atividades variadas com um caráter aberto e de entrada livre, entre as quais feiras de trocas, cinemateca, intervenção no espaço público, oficina de carpintaria e marcenaria, acupuntura, shiatsu, yoga, costura, concertos, cantina popular, lançamento de livros e residências artísticas; o espaço era também usado por dez coletivos da grande Lisboa, alguns dos quais tinham aí a sua sede.

Este coletivo defende os valores da autogestão, autonomia, paridade e horizontalidade, e não contava com apoios financeiros, contando com parceiros para autogestão e partilha de material, e mantendo parcerias diversas com outros coletivos.

Em Setembro de 2012 o espaço fechou, sobretudo devido a problemas com um grupo de moradores⁸³, e o coletivo está à procura de um novo espaço, maior, para continuar a desenvolver as suas atividades.

4) Family Ensemble Costa Lambertti-Carcedo Fernandes

O Family Ensemble é um grupo informal constituído em Fevereiro de 2008 por oito elementos (quatro adultos e quatro crianças), com o objetivo de viver uma sociabilidade alargada e com uma lógica solidária no dia-a-dia.

Realizaram várias atividades auto-financiadas mas sobretudo não monetárias, nomeadamente: gestão partilhada dos recursos (carro, roupa de bebé, habitação, eletricidade, gás, cuidados parentais), partilha de informações sobre atividades infantis e serviços, questionamento crítico sobre o acesso à educação, saúde e serviços de infância, encontros semanais com crianças e compras conjuntas numa cooperativa.

Os valores do grupo dizem respeito a vivências comunitárias solidárias, auto-organização e multifuncionalidade.

Este grupo parou as suas atividades em Dezembro de 2012, pois os seus membros foram residir em cidades diferentes, sendo que quatro dos elementos estão num processo de criação de uma cooperativa de consumo em Palmela, com outras duas pessoas, já com espaço próprio.

5) Horta do Monte

⁸³ Segundo informações disponibilizadas em <http://dabarbuda.blogspot.pt/>, um grupo organizado da comunidade entrou em colisão com o caráter livre e alternativo do espaço, e através de ameaças físicas e verbais forçou-o a fechar.

A Horta do Monte era um grupo informal criado em 2008, aberto a todos os que queriam realizar atividades agrícolas e outras, numa horta urbana no centro de Lisboa⁸⁴, que em Julho de 2013 ficou sem este espaço, que foi demolido e está em construção um jardim público e talhões individuais. Esta iniciativa renovou-se, e agora designa-se Horta do Mundo Cultivamos Pessoas. Passou a realizar as suas atividades em diversos lugares e a finalidade do projeto mantém-se. Descrevemos a forma organizacional anterior.

A horta tem um funcionamento regular, em que os voluntários realizam cuidados de manutenção três vezes por semana, e existem atividades pontuais como oficinas, espaço de convívio, festas para angariação de fundos, “trocas do monte/mercadinho”, cozinha comunitária, construção de fornos solares, yoga, entre outras, promovendo estilos de vida mais saudáveis e sustentáveis.

A produção orgânica (sem químicos) de produtos frescos locais, segundo os princípios da Permacultura⁸⁵, é um objetivo deste projeto, mas a construção de um espaço verde, coletivo⁸⁶, que possibilita a criação e o fortalecimento de laços intergeracionais e a partilha e a transmissão de conhecimentos entre todos, é uma prioridade.

A Horta tem cerca de 12 a 15 pessoas que fazem atividades semanalmente, e cerca de 300 anualmente⁸⁷, todas de forma voluntária, e desenvolve relações de vizinhança, interação social e é utilizada por muitas pessoas da comunidade local, entre as quais desempregados, idosos e excluídos.

São várias as parcerias com organizações, que não envolvem circulação monetária, como por exemplo com a Câmara Municipal de Lisboa, a Junta de Freguesia da Graça e a Associação Cultural Renovar a Mouraria (que realiza visitas guiadas para grupos na horta).⁸⁸

⁸⁴ Num terreno antigamente usado para depósito de lixo.

⁸⁵ Destacamos os seguintes princípios éticos da Permacultura: cuidar da terra sem químicos nem sementes transgénicas, cuidar das pessoas com base nos valores humanos e partilha de conhecimentos, e partilhar o excedente (os produtos são partilhados pelas pessoas que ajudam nos dias da horta e o excedente destina-se à cozinha comunitária da horta e a refeições gratuitas de carácter humanitário).

⁸⁶ Não existem “talhões” individuais na horta, todo o espaço é coletivo.

⁸⁷ Cerca de 60 membros contribuem regularmente através de e-mail.

⁸⁸ Outros parceiros são a Associação Arte de Viver (com a atividade Yoga na horta), o Projeto Plantar Uma Árvore (através da plantação de árvores e arbustos autóctones), a Horta Biológica do Clube Nacional de Natação de São Bento, a Divisão de Limpeza Urbana (que concede apoio no fornecimento de água para rega) e o Programa Food for Life (que realiza distribuição gratuita de comida vegetariana).

6) c.e.m.

O centro em movimento (c.e.m.) é uma associação cultural, criada em 1990, que elegeu o corpo, o movimento e o espaço público como as suas áreas de atuação, realizando atividades de formação, investigação e experimentação nestes domínios, a nível local e internacional.

Além de salas de aulas e experimentação, no espaço do c.e.m. existe um centro de documentação com mais de 1000 publicações e um laboratório de costura, e o c.e.m. realiza também atividades em escolas, creches, centros de dia, e organiza conversas, debates públicos e um festival anual⁸⁹.

O c.e.m. é constituído por uma equipa de 20 pessoas, 3 das quais são assalariadas, e tem uma adesão de cerca de 200 pessoas/ utentes por ano. Além do pagamento dos alunos, para o seu funcionamento conta com o apoio da Universidade de S. Paulo, da Fundação Calouste Gulbenkian, da Direção Geral das Artes/Câmara Municipal de Lisboa, da União Europeia e tem parcerias e colaborações com diversas instituições.⁹⁰

Os valores nos quais o c.e.m. baseia a sua ação e investigação são a escuta (coexistência), a autonomia (não isolamento), o suporte (não dependência), o respeito (não hierárquico), não partir da separação nem da fixidez, e tonificar a existência.

7) GAIA

O GAIA, Grupo de Ação e Intervenção Ambiental é uma associação ecologista fundada em 1996 que atua a nível nacional e regional, com núcleos em Lisboa, no Porto e no Alentejo.

É também uma Organização Não-Governamental de Ambiente que atua para a defesa e valorização do ambiente ou do património natural e construído, e construção de alternativas para um mundo mais sustentável ecológica e socialmente, com uma componente ativista forte, de “crítica ao modelo social e económico explorador e prejudicial para o planeta, a sociedade e as gerações futuras”, realizando ações diretas, criativas e não-violentas.

O GAIA colabora com outras associações portuguesas e faz parte de várias redes europeias⁹¹, e tem vindo a desenvolver projetos e campanhas, das quais se destacam: a Aldeia Sustentável, a

⁸⁹ Festival pedras d'água.

⁹⁰ Associação Promotora do Emprego para Deficientes Visuais, Crinabel, Centro de Acolhimento e Orientação à Mulher das Irmãs Oblatas, Instituto Superior Técnico (Curso de Arquitectura), Governo Civil de Lisboa, entre muitas outras.

⁹¹ O GAIA colabora e tem parcerias com vários movimentos, plataformas, e associações nacionais, como a Liga Portuguesa da Natureza, o Grupo de Estudos de Ordenamento do Território e Ambiente, a Quercus, o Fundo para a Proteção dos Animais Selvagens, a Coordenação de Afetad@s pelas Grandes Barragens e Transvases (Secção Portuguesa), a Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves, o Campo Aberto, o Grupo Flamingo, o

Campanha Europeia pelas Sementes Livres, o Voluntariado Internacional, as Crianças em Ação, o Dia Sem Compras e o jantar popular; este último representa a única fonte de receitas da associação para autofinanciar o seu funcionamento⁹² em Lisboa, onde conta apenas com uma pessoa responsável e cerca de sete voluntários.

8) Centro das Artes Culinárias

O Centro das Artes Culinárias é uma iniciativa que abriu as suas portas ao público em Junho de 2011, e é a primeira sede da Associação para o Estudo e Promoção das Artes Culinárias - As Idades dos Sabores, criada em 2001.

O espaço tem várias utilizações e resulta de uma parceria entre a associação e a Câmara Municipal de Lisboa, que cede o espaço por 5 anos. Além dos sócios e das receitas das suas atividades e loja, este é o único apoio com o qual a associação conta.

De entre as atividades realizadas neste local, por esta Associação nacional com 80 membros no país e 3 trabalhadores, destacam-se:

- A realização de exposições temáticas, cursos, ateliers, provas, conferências, ações de sensibilização apresentações de produtos culinários, livros e iconografia, destinados a promover os saberes tradicionais ligados à alimentação e o uso de produtos locais;
- Aulas de cozinha e sessões de showcooking para partilha de experiências e saberes;
- Uma loja de venda de diversos produtos alimentares de produção nacional, mostras e vendas temáticas de produtos tradicionais, exposições e feiras de produtos manufacturados.

Os Valores defendidos são os valores éticos de relação com a nossa própria comida, defendendo que o prato além de ser alimento tem que ter uma investigação daquilo que lhe é inerente.

Centro de Estudos da Avifauna Ibérica, o Projeto 270, o movimento cívico pela Linha do Tua, a Plataforma Transgénicos Fora, a Coligação Unidos Contra as Touradas, a Massa crítica e a Horta do Monte. O GAIA destaca as parcerias com as plataformas internacionais Youth and Environment Europe, European Youth For Action, Seed Sovereignty, Biketour e Nuclear Heritage Network.

⁹² Uma nota sobre o funcionamento da organização em Lisboa: tendo estado sem sede durante dois anos, e devido à falta de recursos humanos e financeiros, atualmente as atividades do GAIA em Lisboa são muito reduzidas e resumem-se aos jantares populares (semanais) e à participação via internet nas redes parceiras; apenas em Janeiro de 2013 o GAIA obteve um apoio da Câmara Municipal de Lisboa para ter uma sede, a qual está a renovar e dinamizar.

9) Banco do Tempo

O Banco do Tempo é uma ação trazida para Portugal em 2001 pela ONGD Graal⁹³ com 32 agências em todo o país, sendo 6 na grande Lisboa⁹⁴, em que cada uma funciona como um sistema de trocas locais de serviços variados, onde o tempo é a moeda de troca.

Vários objetivos são visados e alcançados com este sistema, entre os quais se destacam: reforçar as redes sociais de apoio e o sentido de comunidade e vizinhança, diminuir a solidão, estimular os talentos e promover o reconhecimento das capacidades de cada um/a, e contribuir para a construção de uma cultura de solidariedade e de relações sociais mais humanas e igualitárias.

Cada banco local funciona de forma autónoma, e os serviços trocados pelos membros vão desde pequenas reparações domésticas, aulas de inglês, aulas de informática, companhia para ir ao médico, ajuda em assuntos burocráticos, entre muitos outros, com os valores comuns da igualdade e solidariedade.

Atualmente com 1900 membros no país, os bancos do tempo financiam as suas atividades correntes através de autofinanciamento e uma parte é financiada pelas instituições parceiras.

10) Contacto Cultural

O Contacto Cultural é um projeto de um consórcio de três organizações locais⁹⁵ totalmente financiado por programas públicos⁹⁶, que foi criado em 2009 com o objetivo de fomentar nos jovens uma consciência para a participação social e atitude pró ativa na sociedade.

O projeto teve a duração de três anos, terminando em Dezembro de 2012, e a sua intervenção, principalmente no seu espaço fixo mas não só, foi nas áreas do som e imagem (captação e edição de música e vídeo e dinamização de uma rádio), desporto e cultura (realizando eventos, jogos recreativos e didáticos, exposições de fotografia e dinamizando dois grupos de dança), TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação), educação informal/ cidadania, capacitação (nas várias áreas do projeto) e empreendedorismo (formação para o emprego).

O Contacto Cultural tinha uma equipa de quatro pessoas assalariadas, e envolveu cerca de 500 beneficiários desde 2009.

A Comunicação, o respeito, a crítica, a consciência, a autonomia, a confiança, a união e a amizade, são os valores que orientaram o funcionamento desta iniciativa.

⁹³ O Graal é a sede do Banco Central, que tem por objetivo apoiar o funcionamento, facilitar a criação de novas agências, divulgar o Banco de Tempo a nível nacional e promover a interação internacional.

⁹⁴ Mouraria, Lumiar, Portela, Cascais, Santo António dos Cavaleiros e Miratejo

⁹⁵ Associação Solidariedade Imigrante, responsável pela gestão e promoção do projeto, Junta de Freguesia dos Anjos e Associação Sou.

⁹⁶ Programa Escolhas do Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural e cofinanciado pelo POPH/QREN/EU.

11) BUALA

A Associação BUALA nasceu em Maio de 2010, e materializa-se num portal *online*⁹⁷ dedicado às culturas africanas contemporâneas, atuando sobretudo nas áreas da cultura, comunicação, arte e educação.

Com o objetivo de criar e fortalecer pontes entre África, Portugal e Brasil, BUALA é uma rede de trabalho multisectorial e interdisciplinar que serve para divulgar, documentar e refletir várias realidades culturais, e que se constitui como plataforma de encontro, troca de experiências e conhecimentos entre os campos académico, artístico, jornalístico e a sociedade civil.

Para iniciar a sua atividade o BUALA contou com o apoio da Casa das Áfricas (Brasil) e da Fundação Calouste Gulbenkian, e tem parcerias com vários coletivos e meios de comunicação no Brasil, Angola, França.

O BUALA é constituído por 9 sócios, tem um núcleo de mais de 20 colaboradores e conta até agora com 350 mil visitantes. Além do site, o BUALA realiza também debates, formações e organização de eventos, através dos quais atua com os seus valores: democratização do saber e do conhecimento, internacionalização de saberes, e o relacionamento dos países pós-colonial.

12) Casa da Achada

A Casa da Achada - Centro Mário Dionísio, é uma associação criada em 2008 com o objetivo de preservar e tornar útil o espólio de Mário Dionísio⁹⁸, incentivar as artes, as letras e a leitura, a partir desse espólio, e realizar atividades com importância cultural e social para a população local.

Entre as várias atividades que realiza, contam-se a catalogação da biblioteca e do Arquivo de Mário Dionísio (tornando-o acessível a quem quer estudar), uma biblioteca pública, exposições de pintura e fotografia, um coro semanal, edição de livros, serigrafias, postais, grupos de leitura, visionamento de filmes e oficinas variadas.

A Casa da Achada nomeou como seus valores a obra polivalente de Mário Dionísio, a associação (“encontro de valores e capacidades”) e o “ser útil” (enquanto facilitadora de estudo e atividades do quotidiano).

Com 54 membros fundadores, 250 “amigos”⁹⁹, mais de 900 utentes desde a sua abertura, e três pessoas assalariadas¹⁰⁰, a Casa da Achada conta também com o apoio da Câmara Municipal de Lisboa, do QREN-Mouraria e colabora com várias organizações.¹⁰¹

⁹⁷ www.buala.org

⁹⁸ Lisboa, 1916-1993; Escritor, pintor, professor.

⁹⁹ Equivalente ao sócio associativo.

¹⁰⁰ Duas são a tempo inteiro e uma a meio tempo; a Casa da Achada conta também com a colaboração de uma pessoa com uma bolsa para arquivo.

13) Produtores PROVE

Os produtores agrícolas da Moita são uma empresa agrícola com oito membros, criada em 2009 com o objetivo de produzir uma produção diversificada¹⁰² e integrada¹⁰³ doze meses por ano e de estabelecer uma ligação do produtor ao consumidor.

No âmbito do programa público PROVE¹⁰⁴ fornecem todos os meses cabazes individuais a cerca de 100 agregados familiares em Setúbal, na Moita local e em Lisboa.

Estes produtores têm parcerias não monetárias com 3 iniciativas¹⁰⁵, e orientam-se pelos valores da alimentação saudável e diversidade de produção.

14) Mob

É uma associação cultural criada em Setembro de 2012, que surge da iniciativa comum de duas organizações, a Crew Hassan, uma cooperativa cultural criada em 2006 dedicada sobretudo à música e artes em geral, e os Precários Inflexíveis, Associação de Combate à Precariedade, criada informalmente em 2007 e como associação em 2012.

É um espaço cultural de âmbito político, com os objetivos de partilhar iniciativas culturais fora dos circuitos comerciais e de combater a precariedade. O Mob realiza atividades culturais na área do cinema, música, teatro, performance, exposições, livraria, e atividades políticas, como debates, reuniões, assembleias, servindo também como espaço para outras organizações realizarem as suas atividades.

Os valores pelos quais se rege este coletivo são a igualdade, a não discriminação, a solidariedade e a partilha.

Com mais de 5200 sócios, cerca de 20 voluntários, 4 pessoas que retiram algum rendimento¹⁰⁶ e 1 assalariado, o Mob é uma organização auto-financiada através do serviço do bar e

¹⁰¹A Casa da Achada colabora com as seguintes instituições: Alagamares - Associação Cultural, Associação Promotora do Museu do Neo-Realismo, Association Cardan, Centro Nacional de Cultura, Centros Sociais e Centros de Dia da zona, Concelho Português para os Refugiados, Escolas (Escola Secundária de Camões, Escola Secundária Gil Vicente, Escola Básica1 n.º 10 do Castelo), Lega di Cultura di Piadena, Renovar a Mouraria - Associação Sociocultural, Círculo de Animação Cultural de Alhos Vedros, Associação José Afonso.

¹⁰² 40 Espécies

¹⁰³ A produção integrada consiste num modo de produção entre o convencional, que recorre a pesticidas, e o biológico, cuja produção não recorre a pesticidas.

¹⁰⁴ O projecto PROVE – Promover e Vender, surgiu no âmbito da Iniciativa Comunitária EQUAL.

¹⁰⁵ Associação para o Desenvolvimento Rural da Península de Setúbal, Associação As Idades dos sabores e Projeto PROVE.

¹⁰⁶ Em função do dinheiro que investiram.

do pagamento das cotas pelos sócios, e recorre á reciprocidade como forma de colaboração com alguns movimentos que utilizam o espaço¹⁰⁷.

15) Solidariedade Imigrante

A Solidariedade Imigrante é uma associação para a defesa dos direitos dos imigrantes criada em Junho 2001 que atua com imigrantes a nível nacional no atendimento direto, na área da habitação, no apoio ao emprego, na interculturalidade e cidadania, e na violência de género, realizando também cursos em várias línguas, de informática, exposições, debates, workshops, jantares e um festival anual com grande dimensão e mobilização¹⁰⁸.

Tem cinco pessoas assalariadas, cerca de 20 voluntários e 22500 sócios de 97 nacionalidades, cujo pagamento das cotas é o principal sustento da organização, que conta também com várias parcerias nacionais e internacionais e apoios públicos a projetos específicos, correspondente a cerca de 20% do seu financiamento.

Criada para dar voz aos imigrantes, esta associação defende um espírito universalista e os valores da responsabilidade e o empoderamento da sociedade civil imigrante.

16) Bacalhoeiro

O Bacalhoeiro é uma Associação local criada em 2006 com o objetivo de dar a possibilidade a projetos culturais, com dificuldade no circuito cultural, de se apresentarem ao público e existirem, e dar a possibilidade às pessoas de terem acesso a estas atividades apenas pagando as cotas.

As atividades principais são concertos e Dj's, a pintura do mural, cinema, teatro de sombra, exposições de fotografia, mas no último ano as atividades diminuíram bastante de intensidade e variedade, e o Bacalhoeiro está numa fase de questionamento e avaliação.

Com 6 assalariados e cerca de 4000 sócios, o Bacalhoeiro já funcionou com vários financiadores¹⁰⁹ e agora apenas conta apenas com as cotas dos sócios e o serviço de bar para financiar as suas atividades. Escolhe como seus valores dar oportunidade a todos os que são artistas e ser um espaço não elitista e acessível.

¹⁰⁷ Por exemplo um grupo usa o espaço para ensaiar e não paga por isso, e quando o Mob precisar de alguma atividade do grupo eles fazem-na.

¹⁰⁸ <http://www.festival-imigrante.com/>

¹⁰⁹ Até 2010 o Bacalhoeiro tinha parcerias com a Juntas de Freguesia, o Instituto Português da Juventude, o Instituto do Emprego e da Formação Profissional e a União Europeia.

17) Associação Agostinho da Silva

A Associação Agostinho da Silva, de âmbito nacional, foi criada em 1995 com o objetivo de estudar e divulgar a obra de Agostinho da Silva.

Tem cerca de cem sócios e quatro voluntários e realiza regularmente palestras e cursos baseados nos seus valores: Manter viva a memória do Agostinho da Silva, a lusofonia, o comunismo e o cooperativismo.

É uma organização totalmente financiada pelas cotas dos sócios, que agora se encontra em reformulação, tendo gerido um apoio público pontual aquando da comemoração do centenário do nascimento de Agostinho da Silva.

VI. MODELO DE ANÁLISE DAS INICIATIVAS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA

VI. MODELO DE ANÁLISE DAS INICIATIVAS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA

Neste capítulo vamos explicar o modelo de análise adotado para o tratamento e análise das informações recolhidas pelas fichas de caracterização e entrevistas realizadas às IES.

Dada a multiplicidade e complexidade das formas que as iniciativas de economia solidária podem tomar, e concretamente aquelas pertencentes ao nosso campo de análise, era necessário um modelo de análise que permitisse captar e enquadrar a diversidade das iniciativas e melhor conhecer a sua singularidade e traços comuns de uma forma exequível. Assim optou-se por analisar as iniciativas a partir dos cinco critérios dos empreendimentos de Economia Solidária sistematizados por França Filho e Laville¹¹⁰, segundo estes autores, cinco grandes traços característicos das iniciativas de economia solidária, e que considerámos pertinentes, abrangentes e clarificadores, articulando por vezes com os contributos de outros autores. Respetivamente:

- 1.Pluralidade de princípios económicos
- 2.Autonomia institucional
- 3.Democratização dos processos decisórios
- 4.Sociabilidade comunitário-pública
- 5.Finalidade multidimensional

Para cada um dos critérios foram formulados um conjunto de indicadores que permitissem matizar as iniciativas em cinco níveis diferentes segundo o grau de proximidade com as respetivas características identificadas na investigação do campo teórico da economia solidária, sendo o nível 1 o mais afastado das práticas solidárias de economia, e o nível 5 o que está mais próximo. Alguns indicadores são também divididos em 5 níveis, no sentido de traduzir várias graduações dos indicadores selecionados das IES.

Para cada critério somamos os indicadores e dividimos pelo seu número, obtendo um nível geral de cada um, e no final somamos os valores dos cinco critérios em cada IES, obtendo a classificação geral total.

De seguida explicamos cada critério e seus indicadores, e em nota de rodapé referimos quais as questões correspondentes na ficha de caracterização.

6.1 Pluralidade de princípios económicos

Para a maioria dos autores estudados, a pluralidade de princípios económicos é uma característica dominante dos empreendimentos de economia solidária, e marca a sua identidade como economia plural, economia que abrange várias formas de realizar atividades e mobilizar recursos de várias origens e naturezas, ou seja, de procurar a sua sustentabilidade, integrando os quatro princípios económicos: O princípio da redistribuição, através de parcerias com o Estado para

¹¹⁰ Ver o ponto cinco do capítulo das considerações metodológicas para detalhes sobre a evolução do processo de construção.

prestar serviços de interesse geral, o princípio do mercado, que envolve as atividades mercantis exercidas pelas iniciativas, o princípio da reciprocidade, que envolve o trabalho voluntário e a dádiva, e o princípio da domesticidade, que se refere às atividades exercidas no seio da família. Estes dois últimos, respetivamente, têm sido relegados para um plano secundário ou de invisibilidade pela ciência económica clássica, quando atualmente por todo o mundo e desde sempre na história da humanidade, eles têm desempenhado um papel crucial, que a Economia Solidária visa valorizar e potenciar. Laville e França Filho sublinham o papel importante da reciprocidade e notam que quando o peso do mercado ou do Estado são dominantes, o empreendimento tem tendência a perder a sua identidade. Esta identidade tem uma marca muito forte de pluralidade, que reúne uma grande variedade de possibilidades, lógicas e arranjos, e que iremos abordar especificamente na análise empírica, e que tem como contraponto uma lógica única, dominante, como o sistema capitalista hegemónico que tem na mercantilização de todas as áreas e bens e na busca de lucro, a sua lógica única de funcionamento.

O indicador utilizado para o critério da pluralidade de princípios económicos, foi a quantidade e variedade de parcerias e financiamentos¹¹¹ que cada iniciativa engloba, ou seja as suas fontes de recurso, e traduz-se em cinco níveis:

- 5- A iniciativa envolve recursos de quatro princípios económicos;
- 4- A iniciativa envolve recursos de três princípios económicos;
- 3- A iniciativa envolve recursos de dois princípios económicos;
- 2- A iniciativa envolve recursos de um princípio económico;
- 1- A iniciativa está praticamente inativa.

6.2 Autonomia institucional

Este critério tem a ver com o grau de independência da organização em relação ao controle por parte de outras instituições, e a sua autonomia na gestão, e foram formulados os seguintes níveis com vista a uma caracterização geral da Autonomia Institucional das IES:

- 5- A iniciativa possui um grau de autonomia de gestão muito elevado;
- 4- A iniciativa possui um grau de autonomia de gestão alto;
- 3- A iniciativa possui um grau de autonomia de gestão médio;
- 2- A iniciativa possui um grau de autonomia de gestão fraco;
- 1- A iniciativa possui um grau de autonomia de gestão muito reduzido ou inexistente.

Com vista a apreender especificidades relacionadas com este critério, definimos no modelo de análise os três indicadores seguintes, cada um com cinco níveis que passamos a explicitar:

a) Predomínio das fontes de recursos no orçamento¹¹²;

- 5-Predomínio do autofinanciamento;

¹¹¹ Na ficha de caracterização: alínea c) *Informações sobre a estrutura organizativa*, ponto 17 e 18.

¹¹² Na ficha de caracterização: alínea c) *Informações sobre a estrutura organizativa*, ponto 18.

- 4-Vários financiadores;
 - 3- Predomínio de um princípio económico;
 - 2- Um financiador principal;
 - 1-Dependência de um financiador.
- b) Atividades de autofinanciamento;
- 5-Muitas atividades de autofinanciamento;
 - 4-Várias atividades de autofinanciamento;
 - 3- Algumas atividades de autofinanciamento;
 - 2- Poucas atividades de autofinanciamento;
 - 1- Não existem atividades de autofinanciamento.
- c) Escolha dos valores da autonomia/ independência para caracterizar a organização.
- 5- O valor da autonomia é central;
 - 4-O valor da autonomia é muito valorizado;
 - 3- O valor da autonomia tem alguma relevância;
 - 2- O valor da autonomia é praticamente irrelevante;
 - 1- Não existe autonomia.

6.3 Democratização dos processos decisórios

A democratização dos processos decisórios é outro fator que caracteriza as iniciativas de economia solidária e que as diferencia de empreendimentos hierárquicos e pouco participativos. É um critério que se prende com a democracia interna e mecanismos de participação e tomada de decisões, e cujo modelo mais característico é a autogestão.

Os níveis definidos para matizar este critério, que correspondem a diferentes formas de organização interna, foram os seguintes:

- 5- Lógica solidária e participativa; a autogestão é bastante importante;
- 4-Lógica solidária e participativa;
- 3-Lógica participativa na consulta mas representativa nas tomadas de decisão;
- 2- Lógica hierárquica e pouco participativa
- 1-Autogestão irrelevante.

Passamos agora a enunciar os seis indicadores utilizados para caracterizar este critério, e os respetivos níveis de distribuição¹¹³:

- a) Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização
- 5- Lógica participativa e de paridade essencial;
 - 4- Lógica participativa com paridade é importante;

¹¹³ Na ficha de caracterização, respetivamente, corresponde pontos 46, 47, 48, 49 e 52 da alínea g) *Democracia e igualdade*, e ponto 16 da alínea c) *Informações sobre a estrutura organizativa*.

-
- 3-Lógica participativa na consulta mas representativa nas tomadas de decisão;
2- Lógica hierárquica e pouco participativa
1-Lógica hierárquica.
- b) Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes
5 – b), c) e d) As mesmas pessoas;
4-Nº alargado;
3- Participação variável;
2- Entre 4 e 8 pessoas;
1- De 1 a 3 de pessoas.
- c) Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)
5 – b), c) e d) As mesmas pessoas;
4- Nº alargado;
3- Participação variável;
2- Entre 4 e 8 pessoas;
1- De 1 a 3 de pessoas.
- d) Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção
5 – b), c) e d) As mesmas pessoas;
4- Nº alargado;
3- Participação variável;
2- Entre 4 e 8 pessoas;
1- De 1 a 3 de pessoas.
- e) A iniciativa identificou como seus valores a autogestão, horizontalidade, paridade ou democracia interna.
5- Fundamentais;
4- Bastante presentes;
3- Pouco referidos;
2-Não são referidos;
1- Inexistentes.
- f) A diferença salarial entre os trabalhadores da organização
5- Nula;
4-Pouca;
3-Significativa;
2-Bastante;
1-Elevada.

6.4 Sociabilidade comunitário-pública

O critério da sociabilidade comunitário-pública está relacionado com uma dimensão política das iniciativas de economia solidária, na medida em dão que resposta a problemáticas públicas, oferecendo serviços de interesse geral para a sociedade na área da educação, cultura, etc.¹¹⁴, contribuindo para o desenvolvimento local e a coesão social.

Na elaboração dos indicadores deste critério, procurámos incluir aspetos sobre a forma como as iniciativas se manifestam no espaço público, se os serviços que oferecem são de interesse geral para a sociedade e procuram responder a problemáticas públicas¹¹⁵.

Cada indicador possui cinco níveis diferentes de manifestação, e a classificação geral deste critério foi formulada nos seguintes cinco níveis:

5-A solidariedade com a comunidade é fundamental para a organização; a iniciativa visa contribuir para o desenvolvimento local e a coesão social;

4- A solidariedade com a comunidade é importante na organização; a iniciativa realiza algumas atividades que contribuem para o desenvolvimento local e a coesão social;

3-A solidariedade com a comunidade é relevante para a organização; a iniciativa tem pouco impacto ao nível do desenvolvimento local e da coesão social;

2-A solidariedade com a comunidade é praticamente irrelevante na organização; a iniciativa tem pouco ou nenhum impacto ao nível do desenvolvimento local e da coesão social;

1-A solidariedade com a comunidade é irrelevante na organização; a iniciativa pauta-se por uma lógica de interesse próprio.

Assim, para tentar apreender algumas especificidades do alcance do critério da sociabilidade comunitário-pública das iniciativas mapeadas, utilizámos os seguintes indicadores, e respetivos níveis de manifestação:

a) Número de pessoas envolvidas (Membros, assalariados, utentes, beneficiários, voluntários)¹¹⁶;

5-A iniciativa envolve mais de 5000 pessoa;

4- A iniciativa envolve mais de 1200 pessoas;

3- A iniciativa envolve mais de 300 pessoas;

2- A iniciativa envolve entre 300 e 121 pessoas;

1-A iniciativa envolve menos de 120 pessoas;

¹¹⁴ Este estudo não permitiu conhecer a existência de entidades de Economia Solidária com atividades no domínio da habitação ou saúde, mas em Espanha, por exemplo, existem empreendimentos nestes domínios.

¹¹⁵ Anteriormente já fizemos referência à dificuldade de encontrar indicadores quantitativos para “medir” os impactos, resultados e importância das atividades que visam o desenvolvimento social, e concretamente aquelas levadas a cabo por coletivos que se organizam autonomamente para resolver necessidades na comunidade que eles próprios identificam. Esta foi também uma dificuldade que encontramos na elaboração dos indicadores deste critério.

¹¹⁶ Questão 4 da alínea a) *Designação, data de constituição, membros*, na ficha de caracterização.

gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente;

b) Objetivos, áreas de atuação, principais atividades e valores¹¹⁷ relacionados com o interesse geral;

5- Várias ações da organização visam responder a problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente;

4- Algumas ações da organização visam responder a alguns problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente;

3- A organização tem poucas ações que visam responder a problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente;

2- A organização praticamente não desenvolve ações que visem responder a problemas públicos

1- A organização não tem ações que visam responder a problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente.

c) São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo?¹¹⁸

5- A organização tem vários impactos positivos ao nível de problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente;

4- A organização tem alguns impactos positivos ao nível de problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente;

3- A organização tem muito poucos impactos positivos ao nível de problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente;

2- A organização tem poucos impactos positivos ao nível de problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente;

1- A organização não tem impactos positivos ao nível de problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente.

d) Como se manifesta a lógica solidária com a comunidade na sua organização/ empreendimento?

5- A iniciativa é um espaço público de proximidade com várias atividades de entrada livre e aberta a todas as pessoas;

4- A iniciativa é um espaço público de proximidade com bastantes atividades abertas a todas as pessoas que sejam sócias, por até 16 euros/ ano;

3- A iniciativa é um espaço público de proximidade com poucas atividades de entrada livre e aberto a sócias, de 16 a 50 euros/ano;

2- A iniciativa é sobretudo destinada a pessoas que paguem os serviços prestados;

1- A iniciativa não tem atividades de relação com a comunidade.

e) A organização participa em formas solidárias de produção/consumo e/ou comercialização de seus produtos?

5- A organização participa em várias formas solidárias de produção/consumo e/ou comercialização de seus produtos;

4- A organização participa em algumas formas solidárias de produção/consumo e/ou comercialização de seus produtos;

¹¹⁷ Na ficha de caracterização: Questões 13, 14, 15 e 16 da alínea c) *Informações sobre a estrutura organizativa*.

¹¹⁸ Respetivamente, na ficha de caracterização: questão 50 da alínea e) *Formas organizadas de consumo crítico*.

- 3- A organização participa em 2 formas solidárias de produção/consumo e/ou comercialização de seus produtos;
 - 2- A organização participa em 1 forma solidária de produção/consumo e/ou comercialização de seus produtos;
 - 1- A organização não participa em formas solidárias de produção/consumo e/ou comercialização de seus produtos.
- f) A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?¹¹⁹.
- 5- A organização participa em vários movimento/redes;
 - 4- A organização participa em alguns movimento/rede;
 - 3- A organização participa em 2 movimentos/redes;
 - 2- A organização participa em 1 movimentos/rede;
 - 1- A organização não participa em nenhum movimento/rede;
- g) Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização.
- 5-A iniciativa tem vários trabalhadores ou colaboradores em risco de exclusão social;
 - 4-A iniciativa tem alguns trabalhadores ou colaboradores em risco de exclusão social;
 - 3-A iniciativa tem 2 trabalhadores ou colaboradores em risco de exclusão social;
 - 2-A iniciativa tem 1trabalhador ou colaborador em risco de exclusão social;
 - 1- A iniciativa não tem trabalhadores ou colaboradores em risco de exclusão social.

Sobre esta dimensão da economia solidária que se projeta no espaço público, Laville e França Filho¹²⁰, falam em “ação pública cidadã” e “espaços públicos de proximidade”.

G.C. França Filho oferece pistas para esclarecer a “sociabilidade comunitário-pública” que caracteriza as iniciativas de economia solidária¹²¹. Este autor acentua como uma das vocações da economia solidária a construção conjunta da oferta e da procura entre produtores/ prestadores de serviços e consumidores/usuários de serviços, numa lógica de rede que contraria a ideia de autorregulação do mercado e da competição como comportamento fundamental. Em contraponto, França Filho fala na livre associação entre produtores e consumidores, e da categoria dos *prosumidores*, que se organizam para planear e decidir a oferta de produtos e serviços, a partir das suas necessidades e procura.

¹¹⁹ Respetivamente, na ficha de caracterização: questão 43, 44 e 45 alínea f) *Formas solidárias de colaboração*, questão 52.

¹²⁰ Laville e França Filho, *Economia Solidária: Uma abordagem internacional*

¹²¹ *Teoria e prática em economia solidária: problemática, desafios e vocação*, in Civitas, Porto Alegre, v.7, n.1, jan.-jun.2007, p.155-174.

Esta construção conjunta da oferta e da procura remete para uma prática da autogestão, ou seja, das pessoas e comunidades se auto-organizarem publicamente para resolver os seus problemas comuns e decidir o seu futuro, num “exercício de democracia local”¹²².

As reflexões de Rui Namorado no seu texto *Para uma economia solidária- a partir do caso português*¹²³, ajudam a compreender e explicitar esta natureza particular dos empreendimentos de economia solidária, muito ligada à oferta de atividades culturais e educativas, ao imbricar a economia solidária nos fenómenos sociais da *convergência numa sociedade educativa* e na *cultura como um contexto emancipatório*. Vejamos com mais detalhe estas relações.

A *convergência numa sociedade educativa* valoriza a aprendizagem ao longo da vida como uma componente fundamental da sociedade e do futuro, e o “binómio ensinar-e-aprender como atmosfera permanente da condição humana.” O autor encara a economia solidária e a educação como dois fenómenos que se complementam e potenciam mutuamente: a educação ao longo da vida necessita das organizações de economia solidária para poder disseminar-se, e só uma educação ao longo da vida pode permitir que a economia solidária supere as suas fragilidades e cresça. Tomaremos em conta esta perspetiva na análise da presença deste critério nas iniciativas.

A economia solidária deve estar associada à *cultura como um contexto emancipatório*, ou seja, à cultura como reflexo de um “conhecimento humanizante”, uma consciência social que não aceita, critica e constrói alternativas à exploração do homem.

Assim, vamos procurar compreender melhor que tipo de sociabilidade na comunidade se estabelece nestas iniciativas, e se manifestam alguns ideais de Economia Solidária.

6.5 Finalidade multidimensional

O último critério estabelecido por França Filho e Laville, e que diferentes autores descrevem como uma característica comum dos empreendimentos de economia solidária, prende-se com o carácter heterocentrado das iniciativas. Enquanto os empreendimentos capitalista têm um objetivo lucrativo prioritário que orienta o seu funcionamento e lógica, nas iniciativas de economia solidária essa dimensão económica em geral é um meio para realizar e articular outras dimensões principais, como a social, cultural, ecológica ou política, e/ou desenvolver organizações com princípios de ação diferentes da lógica mercantilista¹²⁴, como por exemplo o associativismo, a autogestão ou a cooperação.

¹²² França Filho, Genauto Carvalho de (2007), *Teoria e prática em economia solidária: problemática, desafios e vocação*, in Civitas, Porto Alegre, 7 (1).

¹²³ Namorado, Rui (2009), “*Para uma economia solidária- a partir do caso português*”, Revista Crítica de Ciências Sociais, 84.

¹²⁴ Genauto França Filho, *Novos arranjos organizacionais possíveis. A questão da economia solidária em questão (precisões e complementos)*, Organizações e Sociedade, Salvador, 8 (20).

O indicador utilizado foi o número de áreas de atuação diferentes, os objetivos e atividades¹²⁵, levados a cabo pelas iniciativas, dando origem aos seguintes níveis deste critério:

- 5- A finalidade da iniciativa tem mais de quatro dimensões;
- 4-A finalidade da iniciativa tem quatro dimensões principais;
- 3-A finalidade da iniciativa tem três dimensões principais;
- 2-A iniciativa tem sobretudo uma dimensão económica e outra;
- 1-A iniciativa tem, fundamentalmente, uma finalidade económica.

¹²⁵ Questão 13, 14 e 15 da ficha de caracterização, alínea c) *Informações sobre a estrutura organizativa*.

VII. ANÁLISE DAS INICIATIVAS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA MAPEADAS

VII. ANÁLISE DAS INICIATIVAS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA MAPEADAS

Passamos agora à apresentação e interpretação dos dados recolhidos no trabalho de campo junto das iniciativas de Economia Solidária, estruturada da seguinte forma:

1. Divisão da análise pelos cinco critérios referidos no capítulo anterior.

Em cada critério:

- 1.1 Apresentação dos dados quantitativos referentes ao modelo de análise;
- 1.2 Observação de outros dados relevantes;
- 1.3 Identificação de relações entre os dados e de traços comuns e singularidades das iniciativas.

Relacionando o modelo de análise com a teoria apresentada por alguns autores, iremos aprofundar que tipo de experiências foram encontradas na realidade: serão atividades económicas plurais? Com uma gestão autónoma e democrática? Com articulação com o contexto local e procurando dar respostas às suas problemáticas? Possuem várias semelhanças entre si, ou são bastante distintas? Estamos perante iniciativas com valores e traços de economia solidária? Estas são algumas das perguntas que contribuem para esclarecer a pergunta de partida, às quais tentaremos dar resposta neste capítulo, e que nos levarão a estabelecer pontes entre os vários critérios, na expectativa de melhor compreender este fenómeno com tantas especificidades.

7.1 Critério 1: Pluralidade de princípios económicos

7.1.1 Apresentação dos dados quantitativos referentes

Quadro 2: Dados quantitativos referentes ao critério Pluralidade de Princípios económicos

CRITÉRIO 1	PLURALIDADE DE PRINCÍPIOS ECONÓMICOS
Níveis gerais	5- A iniciativa envolve recursos de quatro princípios económicos
	4- A iniciativa envolve recursos de três princípios económicos
	3-A iniciativa envolve recursos de dois princípios económicos
	2- A iniciativa envolve recursos de um princípio económico
	1- A iniciativa está praticamente inativa
Indicador	Fontes de recursos
Iniciativas	Nível
1.Cidac	4
2.Mó de Vida	4
3.Barbuda	3
4.Family ¹²⁶	3
5.Horta Monte	2
6.Cem	5
7.Gaia	3
8. Centro A.C. ¹²⁷	4
9.B.Tempo ¹²⁸	2
10.Contacto ¹²⁹	2
11.Buala	3
12.C.Achada ¹³⁰	4
13.Prove ¹³¹	2
14.Mob	3
15.Solim	4
16.Bacalho. ¹³²	3
17.Assoc.A.S. ¹³³	3

¹²⁶ Family Ensemble Costa Lambertti-Carcedo Fernandes.

¹²⁷ Centro de Artes Culinárias.

¹²⁸ Banco do Tempo.

¹²⁹ Contacto Cultural.

¹³⁰ Casa da Achada.

¹³¹ Produtoras PROVE.

¹³² Bacalhoeiro.

¹³³ Associação Agostinho da Silva.

Assim, no que se refere á pluralidade dos princípios económicos a que as iniciativas mapeadas recorrem para o seu funcionamento, apurámos os seguintes dados:

- 6 Iniciativas desenvolvem as suas atividades a partir dos três princípios económicos¹³⁴;
- 7 Iniciativas têm dois princípios económicos dominantes¹³⁵;
- 4 Iniciativas recorrem exclusivamente a um princípio económico: duas recorrem à economia da dádiva¹³⁶, uma é financiada na totalidade pelo Estado¹³⁷ e outra baseia as suas atividades no princípio do mercado¹³⁸.

7.1.2 Observação de outros dados relevantes

Outras relações relevantes que retirámos do tratamento dos dados, aqui apresentados por ordem decrescente, são:

- As 17 iniciativas funcionam com o princípio da dádiva; e duas delas baseiam as suas atividades somente neste princípio¹³⁹;
- 11 iniciativas recorrem ao princípio mercantil¹⁴⁰;
- 10 organizações não recorrem ao princípio económico da redistribuição, ou seja, não têm qualquer financiamento do Estado¹⁴¹;
- 7 iniciativas recorrem ao princípio da redistribuição¹⁴²;
- 6 iniciativas não recorrem ao princípio do mercado; duas delas quando têm bens para trocar, solicitam um donativo, fazendo uma sugestão de valor a entregar¹⁴³;
- Das 17 organizações mapeadas apenas uma tem fins lucrativos¹⁴⁴;

7.1.3 Identificação de relações entre dados, traços comuns e singularidades das iniciativas

¹³⁴ Respetivamente: Cidac, Mó de Vida, c.e.m., Centro de Artes Culinárias, Casa da Achada, Solim.

¹³⁵ A saber: Barbuda, Family Ensemble, Gaia, Buala, Mob, Bacalhoeiro, Associação Agostinho da Silva.

¹³⁶ Respetivamente, a Horta do Monte, e o Banco do Tempo.

¹³⁷ Respetivamente, a iniciativa Contacto Cultural.

¹³⁸ Respetivamente, as produtoras do Prove.

¹³⁹ A Horta do Monte e o Banco do Tempo, respetivamente.

¹⁴⁰ Cidac, Mó de Vida, Family Ensemble, c.e.m., Gaia, Centro de Artes Culinárias, Buala, Casa da Achada, Prove, Mob, Solim e Bacalhoeiro.

¹⁴¹ Barbuda, Family Ensemble, Banco do Tempo, Buala, Mob, Bacalhoeiro, Prove, Mob e Associação Agostinho da Silva

¹⁴² Cidac, Mó de Vida, c.e.m., Centro de Artes Culinárias, Casa da Achada, Solim e Bacalhoeiro.

¹⁴³ Horta do Monte, Banco do Tempo, Contacto Cultural e Associação Agostinho da Silva; assim como as iniciativas Barbuda e Gaia, que por vezes têm bens alimentares ou culturais que solicitam um donativo em troca.

¹⁴⁴ A iniciativa Produtoras do Prove, respetivamente.

Assim, focando a abordagem dos recursos económicos utilizados, os dados recolhidos permitem constatar a existência de uma diversidade de experiências económicas plurais, já que a maioria das iniciativas combina várias possibilidades de fazer economia, sem a hegemonia da procura do lucro, da mercantilização de todos os bens e serviços, e sem a dependência de recursos públicos, amplamente presente na sociedade atual.

Estamos pois, perante uma pluralidade de formas de produzir e distribuir bens ou serviços, que constituem formas singulares e ampliadas de organização económica (e do trabalho e da vida, conforme procuraremos demonstrar no desenvolvimento deste capítulo), conjugando várias lógicas e princípios económicos:

1. Lógicas de financiamento público para desenvolvimento de atividades de interesse geral, que impõem condicionalismos por vezes alheios às necessidades reais da organização, mas possibilitam que atividades com utilidade social sejam financiadas através do princípio económico da redistribuição pública (é o caso das iniciativas Casa da Achada, Contacto Cultural e Solim); o contributo do Estado nestas atividades vai desde o financiamento da cooperação para o desenvolvimento com países dos PALOP's ou financiamento da educação para o consumo responsável nas escolas, fornecimento de água para regar uma horta comunitária, cedência de espaço a uma associação de defesa do património culinário, apoio a iniciativas não formais de promoção da participação cidadã de jovens e apoio a projetos para integração de imigrantes, entre outras;

2. Lógicas de oferta e procura de serviços no mercado com um cariz não estritamente lucrativo e impessoal, mas multidimensional, contribuindo para a satisfação de necessidades locais e globais, de forma plural, como por exemplo: necessidades culturais através de serviços de biblioteca, aulas de corpo, concertos, exposições, performances, necessidades de alimentação saudável e relações sociais e comerciais justas através de produtos de comércio justo, pausas justas, jantares vegetarianos comunitários, venda de produtos nacionais de qualidade, transformados e agrícolas de proximidade, cursos de culinária e venda de produtos artesanais em feiras. Estas atividades são manifestações da participação das pessoas na economia, associada a uma componente política de cidadania.

3. Lógicas de reciprocidade, de economia não monetária ou da dádiva, que são manifestações de relações e atividades com objetivos para fins comuns, não mercantis, realizadas de forma voluntária e em que o interesse próprio não predomina. As dezassete iniciativas funcionam com o princípio da dádiva, e concordam para o objetivo de construção de uma cultura de reciprocidade que Genauto Filho define, citando C.Héber-Suffrin¹⁴⁵, como “uma tensão permanente, construtiva e cognitiva”.

¹⁴⁵ França Filho, Genauto Carvalho de (2001), *Novos arranjos organizacionais possíveis? A questão da economia solidária em questão (precisões e complementos)*, Organizações e Sociedade, Salvador, 8 (20).

Realçamos especificamente duas das iniciativas que se centram neste tipo de economia: a Horta do Monte e o Banco do Tempo. No caso das iniciativas Gaia e Family Ensemble, a circulação monetária é considerada como um donativo, na primeira, e como fundo comum na segunda.

Desta conceção abrangente de economia e sociedade¹⁴⁶, da “inventividade da sociedade civil”¹⁴⁷, da articulação e tensão entre diferentes fontes e lógicas de financiamento, formam-se arranjos particulares dos vários princípios, que exigem um esforço e equilíbrio permanente, e que as entrevistas e o conhecimento prévio das iniciativas puderam comprovar.

Julgamos que os dados recolhidos corroboram uma visão ampliada sobre a economia e a concretamente a economia solidária, nomeadamente aquela empreendida por G.C. França Filho¹⁴⁸ no qual confere à Economia Solidária o mérito de ultrapassar quatro tipos de reducionismos, dois dos quais trazemos para a presente análise. No que diz respeito ao critério da pluralidade dos princípios económicos, a análise das iniciativas mapeadas demonstram que a ideia de empresa não se reduz à ideia de empresa mercantil e a economia não se reduz à troca mercantil.

Ou seja, o presente campo de análise veio demonstrar a existência de ações coletivas com atividades económicas produtoras de vários benefícios e sentidos para a vida em sociedade, e não apenas fins utilitários e lucrativos, conforme por exemplo as atividades económicas descritas enunciadas mostram. De igual forma, estas atividades económicas não limitam a economia às trocas comerciais, mas abrem-na a formas múltiplas de produção de outro tipo de riquezas que não são simples de medir com os indicadores da economia clássica, mas que se enquadram no domínio do interesse geral da construção de uma sociedade mais justa e plural nos domínios da educação, da cultura, das relações comerciais, ou da participação cidadã, todas elas com recurso à dádiva ou a reciprocidade e também com “vocação para interagir com o mercado”, já que onze delas recorrem a esse princípio económico.

Uma última nota para referir que Genauto França Filho vê na Economia Solidária, não um setor à parte, mas uma vocação para interagir com o mercado e o estado em *novos arranjos organizacionais*¹⁴⁹, vocação encontrada na pluralidade dos princípios económicos a que as iniciativas de economia solidária mapeadas recorrem, em arranjos organizacionais com grande singularidade, hipótese que esta investigação pretende demonstrar.

¹⁴⁶ No ponto 8.4 - Critério 3: A sociabilidade comunitário-pública, aprofundamos a projeção das iniciativas na sociedade.

¹⁴⁷ Hespanha, Pedro e Luciane Lucas dos Santos, *A Economia Solidária, os investigadores e a crise (2012)*, *Revista da Reitoria da Universidade de Coimbra*, 34.

¹⁴⁸ França Filho, Genauto Carvalho de (2007), *Teoria e prática em economia solidária: problemática, desafios e vocação*; Civitas, Porto Alegre, 7 (1).

¹⁴⁹ França Filho, Genauto Carvalho de (2001), *Novos arranjos organizacionais possíveis? A questão da economia solidária em questão (precisões e complementos)*, Organizações e Sociedade, Salvador, 8 (20).

Prosseguimos para o segundo critério, na busca de compreender que imperativos da ação organizacional ou coletiva fazem avançar estas iniciativas que recusam subordinar-se à lógica mercantilista.

7.2 Critério 2: Autonomia institucional

7.2.1 Apresentação dos dados quantitativos referentes

Quadro 3: Dados quantitativos referentes ao critério da Autonomia institucional

CRITÉRIO 2		AUTONOMIA INSTITUCIONAL		
Níveis gerais	5- A iniciativa possui um grau de autonomia de gestão muito elevado;			
	4- A iniciativa possui um grau de autonomia de gestão alto;			
Níveis gerais	3- A iniciativa possui um grau de autonomia de gestão médio;			
	2- A iniciativa possui um grau de autonomia de gestão fraco;			
Níveis gerais	1- A iniciativa possui um grau de autonomia de gestão muito reduzido ou inexistente.			
	Indicadores			
Iniciativas	CG	a)	b)	c)
		Presença das fontes de recursos no orçamento	Atividades de autofinanciamento	Valores da autonomia/independência
		Níveis dos Indicadores		
		5-Predomínio do autofinanciamento; 4-Vários financiadores; 3- Predomínio de um princípio económico; 2- Um financiador principal; 1-Dependência de um financiador.	5-Muitas atividades de autofinanciamento; 4-Várias atividades de autofinanciamento; 3- Algumas atividades de autofinanciamento; 2- Poucas atividades de autofinanciamento; 1- Não existem atividades de autofinanciamento.	5- O valor da autonomia é central; 4-O valor da autonomia é muito valorizado; 3- O valor da autonomia tem alguma relevância; 2- O valor da autonomia é praticamente irrelevante; 1- Não existe autonomia.
1.Cidac	3,6	4	4	3
2.Mó de Vida	4	4	5	3
3.Barbuda	5	5	5	5
4.Family	5	5	5	5
5.Horta Monte	4,3	5	5	3
6.Cem	5	5	5	5
7.Gaia	3	3	3	3
8. Centro A.C.	4,3	5	5	3
9.B.Tempo	4,3	5	5	3
10.Contacto	2,3	1	2	4
11.Buala	3,3	4	3	3
12.C.Achada	3,3	3	4	3
13.Prove	3,3	2	5	3
14.Mob	4,3	5	5	3
15.Solim	4,3	5	5	3
16.Bacalho.	4	4	5	3
17.Assoc.A.S.	2,3	2	2	3

Os seguintes dados permitem-nos fazer um resumo geral da distribuição deste critério:

- 10 Iniciativas têm um nível de autonomia entre 4 e 5¹⁵⁰;
- 5 Iniciativas têm um nível de autonomia entre 3 e 3,6¹⁵¹;
- 2 Iniciativas têm nível 2,3¹⁵².

7.2.2 Observação de outros dados relevantes

Apresentamos o resumo de cada indicador.

a) Presença das fontes de recursos no orçamento:

- 5 Iniciativas possuem o nível 5;
- 7 Iniciativas possuem o nível 4;
- 2 Iniciativas possuem o nível 3;
- 2 Iniciativas possuem o nível 1;
- 1 Iniciativa possui o nível 1.

b) Atividades de autofinanciamento

- 11 Iniciativas possuem o nível 5;
- Iniciativas possuem o nível 4;
- Iniciativas possuem o nível 3;
- 2 Iniciativas possuem o nível 1.

c) Valores da autonomia/ independência

- 3 Iniciativas possuem o nível 5;
- 1 Iniciativas possuem o nível 4;
- 13 Iniciativas possuem o nível 3.

7.2.3 Identificação de relações entre os dados e de traços comuns e singularidades das iniciativas

O tratamento dos dados mostra que a autonomia institucional tem muita importância para as iniciativas, que valorizam a não dependência de um financiador, já que 10 das iniciativas possuem um grau de autonomia de gestão elevada, embora em 13 das iniciativas o valor da autonomia tenha alguma relevância, mas não seja explicitamente valorizado.

Os três grupos informais têm um grau de autonomia muito elevado, já que são formas organizativas mais pequenas, menos rígidas, possibilitando a não dependência financeira e a autonomia para empreender atividades de um projeto com grande sentido para os seus intervenientes, que não são em número tão elevado como nas organizações formais.

¹⁵⁰ Respetivamente: Mó de Vida, Barbuda, Ensemble Family, Horta do Monte, c.e.m., Centro de Artes Culinárias, Banco do Tempo, Mob, Solim, Bacalhoeiro.

¹⁵¹ Cidac, Gaia, Buala, Casa da Achada, Prove.

¹⁵² Contacto Cultural e Associação Agostinho da Silva.

A iniciativa Cidac possui várias fontes de financiamento, respetivamente o nível 4 do indicador “presença das fontes de recurso no orçamento”, mas a maioria dos apoios que a ONG recebe provém de financiamento públicos, embora a loja de Comércio Justo já seja a concretização dos esforços da organização no caminho do autofinanciamento e cada vez maior autonomia. Podemos aqui referir a importância do papel do Estado no apoio à Economia Solidária e a iniciativas de desenvolvimento, já que esta organização é uma das mais antigas e plurais, com impactos positivos a vários níveis.

É necessário falar sobre a vulnerabilidade destas iniciativas, a “incerteza” que representam. Três delas terminaram no último ano, e outras 3 estão atualmente numa fase de grande baixa de atividades (Gaia, Bacalhoeiro e Associação Agostinho da Silva, sendo que a primeira conseguiu fortalecer a sua organização, tendo finalmente encontrado uma sede, que reconstruiu com o apoio dos sócios) devido à queda de financiamento e questionamento sobre o sentido do projeto.

É notório uma tensão ao nível deste critério na iniciativa Contacto Cultural, que apresenta nos indicadores a) e b) valores baixos (1 e 2, respetivamente), e no indicador c) a classificação é alta, ou seja, a iniciativa valoriza muito a autonomia, enquanto forma de organização coletiva e individual, que faz parte inclusivé da sua finalidade a sua promoção junto do público-alvo, mas como é um projeto dependente do financiamento do Estado, tem de obedecer às suas diretivas e procedimentos, que por vezes entra em conflito com os objetivos das iniciativa.

7.3 Critério 3: Democratização dos processos decisórios

7.3.1 Apresentação dos dados quantitativos referentes

Quadro 4: Dados quantitativos referentes ao critério da Democratização dos processos decisórios

CRITÉRIO 3		DEMOCRATIZAÇÃO DOS PROCESSOS DECISÓRIOS					
Níveis gerais	5- Lógica solidária e participativa; a autogestão é bastante importante; 4-Lógica solidária e participativa; 3-Lógica participativa na consulta mas representativa nas tomadas de decisão; 2- Lógica hierárquica e pouco participativa 1-Autogestão irrelevante.						
Indicadores		a)	b)	c)	d)	e)	f)
		Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais);	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	A iniciativa identificou como seus valores a autogestão, horizontalidade, paridade ou democracia interna	A diferença salarial entre os trabalhadores da organização
Iniciativas/ Níveis dos indicadores	CG	5- Lógica participativa e de paridade essencial; 4- Lógica participativa com paridade é importante; 3-Lógica participativa na consulta mas representativa nas tomadas de decisão; 2- Lógica hierárquica e pouco participativa 1-Lógica hierárquica.	5 – b), c) e d) As mesmas pessoas; 4-Nº alargado; 3- Participação variável; 2- Entre 4 e 8 pessoas; 1- De 1 a 3 de pessoas.	5 – b), c) e d) As mesmas pessoas; 4- Nº alargado; 3- Participação variável; 2- Entre 4 e 8 pessoas; 1- De 1 a 3 de pessoas.	5 – b), c) e d) As mesmas pessoas; 4- Nº alargado; 3- Participação variável; 2- Entre 4 e 8 pessoas; 1- De 1 a 3 de pessoas.	5- Fundamentais; 4- Bastante presentes; 3- Pouco referidos; 2-Não são referidos; 1- Inexistentes.	5- Nula; 4-Pouca; 3-Significativa; 2-Bastante; 1-Elevada.
1.Cidac	3,5	3	5	5	5	4	4
2.Mó de Vida	3,8	4	3	3	3	5	5
3.Barbuda	5	5	5	5	5	5	5
4.Family	5	5	5	5	5	5	5
5.Horta Monte	5	5	5	5	5	5	5
6.Cem	4,6	3	5	5	5	5	5

7.Gaia	4,5	5	4	4	4	5	5
8. Centro A.C.	2	2	1	1	2	2	4
9.B.Tempo	4	5	4	2	3	5	5
10.Contacto	4,2	3	2	2	2	3	3
11.Buala	2,8	3	2	2	3	3	4
12.C.Achada	3,5	3	4	3	3	3	5
13.Prove	2,2	3	2	2	2	1	3
14.Mob	3,2	5	2	2	3	4	3
15.Solim	4,5	4	5	5	5	4	4
16.Bacalho.	3	3	2	2	3	4	4
17.Assoc.A.S.	4,5	4	5	5	5	3	5

Os seguintes dados permitem-nos fazer um resumo geral da distribuição deste critério:

- 9 Iniciativas têm um nível de democratização dos processos decisórios entre 4 e 5¹⁵³;
- 6 Iniciativas têm um nível de de democratização dos processos decisórios entre 3 e 3,8¹⁵⁴;
- 2 Iniciativas têm um nível de democratização dos processos decisórios entre 2 e 2,2¹⁵⁵.

7.3.2 Observação de outros dados relevantes

Apresentamos o resumo de cada indicador.

a) Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização:

- 7 Iniciativas possuem o nível 5;
- 2 Iniciativas possuem o nível 4;
- 7 Iniciativas possuem o nível 3;
- 1 Iniciativa possui o nível 2.

b) Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes

- 7 Iniciativas possuem o nível 5;
- 3 Iniciativas possuem o nível 4;
- 1 Iniciativa possui o nível 3;
- 5 Iniciativas possuem o nível 2;
- 1 Iniciativa possui o nível 1.

c) Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)

- 7 Iniciativas possuem o nível 5;
- 1 Iniciativas possuem o nível 4;
- 2 Iniciativas possuem o nível 3;
- 6 Iniciativas possuem o nível 2;
- 1 Iniciativa possui o nível 1.

d) Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção

- 6 Iniciativas possuem o nível 5;
- 2 Iniciativa possui o nível 4;
- 6 Iniciativas possuem o nível 3;
- 3 Iniciativas possuem o nível 2;

e) A iniciativa identificou como seus valores a autogestão, horizontalidade (f), paridade (g) ou democracia interna

¹⁵³ Barbuda, Ensemble Family, Horta do Monte, c.e.m., Gaia, Banco do Tempo, Contacto Cultural, Solim, Associação Agostinho da Silva.

¹⁵⁴ Cidac, Mó de Vida, Buala, Casa da Achada, Mob e Bacalhoeiro.

¹⁵⁵ Centro de Artes Culinárias e Produtoras Prove.

- 7 Iniciativas possuem o nível 5;
 - 4 Iniciativas possuem o nível 4;
 - 4 Iniciativas possuem o nível 3;
 - 1 Iniciativa possui o nível 2;
 - 1 Iniciativa possui o nível 1.
- f) A diferença salarial entre os trabalhadores da organização
- 9 Iniciativas possuem o nível 5;
 - 5 Iniciativas possuem o nível 4;
 - 3 Iniciativas possuem o nível 3.

7.3.3 Identificação de relações entre dados, traços comuns e singularidades das iniciativas

Este critério apresenta algumas singularidades. Se por um lado para quase metade (8) das iniciativas, os processos decisórios desenrolam-se numa lógica solidária e participativa, por outro em dois terços das iniciativas a democratização dos processos decisórios apresenta uma lógica participativa na consulta mas representativa nas tomadas de decisão.

Notamos que na generalidade das iniciativas funciona uma lógica participativa com reuniões periódicas e espaços abertos para partilha de informação e consulta, mas no que toca ao processo de tomada de decisões a maioria pauta o seu funcionamento por lógicas mais diretas e orientadas para a concretização dos objetivos e atividades da organização¹⁵⁶. Apenas nas iniciativas não formais Da Barbuda, Family Ensemble e Horta do Monte, a auto-organização, a experimentação de formas de sociabilidade alargadas e igualitárias com os seus membros, e a procura de debate e tomada de decisão em conjunto, fazem parte dos objetivos da organização.

As iniciativas de dimensão maior e que envolvem mais pessoas, como o Cidac, a Mó de Vida, e a Solim, referiram que têm dificuldade em alcançar a participação dos sócios, e as iniciativas com o nível mais baixo deste critério têm uma componente económica com relevo, respetivamente o Centro de Artes Culinárias, com uma loja ao público, e as produtoras do PROVE, que vendem cabazes de produtos hortícolas.

Uma nota sobre a nula (9) ou pouca (5) diferença salarial entre os trabalhadores de 14 das 17 iniciativas, indiciando um nível elevado de prossecução de igualdade interna.

¹⁵⁶ Para mais detalhes sobre os processos democráticos e participativos de cada iniciativa, ver a questão nº 46 da alínea g) *Democracia e igualdade* nas 17 fichas de caracterização das iniciativas mapeadas.

7.4 Critério 4: Sociabilidade comunitário-pública

7.4.1 Apresentação dos dados quantitativos referentes

Quadro 4: Dados quantitativos referentes ao critério da Sociabilidade comunitário-pública

CRITÉRIO 4		SOCIABILIDADE COMUNITÁRIO PÚBLICA						
Níveis	5-A solidariedade com a comunidade é fundamental para a organização; a iniciativa visa contribuir para o desenvolvimento local e a coesão social; 4- A solidariedade com a comunidade é importante na organização; a iniciativa realiza algumas atividades que contribuem para o desenvolvimento local e a coesão social. 3-A solidariedade com a comunidade é relevante para a organização; iniciativa tem pouco impacto ao nível do desenvolvimento local e da coesão social; 2-A solidariedade é praticamente irrelevante na organização; a iniciativa tem pouco ou nenhum impacto ao nível do desenvolvimento local e da coesão social; 1-A solidariedade é irrelevante na organização; a iniciativa pauta-se por uma lógica de interesse próprio.							
Indicadores		a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)
		Número de pessoas envolvidas (por ano)	Objetivos, áreas de atuação, principais atividades e valores relacionados com o interesse geral;	São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo?	Como é que a lógica solidária com a comunidade se manifesta na sua organização/empreendimento?	A organização participa em formas solidárias de produção/consumo e/ou comercialização de seus produtos?	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político?	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização.
Iniciativas	CG	5-A iniciativa envolve mais de 5000 pessoa; 4- A iniciativa envolve mais de 1200 pessoas; 3- A iniciativa envolve mais de 300 pessoas; 2- A iniciativa envolve entre 300 e 121 pessoas; 1-A iniciativa envolve menos de 120 pessoas;	5- Várias ações da organização visam responder a problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente; 4- Algumas ações da organização visam responder a alguns problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente; 3- A organização tem poucas ações que visam responder a problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente; 2- A organização praticamente não	5- A organização tem vários impactos positivos ao nível de problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente; 4- A organização tem alguns impactos positivos ao nível de problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente; 3- A organização tem poucos impactos positivos ao nível de problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente; 2- A organização tem muito poucos impactos	5-A iniciativa é um espaço público de proximidade com várias atividades de entrada livre e aberta a todas as pessoas; 4- A iniciativa é um espaço público de proximidade com bastantes atividades abertas a todas as pessoas que sejam sócias, por até 16 euros/ ano; 3- A iniciativa é um espaço público de proximidade com poucas atividades de entrada livre e aberto a sócias, de 16 a 50 euros/ano; 2- A iniciativa é sobretudo destinada	5- A organização participa em várias formas solidárias de produção/consumo e/ou comercialização de seus produtos; 4- A organização participa em algumas formas solidárias de produção/consumo e/ou comercialização de seus produtos; 3- A organização participa em 2 formas solidárias de produção/consumo e/ou comercialização de seus produtos; 2- A organização participa em 1 forma solidária de produção/consumo e/ou comercialização	5- A organização participa em vários movimento/rede s; 4- A organização participa em alguns movimento/rede; 3- A organização participa em 2 movimentos/red es; 2- A organização participa em 1 movimento/red e; 1- A organização não participa em nenhum movimento/rede;	5-A iniciativa tem vários trabalhadores ou colaboradores em risco de exclusão social; 4-A iniciativa tem alguns trabalhadores ou colaboradores em risco de exclusão social; 3-A iniciativa tem 2 trabalhadores ou colaboradores em risco de exclusão social; 2-A iniciativa tem 1trabalhador ou colaborador em risco de exclusão social; 1- A iniciativa não

			desenvolve ações que visem responder a problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente; 1- A organização não tem ações que visam responder a problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente.	positivos ao nível problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente; 1- A organização não tem impactos positivos ao nível de problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente.	a pessoas que paguem os serviços prestados; 1- A iniciativa não tem atividades de relação com a comunidade.	de seus produtos; 1- A organização não participa em formas solidárias de produção/consumo e/ou comercialização de seus produtos.		tem trabalhadores ou colaboradores em risco de exclusão social.
1.Cidac	3,9	4	5	5	4	4	4	1
2.Mó de Vida	3,4	3	5	4	5	2	3	2
3.Barbuda	3	3	3	4	5	1	1	4
4.Family	2,3	1	3	4	1	4	2	1
5.Horta Monte	4	2	4	4	5	3	5	5
6.Cem	4	5	4	5	3	5	4	2
7.Gaia	4,1	3	5	4	5	5	5	2
8. Centro A.C.	2,9	4	4	4	2	4	1	1
9.B.Tempo	3,7	2	5	4	5	1	5	4
10.Contacto	3,9	2	5	5	5	5	3	2
11.Buala	3,9	5	4	4	5	2	4	3
12.C.Achada	3,9	3	5	5	5	2	4	3
13.Prove	2,6	1	3	3	2	4	4	1
14.Mob	3,4	4	4	4	4	3	4	1
15.Solim	4,1	5	5	5	4	4	5	1
16.Bacalho.	2,9	4	3	3	4	4	1	1
17.Assoc.A.S.	2,4	1	3	3	4	1	1	1

Os seguintes dados permitem-nos fazer um resumo geral da distribuição deste critério:

- 9 Iniciativas têm um nível de sociabilidade comunitário-pública entre 3,7 e 4,1¹⁵⁷;
- 3 Iniciativas têm um nível de de sociabilidade comunitário-pública entre 3 e 3,4¹⁵⁸;
- 5 Iniciativas têm um nível de e sociabilidade comunitário-pública entre 2 e 2,9¹⁵⁹

7.4.2 Observação de outros dados relevantes

Apresentamos o resumo de cada indicador.

a) Número de pessoas envolvidas (Membros, assalariados, utentes, beneficiários, voluntários)

- 3 Iniciativas possuem o nível 5;
- 5 Iniciativas possuem o nível 4;
- 4 Iniciativas possuem o nível 3;
- 3 Iniciativas possuem o nível 2;
- 2 Iniciativas possuem o nível 1.

b) Objetivos, áreas de atuação, principais atividades e valores relacionados com o interesse geral

- 7 Iniciativas possuem o nível 5;
- 5 Iniciativas possuem o nível 4;
- 5 Iniciativas possuem o nível 3;

c) São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo?

- 5 Iniciativas possuem o nível 5;
- 9 Iniciativas possuem o nível 4;
- 3 Iniciativas possuem o nível 3.

d) Como se manifesta a lógica solidária com a comunidade na sua organização/empreendimento?

- 9 Iniciativas possuem o nível 5;
- 4 Iniciativas possuem o nível 4;
- 1 Iniciativa possui o nível 3;
- 2 Iniciativas possuem o nível 2;
- 1 Iniciativa possui o nível 1.

e) A organização participa em formas solidárias de produção/consumo e/ou comercialização de seus produtos?

- 5 Iniciativas possuem o nível 5;
- 4 Iniciativas possuem o nível 4;
- 2 Iniciativas possuem o nível 3;

¹⁵⁷ Cidac, Horta do Monte, c.e.m., Gaia, Banco do Tempo, Contacto, Buala, Casa da Achada, Solim.

¹⁵⁸ Mó de Vida, Mob, Barbuda.

¹⁵⁹ Family Ensemble, Centro de Artes Culinárias, Prove, Bacalhoeiro, Associação Agostinho da Silva.

- 3 Iniciativas possuem o nível 2;
- 3 Iniciativas possuem o nível 1.

f) A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro?

- 3 Iniciativas possuem o nível 5;
- 6 Iniciativas possuem o nível 4;
- 2 Iniciativas possuem o nível 3;
- 3 Iniciativas possuem o nível 2;
- 3 Iniciativas possuem o nível 1.

g) Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização.

- 2 Iniciativa possui o nível 5;
- 2 Iniciativas possuem o nível 4;
- 2 Iniciativas possuem o nível 3;
- 4 Iniciativa possui o nível 2;
- 7 Iniciativas possuem o nível 1.

7.4.3 Identificação de relações entre dados, traços comuns e singularidades das iniciativas

É necessário assinalar que os resultados gerais deste critério não revelaram um nível de sociabilidade comunitário-pública mais elevado, devido à muito baixa presença na maioria das iniciativas, do indicador g) *Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização*.

Porém, a análise dos indicadores mostra-nos que estamos perante organizações para as quais a solidariedade com a comunidade é importante, que têm objetivos, áreas de atuação, principais atividades e valores relacionados com o interesse geral e com impactos positivos ao nível da melhoria de problemas públicos gerais, no âmbito da educação, cultura, meio ambiente.

É interessante notar que as 4 iniciativas com o nível mais elevado deste critério¹⁶⁰ atuam em áreas distintas, e alternativas, podemos afirmar, nos domínios da Horta, do Corpo, do Ambiente e da Imigração, contribuindo para o desenvolvimento local e a coesão social nestas esferas da vida pertinentes, com uma componente marcante de inclusão de pessoas com fatores de desfavorecimento. As oito iniciativas com um nível deste critério entre 3 e 3,9, enquadram-se numa perspetiva de oferta cultural (cinco¹⁶¹) e económica (2¹⁶²; o banco do tempo encaramos como do foro social) crítica da produção e visão económica massificadora e alienante.

¹⁶⁰ Horta do Monte, c.e.m., Gaia e Solim; nível 4 e 4,1.

¹⁶¹ Barbuda, Contacto, Buala, Casa da Achada e Mob.

¹⁶² Cidac e Mó de Vida.

As iniciativas com o nível mais baixo deste critério, são respetivamente a iniciativa Family Ensemble, Prove, Bacalhoeiro e Associação Agostinho da Silva. Family Ensemble é uma iniciativa de economia doméstica, que apesar de ter uma escala mais individual, faz parte de uma tendência desejável na mudança de consumo dos cidadãos, que quando multiplicada tem influência na resolução de problemas públicos, como o excesso de gasto de energias não renováveis. As iniciativas Centro de Arte Culinária e Prove, têm uma dimensão comercial forte, e estão mais associadas a prestação de serviços monetários, mas têm uma função importante na oferta singular, alternativa ao comércio de grande distribuição, de bens e serviços de qualidade para a saúde, ambiente e sustentabilidade de formas de produção e vida tradicionais. O Bacalhoeiro e a Associação Agostinho da Silva são duas associações com um potencial cultural importante de pluralidade artística e filosófica, ainda que sem envolver um grande número de pessoas.

A sociabilidade comunitário-pública nas iniciativas mapeadas, relaciona-se bastante com a oposição a formas de sociabilidade homogêneas e pouco participativas, e a construção de espaços e relações sociais onde qualquer pessoa pode participar e usufruir do potencial transformador de atividades alternativas, contribuindo para a autossuficiência de pequenos produtores e cultivo de alimentos mais sãos, para a solidariedade entre diferentes pessoas e para a democratização do saber e do conhecimento.

Algumas notas sobre as parcerias entre organizações e o trabalho em rede. Uma das forças para o desenvolvimento da Economia Solidária a qual já fizemos referência, é a construção de um mercado solidário com oferta e procura de bens e serviços deste tipo de iniciativas. Nove das iniciativas mapeadas participam em várias (5) ou algumas (4) formas solidárias de produção, consumo ou comercialização de produtos, contribuindo neste sentido, e duas das iniciativas, respetivamente o Cidac e a Mó de Vida, participam ativamente no consumo entre organizações da Economia Solidária. No entanto, notamos que quase o mesmo número das iniciativas mapeadas, as restantes oito, participam em poucas (5) ou nenhuma (3) organizações da Economia Solidária, que concluímos que ainda há uma grande necessidade e potencialidade em fomentar o trabalho em rede.

A sociabilidade comunitário-pública refere-se também à forma como se manifesta a lógica solidária com a comunidade, e a articulação com o contexto local, que optámos por designar como o expoente máximo a iniciativa ser um espaço público de proximidade com várias atividades de entrada livre e aberta a todas as pessoas. É uma assunção limitada da lógica solidária, mas que expressa uma lógica de democratização dos espaços e seus saberes/atividades inerentes, que está muito presente no nosso campo de análise. Ou seja, verificámos que estas experiências se demarcam também, por serem locais que se querem plurais, de cruzamento de diferentes pessoas, grupos, áreas, favorecendo possibilidades de vivência conjunta, de sociabilidades alargadas, com potencial para num futuro próximo poder construir-se em conjunto a oferta e procura de bens e serviços considerada por Laville e França Filho como uma marca da Economia Solidária. Por outro lado, notámos em algumas iniciativas, que existe no seio da organização, um questionamento sobre os moldes que a relação com a comunidade deve ter, e duvidando do significado de expressões como

desenvolvimento¹⁶³, solidariedade, inserção comunitária e democracia. Nomeadamente a iniciativa Barbuda e Gaia, esta relação foi problemática, ditando o fim da primeira organização e a saída do local onde estava da segunda. As duas iniciativas expressaram que a relação com a comunidade não era planeada e havia várias posições dos seus membros sobre a forma, os objetivos desta relação, mas sem aprofundar as causas dos problemas entre as iniciativas e elementos e grupos da comunidade, podemos concluir que estes últimos não consideraram as organizações como importantes para a sua vida ou para a satisfação das suas necessidades. Também a iniciativa Casa da Achada enfatizou a questão da comunidade onde está inserida, e embora defina como um dos seus objetivos realizar atividades com importância cultural e social para a população local, referiu como um problema a falta de procura ou falta de participação da população nas atividades que a iniciativa oferece, e a preferência por uma oferta cultural do espetáculo de massas.

Outro conceito contestado foi o de democracia, que a entrevistada do Centro de Artes Culinárias referiu como uma palavra que foi esvaziada, e que vivemos uma “ditadura da maioria”; queremos sublinhar que verificámos nas entrevistas uma problematização de conceitos com sentido político e social, que é característica da visão crítica atribuída à Economia Solidária.

Uma última nota para sublinhar que a organização c.e.m, aquela onde a relação com a comunidade é mais relevante, é aquela onde a problematização destes conceitos e relações referidos anteriormente ocupa um lugar de maior destaque, quer através de reflexões escritas (no blog, nas suas publicações periódicas) quer através de atividades de discussão pública, organizando debates, discussões, e atuando numa grande variedade de espaços e com comunidades tão diversas como crianças em escolas, deficientes e idosos em centros de dia, intelectuais e estudantes de dança na sua sede.

¹⁶³ Vários responsáveis das iniciativas entrevistados contestaram a noção de desenvolvimento, sobretudo aquela que é uma escolha de fora sobre a vida de um grupo/ comunidade.

7.5 Critério 5: Finalidade multidimensional

7.5.1 Apresentação dos dados quantitativos referentes

Quadro 6: Apresentação dos dados quantitativos referentes ao critério Finalidade Multidimensional

CRITÉRIO 5	FINALIDADE MULTIDIMENSIONAL	
Níveis gerais	5- A finalidade da iniciativa tem mais de quatro dimensões; 4-A finalidade da iniciativa tem quatro dimensões principais; 3-A finalidade da iniciativa tem três dimensões principais; 2-A iniciativa tem sobretudo uma dimensão económica e outra; 1-A iniciativa tem, fundamentalmente, uma finalidade.	
Indicadores	Número de áreas de atuação diferentes, os objetivos e as atividades	
Iniciativas	Dimensões principais de atuação ¹⁶⁴	CG
1.Cidac	Educação para o desenvolvimento, Cooperação para o desenvolvimento, Comércio Justo, soberania alimentar, PALOP	5
2.Mó de Vida	Educação para o desenvolvimento, Cooperativismo, Educação não formal, promoção socio-cultural, desenvolvimento local	5
3.Barbuda	Autogestão, Música, vídeo, intervenção social	4
4.Family	Gestão da casa/vida (educação, alimentação, habitação, energia, saúde, tempos livres)	5
5.Horta Monte	Horta comunitária, permacultura, saúde	3
6.Cem	Movimento, espaço público, intervenção comunitária, formação, solidariedade, dança, política	5
7.Gaia	Consumo responsável, defesa ambiental, educação para o desenvolvimento	3
8. Centro A.C.	Património alimentar, cultura, formação,	3
9.B.Tempo	Partilha igualitária de competências, Intervenção comunitária, Solidariedade	5
10.Contacto	Estúdio de som e imagem (Musica e video), desporto e cultura, TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação), educação informal/ cidadania, capacitação , empreendedorismo(formação para o emprego) Intervenção comunitária	5
11.Buala	Cultura, comunicação, arte, educação	4
12.C.Achada	Arte, cultura, literatura, pintura, intervenção comunitária	4
13.Prove	Agricultura, comércio de proximidade	2
14.Mob	Música, teatro, exposições, Política	4
15.Solim	Integração de imigrantes: política, social, habitação, formação, emprego	5
16.Bacalho.	Musica	1
17.Assoc.A.S.	Cultural	1

¹⁶⁴ Referimos as áreas principais de atuação, no sentido de contribuir para uma melhor visualização do tipo de iniciativas e do nível atribuído a cada uma.

Após o tratamento dos dados, efetuamos um resumo geral da distribuição deste critério:

- 7 Iniciativas têm um nível de finalidade multidimensional 5¹⁶⁵;
- 4 Iniciativas têm um nível de finalidade multidimensional 4¹⁶⁶;
- 3 Iniciativas têm um nível de finalidade multidimensional 3¹⁶⁷;
- 1 Iniciativa tem um nível de finalidade multidimensional 2¹⁶⁸
- 2 Iniciativas têm um nível de finalidade multidimensional 1¹⁶⁹.

7.5.2 Observação de outros dados relevantes

As iniciativas integram várias dimensões que se interligam, e não sendo fácil identificar dimensões principais; no entanto procurámos fornecer um retrato tipificado das organizações de forma a estruturar os dados recolhidos, e assim, em relação à finalidade e às principais áreas de atuação¹⁷⁰ verificam-se as seguintes características:

- Em sete iniciativas a finalidade cultural é predominante; em cinco das iniciativas os objetivos culturais estão associados a objetivos políticos;
- Quatro iniciativas realizam atividades ligadas à alimentação;
- Duas iniciativas realizam atividades de intervenção comunitária;
- Uma iniciativa tem uma finalidade principalmente política;
- Uma iniciativa tem uma finalidade principalmente ligada à solidariedade;
- Uma iniciativa tem uma finalidade ligada principalmente à Cooperação para o desenvolvimento;
- Uma iniciativa tem uma finalidade principalmente política ao Comércio Justo;
- Três iniciativas têm uma dimensão económica forte;
- Dezassete iniciativas têm mais do que uma dimensão principal
- Uma iniciativa é uma parceria entre duas organizações, uma com uma forte dimensão cultural e outra sobretudo de cariz político;

¹⁶⁵ Respetivamente: Cidac, Mó de Vida, Ensemble Family, c.e.m., Banco do Tempo, Contacto Cultural e Solim.

¹⁶⁶ Barbuda, Buala, Casa da Achada e Mob.

¹⁶⁷ Horta do Monte, Gaia e Centro de Artes Culinárias.

¹⁶⁸ Respetivamente a iniciativa Produtoras PROVE, com uma dimensão económica e agrícola principal.

¹⁶⁹ Bacalhoeiro e Associação Agostinho da Silva.

¹⁷⁰ Aquela onde as iniciativas realizam um maior número de atividades.

7.5.3 Identificação de relações entre dados, traços comuns e singularidades das iniciativas

No que diz respeito à sua finalidade multidimensional a generalidade das iniciativas aproxima-se da identidade da economia solidária: das dezassete iniciativas analisadas, catorze têm uma finalidade com três e mais dimensões, articulando diferentes esferas de ação e concretizando uma visão abrangente da sociedade num esforço de busca de equilíbrios e complementaridade permanente, também expresso na plasticidade de formas, desafios e estratégias que cada organização pode tomar, como por exemplo: loja de comércio justo e centro de documentação (Cidac), prestação do serviço de pausas justas e acolhimento de voluntários internacionais (Mó de Vida), produção e venda de refeições e sede de coletivos periféricos (Barbuda), horta aberta à comunidade e rede de voluntários responsáveis (Horta do Monte), escola de dança e espaço comunitário de exercício da democracia (c.e.m.), livre iniciativa com base em valores holísticos e necessidade de uma sede e planeamento de atividades regulares (Gaia), vender produtos de qualidade e preço mais elevado num contexto de crise económica, rede social de dádiva de tempo e saberes sem uma cultura assistencialista (Banco do Tempo), espaço de promoção de participação ativa dos jovens e respeito de exigências burocráticas de um programa (Contacto Cultural), promoção e exercício de liberdade e responsabilidade de expressão e das suas condições (Buala), biblioteca e centro cultural público situado num contexto comunitário desinteressado (Casa da Achada), produzir diversidade para um consumidor responsável mas por vezes não comprometido (Produtoras Prove), intervenção política e cultural associativa e serviço geral de consumo de bar (Mob), propriedade de imigrantes e dificuldades de satisfação das suas necessidades (Solim), coletivo cultural e escassez de fundos (Bacalhoeiro), finalidade comum mas diferentes estratégias para atingi-la defendidas pelos membros (Associação Agostinho da Silva).

7.6 Comentários gerais

7.6.1 Apresentação dos dados quantitativos referentes aos cinco critérios

Quadro 6: Dados quantitativos referentes aos cinco critérios

Critérios

- 1- Pluralidade de Princípios Económicos
- 2- Autonomia Institucional
- 3- Democratização dos processos decisórios
- 4- Sociabilidade comunitário-pública
- 5- Finalidade multidimensional

IES	Média	1	2	3	4	5
1.Cidac	4	4	3,6	3,5	3,9	5
2.Mó de Vida	4,04	4	4	3,8	3,4	5
3.Barbuda	4	3	5	5	3	4
4.Family	4,06	3	5	5	2,3	5
5.Horta Monte	3,66	2	4,3	5	4	3
6.c.e.m	4,52	5	5	4,6	4	4
7.Gaia	3,52	3	3	4,5	4,1	3
8. Centro A.C.	3,24	4	4,3	2	2,9	3
9.B.Tempo	3,82	2	4,3	4	3,7	5
10.Contacto	3,48	2	2,3	4,2	3,9	5
11.Buala	3,4	3	3,3	2,8	3,9	4
12.C.Achada	3,74	4	3,3	3,5	3,9	4
13.Prove	2,42	2	3,3	2,2	2,6	2
14.Mob	3,58	3	4,3	3,2	3,4	4
15.Solim	4,38	4	4,3	4,5	4,1	5
16.Bacalho.	2,78	3	4	3	2,9	1
17.Assoc.A.S	2,64	3	2,3	4,5	2,4	1
Média Critérios	3,60	3,33	3,60	3,83	3,43	3,11

Após o tratamento dos dados, efetuamos um resumo geral dos cinco critérios:

- 6 Iniciativas têm um nível geral entre 4 e 4,52¹⁷¹;
- 8 Iniciativas têm um nível geral entre 3 e 3,82¹⁷²;
- 2 Iniciativas têm um nível geral entre 2,42 e 2,78¹⁷³.

¹⁷¹ Respetivamente, Cidac, Mó de Vida, Barbuda, Family, c.e.m e Solim.

¹⁷² Respetivamente, Horta do Monte, Gaia, Centro de Artes Culinárias, Banco do Tempo, Contacto Cultural, Buala, Casa da Achada e Mob.

¹⁷³ Respetivamente, Prove, Bacalhoeiro e Associação Agostinho da Silva.

7.6.2 Comparação dos resultados observados com os resultados esperados e interpretação das diferenças

Os vários critérios analisados e a classificação geral, sendo o valor 5 o mais próximo de Iniciativas de Economia Solidária e o nível 1 aquele que mais se afasta, podemos afirmar que os resultados observados não são muito diferentes entre si, e mostram que estamos perante iniciativas com valores e traços de economia solidária. De facto, as IES mapeadas são uma amostra de atividades económicas plurais, que valorizam uma gestão autónoma e onde a democratização dos processos decisórios é um dos fatores mais importantes, facto que nos surpreendeu. Julgamos que este dado resulta de crescente consciencialização e vontade das pessoas em participarem de forma mais ativa nas suas vidas e na forma como estabelecem as suas relações sociais, culturais, económicas etc, uma tendência que podemos generalizar um pouco por todo o mundo, e associá-la com o projeto da(s) Economia(s) Solidárias).

A procura de articulação com o contexto local no sentido de responder em conjunto a problemáticas comuns e alimentar uma solidariedade igualitária, também é notável, e notamos uma grande apetência das iniciativas para serem partilhadas por outros projetos e envolverem públicos alargados, num movimento amplo de inclusão e enriquecimento pela diversidade que esperávamos encontrar mas superou as expectativas.

As três iniciativas com um nível geral dos critérios mais baixo, verificam um nível baixo de finalidade multidimensional, o que nos leva a sublinhar a importância do carácter heterocentrado das iniciativas face à sua natureza plural essencial.

Alguns dados observados não eram esperados, nomeadamente: o fecho das iniciativas, sobretudo a Barbuda e a Horta do Monte, cujos motivos estão muito ligados à relação com a comunidade e o poder público, a fraca dinâmica de três das iniciativas¹⁷⁴, sobretudo devido a constrangimentos financeiros e o engajamento muito forte dos responsáveis entrevistados nas respetivas iniciativas, a sua consciência crítica e autodenominação como integrando iniciativas plurais e éticas, embora muito poucos se autoconsiderem pertencentes ao universo da Economia Solidária, mostrando uma necessidade de fomentar o seu conhecimento e potencialidades.

¹⁷⁴ Respetivamente Gaia, Bacalhoeiro e Associação Agostinho da Silva

VIII. CONCLUSÕES

VIII. CONCLUSÕES

Consideramos que esta investigação é um primeiro passo de mapeamento de IES em Portugal e em Lisboa em particular, e que não sendo um mapeamento exaustivo, constitui-se como uma amostra do que existe na realidade, contribuindo para a visibilidade de configurações diversas que o movimento da Economia Solidária em Portugal adquire/ está a adquirir. Neste sentido, futuros trabalhos poderão aprofundar as considerações formuladas, os instrumentos de trabalho utilizados e o universo do campo de análise estudado.

A partir deste estudo, pensamos ter contribuído para a compreensão de algumas especificidades, matizações, contributos e constrangimentos do campo de análise estudado, e podemos afirmar que estamos perante um campo de práticas de iniciativas de economia solidária, que se manifesta numa diversidade de formas organizativas ao nível dos princípios económicos exercidos, da autonomia institucional, da democratização dos processos decisórios, da sociabilidade comunitário-pública e da finalidade pluridimensional, constituindo-se como um campo que subverte o paradigma atual de valorização do lucro, do crescimento económico ou do interesse próprio, e que tem potencialidades para se fortalecer e crescer, nomeadamente cremos, apostando no desenvolvimento de redes de colaboração entre elas e com os seus públicos.

Eventualmente a iniciativa Prove poderá induzir algumas dúvidas, já que é a única onde a média geral dos 5 critérios se situa abaixo do nível 2,5, mas pensamos que apesar de ter uma singularidade empresarial de procura de lucro face às outras, exerce uma interação com os outros princípios económicos, que pensamos a aproxima do universo das IES.

As iniciativas onde se verifica um nível mais alto dos critérios, respetivamente a Mó de Vida, o c.e.m. e a Solim, são aquelas onde a dimensão política é mais forte (a par com a iniciativa Cidac, Barbuda e Banco do Tempo). De notar que as duas iniciativas mais antigas, respetivamente o Cidac e o c.e.m., verificam uma forte presença dos critérios (3,97 e 4,4) e que aquelas que se assumem como de Economia Solidária, contribuindo para a sua promoção e desenvolvimento, possuem níveis mais elevado dos critérios, respetivamente o Cidac, a Mó de Vida, o c.e.m. e o Banco do Tempo.

Notamos também que muitas iniciativas (7) atuam na área Cultural, numa perspetiva de cultura entendida como meio de desenvolvimento social que está muito associada aos valores da Economia Solidária, e que contribui para a força e importância da Economia Solidária na socialização dos valores da democracia, igualdade, trabalho emancipado, responsabilidade e solidariedade.

Uma grande vantagem, marca e legitimidade da Economia Solidária, é a sua pluralidade e diversidade, contribuindo para a existência e continuidade de conhecimentos e experiências de grande diversidade e riqueza, e que são uma marca forte de novidade, ou como Laville designa, de renascimento e reatualização de projetos históricos coletivos inovadores, num mundo cada vez mais homogeneizado pelos modos de produção e consumo de massa.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

- Cattani, António David, Jean-Louis Laville, Luiz Inácio Gaiger, Pedro Hespanha (2009), *Dicionário Internacional da Outra Economia*, Coimbra, Almedina.
- França Filho, Genauto Carvalho de (2001), “Novos arranjos organizacionais possíveis? A questão da economia solidária em questão (precisões e complementos)”, *Organizações e Sociedade*, Vol. 8 (20), pp.125-137.
- França Filho, Genauto Carvalho de (2002), “Terceiro setor, economia social, economia solidária e economia popular: traçando fronteiras conceituais”, *Bahia Análise & Dados*, Salvador SEI/ Governo da Bahia, 12 (1), pp. 9 -19.
- França Filho, Genauto Carvalho de; Jean-Louis Laville (2004), *Economia Solidária - Uma Abordagem Internacional*, Porto Alegre, Editora da UFRGS.
- França Filho, Genauto Carvalho de (2007), “Teoria e prática em economia solidária: problemática, desafios e vocação”, *Civitas - Revista de Ciências Sociais*, 7 (1), pp. 155-174.
- Gaiger, Luíz Inácio (2009), “Antecedentes e expressões atuais de economia solidária”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 84, pp. 81-99.
- Hespanha, Pedro e Aline Mendonça dos Santos (Orgs.) (2011) *Economia Solidária: Questões Teóricas e Epistemológicas*, Coimbra, Almedina.
- Hespanha, Pedro e Luciane Lucas dos Santos (2012), “A Economia Solidária, os investigadores e a crise”, *Revista Rua Larga da Reitoria da Universidade de Coimbra*, 34.
- Moraes, Leandro e Adriano Borges (Orgs.) (2010), *Novos paradigmas de produção e consumo : experiências inovadoras*, Instituto Pólis, São Paulo.
- Namorado, Rui (2009), “Para uma economia solidária- a partir do caso português”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 84, pp. 65-80.
- Quivy, C. e L.V.Campenhout (2004), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Gradiva, Lisboa
- Santos, Luciane Lucas de (2010), “Os clubes de troca na economia solidária: Por um modelo crítico e emancipatório de consumo”, Hespanha, Pedro e Aline Mendonça dos Santos (Orgs.), *Economia Solidária: Questões Teóricas e Epistemológicas*, Almedina, Coimbra.
- Sousa Santos, Boaventura (2007), *Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social*, Boitempo Editorial, São Paulo.
- Valentim, Igor Vinicius Lima (2012), *Economia Solidária em Portugal: inspirações cartográficas*, Editora Mó de Vida.

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO A- Ficha de caracterização das IES – MESS 2013

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input type="checkbox"/> Outra
3.	Quando foi criada (ano)?	1995
4.	Nº de pessoas	Nº membros; Nº Assalariados; Nº Utentes, Nº de beneficiários; Nº Voluntários;
5.	Âmbito territorial	Local Regional Nacional Internacional

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	
7.	Código Postal	
8.	Localidade	
9.	Telefone	
10.	Correio eletrónico	
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	
12.	Pessoa de contato	

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/ empreendimento	
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	
18.	Dificuldade/tensões: destaque algumas das principais dificuldade/tensões	

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisfaciente)

19.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais /Educativas		
20.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva		
21.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)		
22.	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)		

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

23.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Alimentação, cultura, educação, ambiente, saúde, energia, vestuário, higiene, resíduos	
24.	Quais os principais aspetos que criticam?	
25.	Preocupações na realização dos atos do consumo institucional Reciclagem	
26.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	
27.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores	
28.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente	
29.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	
30.	Adquirir produtos do Comércio Justo	
31.	Adquirir produtos de agricultura biológica	
32.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	
33.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	
34.	Na qualidade final (durabilidade) do produto	
35.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	
36.	Adquirir produtos reutilizados	
37.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias	
38.	Construir uma ponte relacional com o Outro	
39.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	
40.	Abdicar de desejos de acumulação	

41.	Abdicar da distinção social	
42.	Especifique outras preocupações	

f) Formas solidárias de colaboração

43.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento?	
44.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	
45.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	

g) Dimensão da democracia e igualdade

46.	Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização?	
47.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	
48.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	
49.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	
50.	Como se manifesta a igualdade na organização	
51.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	
52.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	

Entrevistado: Data:

ANEXO B- Ficha de empreendimentos de ES para a base de dados do Grupo ECOSOL



ecosol

Grupo de Estudos sobre Economia Solidária
Colóquio Internacional: Economia Solidária, Uma semente de futuro
Coimbra, 03 e 04 de novembro de 2011

Cadastro de organizações/empreendimentos para a base de dados do Grupo ECOSOL / CES

a) Designação data de constituição, membros e âmbito territorial:

1.	Nome da organização/empreendimento		
2.	A organização/empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo Informal <input type="checkbox"/> Associação (associações civis diversas, associação de artesãos ou agricultores para produção/comercialização de bens, sindicatos) <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de comércio justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD (organizações não governamentais de desenvolvimento) <input type="checkbox"/> Outra: _____	
3.	Quando foi criada (ano)		
4.	Número de pessoas	Número de membros da organização/empreendimento	
		Número de beneficiários / utentes (se aplicável)	
5.	Âmbito territorial (assinale uma ou mais opções)	<input type="checkbox"/> local <input type="checkbox"/> regional <input type="checkbox"/> nacional <input type="checkbox"/> internacional	

b) Dados da organização/empreendimento:

6.	Morada		
7.	Código Postal		
8.	Localidade		
9.	Telefone		
10.	Correio eletrónico		
11.	Endereço eletrónico (Web site / blog/ facebook)		
12.	Pessoa de contato		

c) Informações sobre a estrutura organizativa:

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/empreendimento.	
-----	----------------------------------------------------------------------------	--

14.	Áreas de atuação: indique as áreas de atuação/respostas sociais da organização/empreendimento.	
-----	------------------------------------------------------------------------------------------------	--

15.	Principais atividades: indique algumas das ações/atividades realizadas pela organização/empreendimento.	
-----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

16.	Parcerias: indique os principais apoiantes e parceiros da organização/empreendimento.	
-----	---------------------------------------------------------------------------------------	--

d) Formas solidárias de colaboração:

17.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/empreendimento?	
-----	-------------------------------------------------------------------------------	--

18.	A organização participa em formas solidárias de produção, consumo, distribuição e / ou comercialização de seus produtos?	
-----	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

19.	A organização/empreendimento participa de alguma rede ou movimento social/político/cultural em Portugal e/ou no estrangeiro? Qual (s)?	
-----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

20.	Indique abaixo uma ou mais alternativas de atividades desenvolvidas pelo seu empreendimento/organização e assinale ao lado se são feitas coletivamente, individualmente ou no contexto familiar. (não há limites de atividades para marcar)			
	Atividades	Coletiva/associativa	Familiar	Individual
<input type="checkbox"/>	Organização da produção			
<input type="checkbox"/>	Prestação de serviços			
<input type="checkbox"/>	Comercialização			
<input type="checkbox"/>	Troca de produtos, serviços ou conhecimentos (feiras ou clubes de trocas)			
<input type="checkbox"/>	Uso de equipamentos e ferramentas / Uso coletivo de armazéns e lojas			
<input type="checkbox"/>	Compra de matéria-prima			
<input type="checkbox"/>	Poupança, crédito			
<input type="checkbox"/>	Outras: _____			

ANEXO C – Fragmento do Formulário para Empreendimentos Económicos Solidários do Sistema de Informações de Economia Solidária - Secretaria Nacional de Economia Solidária – Governo do Brasil¹

¹ Versão completa em http://www2.mte.gov.br/ecosolidaria/sies_formularioentrevistaSIESfaseII.pdf



**MINISTÉRIO
DO TRABALHO
E EMPREGO**

**Secretaria Nacional de Economia
Solidária**

Departamento de Estudos e Divulgação - DED
Esplanada dos Ministérios - Bloco F - sala 331
Cep: 70.059-900 - Brasília - Distrito Federal
Tel.: 61 317 6533 - E-mail: mapeamento.senaes@mte.gov.br



Formulário para Empreendimentos Econômicos Solidários

IDENTIFICAÇÃO:

Número do Formulário:	Empreendimento:
Estado:	Município:

CONTROLE DO FORMULÁRIO:

Nome do(a) Entrevistador(a):	Data da entrevista: ____/____/____
Nome do(a) Supervisor(a):	Data da aprovação: ____/____/____
Crítica ou observação do(a) supervisor(a):	

COMENTÁRIOS DO(A) ENTREVISTADOR(A):

IDENTIFICAÇÃO, ABRANGÊNCIA E CARACTERÍSTICAS GERAIS:

1. Nome do Empreendimento:	_____
2. Nome de Fantasia ou Sigla:	_____



Outra eCONOMia aCONteCe

Apoio:

FÓRUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA

ANEXO D - Mapa de Lisboa com a localização das IES²

² A IES nº2 situa-se em Almada pelo que não consta do mapa



ANEXO E- Fichas de caracterização das 17 Iniciativas de Economia Solidária Mapeadas

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	Cidac
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input checked="" type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input checked="" type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input checked="" type="checkbox"/> ONGD <input checked="" type="checkbox"/> Outra: Espaço para distribuição de cabazes agrícolas, Centro de Documentação
3.	Quando foi criada (ano)?	1974
4.	Nº de pessoas	Nº membros: 67 sócios (2 são coletivos) Nº Assalariados: 5 Nº Utentes Nº de beneficiários: cerca de 900 Nº Voluntários
5.	Âmbito territorial	<input checked="" type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Regional <input type="checkbox"/> Nacional <input checked="" type="checkbox"/> Internacional

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Rua Pinheiro Chagas 77, 2º Esquerdo,
7.	Código Postal	1069-069
8.	Localidade	Lisboa
9.	Telefone	21 317 2860
10.	Correio eletrónico	cooperacao@cidac.pt
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	http://www.cidac.pt/
12.	Pessoa de contato	Stefan

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/ empreendimento	Plano estratégico quinquenal 2010-2015
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	Educação para o Desenvolvimento, Cooperação para o Desenvolvimento, Soberania Alimentar, Comércio Justo
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	-Ciclo Contraponto: leituras plurais do mundo, os modelos de desenvolvimento em questão, 4 seminários com pensadores, em 4 semestres seguidos, para dialogarem com a sociedade portuguesa (cada com cerca de 200 participantes) -Reforço da capacidade e da intervenção de atores locais na Guiné-Bissau e em Timor Leste (Guiné: o reforço das capacidades da ONG Tiniguena em várias áreas, incluindo os aspetos ligados à comercialização, no qual se inseriram uma formação e assistência técnica em promoção e venda de produtos locais. A formação, realizada em Setembro de 2011, permitiu reforçar um conjunto de 6 ONGs guineenses (para além da Tiniguena) e 2 unidades de produção nas respetivas atividades de apoio à comercialização de produtos locais. Timor: 1 formação em web-design e conceção de materiais de comunicação.
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	Solidariedade entre os povos, produção coletiva, diálogo, reconhecimento mútuo, igualdade e cidadania.
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	Mó de Vida, Ecos do sul, Adrepes, Graal; Internacional: Tiniguena, Arte e Sal, Fundação Naburas; Financiamento: IPAD, EU, CML, F.C.Gulbenkien
18.	Dificuldade/tensões: destaque algumas das principais dificuldade/tensões	O contexto desfavorável nacional e internacional; a baixa de apoios; a internacionalização das empresas.

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisficente)

19.	Que tipos de necessidades pretendem satisfazer de forma crítica na organização/ empreendimento? A quais conseguem dar resposta?		
20.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais	1	Origem: autodeterminação do povos (justiça social)
21.	Valorização e exercício de liberdade através da cultura/ pensamento livre/ crítica ao sistema vigente	1	
22.	Interação humana e espaços públicos de proximidade.		
23.	Educativas / Comunidade de interesse	1	Elevar o nível de consciência crítica e posicionamento face à realidade
24.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	1	
25.	Participação no processo produtivo/ consumo	1	Comercialização

26.	Fazer parte de processos facilitadores de democracia participativa		
27.	Participar na construção de vida sociocomunitária		
28.	Socialização dos recursos produtivos		
29.	Adoção de critérios igualitários		
30.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)		
	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)		
	Reapropriação da ideia de solidariedade (inserção comunitária; espaço para cooperação reciprocidade etc)		

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

31.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Alimentação, cultura, educação, ambiente, saúde, energia, vestuário, higiene, resíduos	
32.	Quais os principais aspetos que criticam?	
33.	Que tipos de preocupações têm na realização dos atos de consumo? (Consumo individual e consumo institucional) Consumo institucional oferta e procura Reciclagem	
34.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	1
35.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores	1
36.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	1
37.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	1
38.	Adquirir produtos do Comércio Justo	1
39.	Adquirir produtos de agricultura biológica	1
40.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	1
41.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	1
42.	Na qualidade final (durabilidade) do produto	1
43.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	1
44.	Adquirir produtos reutilizados	
45.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias	1
46.	Construir uma ponte relacional com o Outro	1
47.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	1
48.	Abdicar de desejos de acumulação	1
49.	Abdicar da distinção social	1
50.	São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo? Enumere algumas Vantagens/ Potencialidades cabazes: financiamento de 2 produtoras; Arte e sal: condições de habitação e educação para os trabalhadores e famílias e recuperação patrimonial/ manutenção do saber-fazer; Defesa da agricultura familiar e do património genético das sementes Resultados económicos e sociais	

f) Formas solidárias de colaboração

51.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento?	Horizontalidade de remuneração (diferença salarial menos de 70 euros); consumo institucional solidário, assembleia geral soberana
-----	--------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

52.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	Apoiam produção na GB Sim
53.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	ECJ, plataforma portuguesa ONG, Animar, GENE (global education network europe)

g) Dimensão da democracia e igualdade

54.	Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização?	-estrito respeito do funcionamento de uma associação, órgãos do concelho de direção (5 pessoas, 3 dos quais são trabalhadores)
55.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	Toda a equipa (conselho de direção, trabalhadores, sócios)
56.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	Sócios
57.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	
58.	Como se manifesta a igualdade na organização	
59.	Género: quantas mulheres quantos homens	2F 6M
60.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	Não há 1 politica
61.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	Menos de 70 euros

Entrevistado: Stephan; Data: 12/6/12

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreendi.	Cooperativa de Consumo Mó de Vida	
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input checked="" type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input checked="" type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input checked="" type="checkbox"/> ONGD <input type="checkbox"/> Outra:	
3.	Quando foi criada (ano)?	22/4/2002	
4.	Nº de pessoas	Nº membros: 61; 7 órgãos sociais; Nº Assalariados: 2; Nº Utentes/ Nº de beneficiários: variável; +350 /ano Nº Voluntários 5 (som), 15 a 20 (porta)	
5.	Âmbito territorial	<input type="checkbox"/> Local <input checked="" type="checkbox"/> Regional <input checked="" type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Internacional	

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Calçadinha da Horta, 19
7.	Código Postal	2800-564
8.	Localidade	Pragal- Almada
9.	Telefone	21 272 06 41
10.	Correio eletrónico	modevida@sapo.pt
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	http://www.modevida.com/
12.	Pessoa de contato	Colette Costa e Carlos Gomes

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/ empreendimento	Contribuir para a criação de uma consciência crítica ao modelo de desenvolvimento vigente.
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	Comércio Justo, Cooperativismo, Educação não formal, promoção socio-cultural, desenvolvimento local
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	1 Comércio Justo: loja e pausas justas; 2. Turismo ético e responsável; 3. Animação
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	Valores de base das cooperativas de interajuda, responsabilidade, democracia, igualdade, equidade e solidariedade
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	Rede Espaço Justo; Cidac; liga do Mundo (Itália), Sí de Paz (Turismo ético), Taddart (minga, rede França) Percentagens aproximadas atuais: cerca de 45% do financiamento à cooperativa procede das vendas (produtos e serviços); 5% de entrada de novos/as cooperadores (títulos de capital) e doações; os restantes 50% de projetos nacionais e europeus.
18.	Dificuldade/tensões: destaque algumas das principais dificuldade/tensões	Conseguir a participação dos membros) Sim, continua a ser uma das dificuldades mais notórias, ou seja porque é que alguém se torna sócio/a de uma cooperativa de consumidores e não só não participa na vida desta, como não "consome" nada ou "consome" muito pouco, não substituindo alguns dos produtos do seu quotidiano por outros mais éticos.

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisfaciente)

19.	Que tipos de necessidades pretendem satisfazer de forma crítica na organização/ empreendimento? A quais conseguem dar resposta?	1	Estar organizados no trabalho de outra forma que não a da sociedade de mercado; satisfação necessidades nas áreas de atuação
20.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/Locais, Psicológicas, Políticas/Democráticas/ Participativas/Cooperativas, Culturais, Ambientais		Várias
21.	Valorização e exercício de liberdade através da cultura/ pensamento livre/ crítica ao sistema vigente	1	
22.	Interação humana e espaços públicos de proximidade.	1	
23.	Educativas / Comunidade de interesse	1	
24.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	1	
25.	Participação no processo produtivo/ consumo	1	Produzem pausas justas, bolos e salgados
	Motivação endógena na participação consciente na vida coletiva (JMH)		Dificuldade de dar resposta a participação dos membros
26.	Fazer parte de processos facilitadores de democracia participativa	2	

27.	Participar na construção de vida socio-comunitária	2	
28.	Socialização dos recursos produtivos	1	
29.	Adoção de critérios igualitários	2	
30.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	1	
	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)	1	
	Reapropriação da ideia de solidariedade (inserção comunitária de interesses transterritoriais; espaço para cooperação reciprocidade etc)	1	

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

31.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Alimentação (uso alimentos, aguardente, rede amigos), cultura, educação, ambiente, saúde, energia (baixo consumo), vestuário, higiene, resíduos (sócios sociedade para o verde)		
32.	Quais os principais aspetos que criticam?		
33.	Que tipos de preocupações têm na realização dos atos de consumo? (Consumo individual e consumo institucional)		
34.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	1	
35.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores (próprios)	1	
36.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	1	
37.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	1	
38.	Adquirir produtos do Comércio Justo	1	
39.	Adquirir produtos de agricultura biológica (proximidade)	2	
40.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	-	
41.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	1	
42.	Na qualidade final (durabilidade) do produto serviços prestados e consumidos	1	
43.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	1	
44.	Adquirir produtos reutilizados	2	
45.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias	-	
46.	Construir uma ponte relacional com o Outro	2	
47.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	2	
48.	Abdicar de desejos de acumulação	1	
49.	Abdicar da distinção social	2	
50.	São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo? Enumere algumas Vantagens/ Potencialidades (<i>relação com as necessidades</i>) organização importadora-libero mondo é quem melhor pode dar estes dados Resultados económicos e sociais		

f) Formas solidárias de colaboração

51.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento? Socialização dos recursos produtivos e adoção de critérios igualitários; cooperação em vez de competição/lucro; auto-gestão (direitos de propriedade "ser repartidos de maneira igualitária entre todos os associados) Solidariedade para com a vida de cada um, relação humana em igualdade com a relação de trabalho		
52.	A organização participa em formas solidárias de produção/consumo e/ou comercialização de seus	Consumo+2 membros - sócios	

	produtos?	
53.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	Rede espaço para o CJ FENACOOOP

g) Dimensão da democracia e igualdade

54.	Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização?	Democracia participativa no funcionamento aberta a todos os que colaboram -nas grandes decisões acontece menos
55.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	7
56.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	7+alguns (convocados todos os sócios) Dificuldade de alcançar participação dos sócios
57.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	=
58.	Como se manifesta a igualdade na organização	
59.	Género: quantas mulheres quantos homens	1M1H/4M+3H
60.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	Colaboração pontual
61.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	Pouca diferença salarial

Entrevistado: Carlos Gomes e Colette Costa; Data 20/6/12.

Observações:

Ideologia de origem: cooperativismo

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	Da Barbuda	
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input checked="" type="checkbox"/> Grupo informal <input type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input checked="" type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input type="checkbox"/> Outra:	
3.	Quando foi criada (ano)?	3/2010	Encerrou em Setembro de 2012
4.	Nº de pessoas	Nº membros 21 pessoas (discutem/pagam a renda); Nº Assalariados; Nº Utentes: cerca de 10 coletivos usam e colaboram no espaço; Nº de beneficiários; Nº Voluntários	
5.	Âmbito territorial	Local	<input checked="" type="checkbox"/> Regional (Grande Lisboa) <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Internacional

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Largo da Severa, nº 8
7.	Código Postal	
8.	Localidade	Lisboa
9.	Telefone	
10.	Correio eletrónico	severafeliz@gmail.com
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	http://dabarbuda.blogspot.pt/
12.	Pessoa de contato	António Guterres

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/ empreendimento	-Não são definitivos/ definidos, mais áreas de atuação; -Espaço aberto, livre, com lógicas diferentes do dia a dia, alternativo à vida quotidiana (que não obrigue à lógica do dia-a-dia) -ser espaço livre, autogestionado, de atividades gratuitas (só comedor e bebedor é pago)
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	Debate livre, cultura, liberdade criativa, (promover) autogestão Música/vídeo/intervenção
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	-feira do gado, cinemateca, intervenção espaço público, oficina carpintaria e marcenaria, acumpuntura, shiatsu, yoga, costura, concertos, cantina popular, lançamento de livros, residências artísticas
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	Auto-gestão, autonomia, paridade, horizontalidade
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	Sem apoios, parceiros para autogestão, material de outros coletivos, parcerias com outros coletivos, auto-financiamento Sede da stress fm, terapia do ruído, nos ki ta naxi homi ta muri homi, guerrilha-rap, freestyles, patafísicos
18.	Dificuldade/tensões: destaque algumas das principais dificuldade/tensões	Interno: questionamento permanente sobre identidade do espaço Externa: viver em auto-gestão Poderes políticos querem regular; reconhecimentos diferentes de alguns membros da comunidade que têm poder no bairro; tensão: mais ou menos relação com a comunidade

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisfacente)

19.	Que tipos de necessidades pretendem satisfazer de forma crítica na organização/ empreendimento? A quais conseguem dar resposta?	1	Criação de um espaço alternativo pelo grupo e outras pessoas e coletivos que o usam "Safanço" individual e coletivo para arranjar fundos para as suas acções
20.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais		Necessidades comunitárias em discussão Materiais/económicas 1 (pessoas que ganham rendimentos através de jantares), psicológicas 1, participativas 1, culturais 1
21.	Valorização e exercício de liberdade através da cultura/ pensamento livre/ crítica ao sistema vigente	1	
22.	Interação humana e espaços públicos de proximidade.	1	
23.	Educativas / Comunidade de interesse	1	Em discussão educação infantil
24.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	1	Interno

25.	Participação no processo produtivo/ consumo	2	Cantina, grupos de consumo para desenvolver no futuro
26.	Fazer parte de processos facilitadores de democracia participativa	2	Existem comunidades transterritoriais (territórios psicológicos, políticos, artísticos)
27.	Participar na construção de vida socio-comunitária	2	
28.	Socialização dos recursos produtivos	1	
29.	Adoção de critérios igualitários	2	
30.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	1	
	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)	1	
	Reapropriação da ideia de solidariedade (inserção comunitária de interesses transterritoriais; espaço para cooperação reciprocidade etc)	1	

e) **Formas organizativas de consumo crítico**

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

31.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Alimentação (uso alimentos, aguardente, rede amigos), cultura, educação, ambiente, saúde, energia, vestuário, higiene, resíduos (formas de estar)	
32.	Quais os principais aspetos que criticam? Vigência da vida/ poder vigente/ forma como economia está organizada	
33.	Que tipos de preocupações têm na realização dos atos de consumo? (Consumo individual e consumo institucional) Não há uso de plástico; comprar o mínimo, usar contatos próximos para aquisição de produtos	
34.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	2
35.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores (próprios-auto trabalho)	1
36.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	-
37.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	1
38.	Adquirir produtos do Comércio Justo	-
39.	Adquirir produtos de agricultura biológica (proximidade)	-
40.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	1
41.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	2
42.	Na qualidade final (durabilidade) do produto serviços prestados e consumidos	1
43.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	1
44.	Adquirir produtos reutilizados	1
45.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias	1
46.	Construir uma ponte relacional com o Outro	1
47.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	1
48.	Abdicar de desejos de acumulação	1
49.	Abdicar da distinção social	1
50.	São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo? Enumere algumas (sem critérios restritivos) Vantagens/ Potencialidades cooperativa de consumo/ força alternativa; Resultados económicos e sociais: coletivos e individuais com fins de geração de renda para objetivos solidários	

f) **Formas solidárias de colaboração**

51.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento? Socialização dos recursos produtivos e adoção de critérios igualitários; cooperação em vez de
-----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	competição/lucro; auto-gestão (direitos de propriedade “ser repartidos de maneira igualitária entre todos os associados); Paridade, igualdade, autogestão	
52.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	
53.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	

g) Dimensão da democracia e igualdade

54.	Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização?	Democracia
55.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	21 pagam a renda
56.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	21
57.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	
58.	Como se manifesta a igualdade na organização	
59.	Género: quantas mulheres quantos homens	
60.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	Muitos, pessoal dos bairros / coletivos
61.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	

Entrevistado: António Guterres; Data: Julho 2012.

h) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	Family Ensemble Costa Lambertti-Carcedo Fernandes	
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input checked="" type="checkbox"/> Grupo informal <input type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input type="checkbox"/> Outra:	
3.	Quando foi criada (ano)?	Fev 2008	Encerrou em Dezembro de 2012
4.	Nº de pessoas	Nº membros 8 membros (4 adultos+4 crianças); Nº Assalariados; Nº Utentes; Nº de beneficiários; Nº Voluntários	
5.	Âmbito territorial	<input checked="" type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Regional <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Internacional	

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	
7.	Código Postal	
8.	Localidade	Lisboa
9.	Telefone	
10.	Correio eletrónico	tiagofernandes77@gmail.com
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	
12.	Pessoa de contato	Tiago Gomes

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/empreendimento	Viver uma sociabilidade alargada e com uma lógica solidária no dia-a-dia.
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/empreendimento	Ver questão 19)
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	Encontros semanais com crianças e 19 pais
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	
18.	Dificuldade/tensões: destaque algumas das principais dificuldade/tensões	

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisficente)

19.	Que tipos de necessidades pretendem satisfazer de forma crítica na organização/ empreendimento? A quais conseguem dar resposta?		<ul style="list-style-type: none"> • Gestão partilhada dos recursos (carro, roupa bebe, habitação) • Habitação a baixo custo • Gestão partilhada dos cuidados parentais • Sociabilidade alargada • Despesas energéticas a baixo custo • Práticas e vivências comunitárias • Procura de debate e tomada de decisão em conjunto • Partilha de informações sobre atividades infantis e serviços • Questionamento crítico sobre o acesso educação, saúde, serviços de infância) • Auto-organização –(solidariedade)
20.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais		
21.	Valorização e exercício de liberdade através da cultura/ pensamento livre/ crítica ao sistema vigente	1	
22.	Interação humana e espaços públicos de proximidade.	1	
23.	Educativas / Comunidade de interesse	1	Pedagogia da autonomia
24.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva		“Contestação” desenvolvimento

25.	Participação no processo produtivo/ consumo	1	Produção
26.	Fazer parte de processos facilitadores de democracia participativa	1	Democracia participativa vs “ditadura” de maioria do consenso vs todos têm voz
27.	Participar na construção de vida socio-comunitária		Proposta em vez de “reconstrução”, construção ou desconstrução; ex. vindima, mudanças (reapropriação da ideia de solidariedade) consumo é tanto mais crítico quanto for a participação/ consciência crítica na produção
28.	Socialização dos recursos produtivos	1	Socialização e diferenciação (qualidade e quantidade não têm que ser iguais)
29.	Adoção de critérios igualitários	1	Não a critérios igualitários, sim ao singular (ex. cooperativa 7 nomes, escolinha da terra)
30.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	1	
	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)	1	Não pensar no retorno imediato; trabalho não convencional
	Reapropriação da ideia de solidariedade (inserção comunitária; espaço para cooperação reciprocidade etc)	1	

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

31.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Alimentação, cultura, educação, ambiente, saúde, energia, vestuário, higiene, resíduos, habitação/ socialização	
32.	Quais os principais aspetos que criticam? Especulação imobiliária (diminuir percentagem do orçamento familiar para habitação), planeamento urbano segmentado para pessoas consumirem e não terem qualidade de vida (sociedade organizada para cidadão consumir sem refletir), desperdícios/gastos energéticos elevados, pouca participação das pessoas nos processos sociais, formas de sociabilidade homogêneas e pouco participativas	
33.	Que tipos de preocupações têm na realização dos atos de consumo? (Consumo individual e consumo institucional) Reciclagem	
34.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	1
35.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores	3
36.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	1
37.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	1
38.	Adquirir produtos do Comércio Justo (distante)	2
39.	Adquirir produtos de agricultura biológica	1
40.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	1
41.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc) pessoal	1
42.	Na qualidade final (durabilidade) do produto	1
43.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	1
44.	Adquirir produtos reutilizados	1
45.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias	1
46.	Construir uma ponte relacional com o Outro	1
47.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	1

48.	Abdicar de desejos de acumulação	1
49.	Abdicar da distinção social	1
50.	São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo? Enumere algumas Vantagens/ Potencialidades (relação com as necessidades) maior autonomia e autossuficiência, desenvolvimento de capacidades multifuncionais, redução da dependência do dinheiro/ consumo de energia, ter tempo disponível para fazer o que se gosta; participando de forma ativa nas atividades dá uma visão mais alargada da experiência Resultados económicos e sociais	

f) **Formas solidárias de colaboração**

51.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento?	Socialização dos recursos produtivos e adoção de critérios igualitários; cooperação em vez de competição/lucro; auto-gestão (direitos de propriedade "ser repartidos de maneira igualitária entre todos os associados) Nº19 (o grupo fundamenta-se numa necessidade de ter uma lógica solidária no dia-a-dia)
52.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	-participação numa ADL, cultivo comum entre 3 pessoas, troca de roupa para criança, reutilização, compram produtos numa cooperativa
53.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	

Entrevistado: Tiago, Angela e Teresa; Data: 17.7.12.

**i) Designação,
data de constituição, membros**

1.	Nome da organização/ empreend.	Horta do Monte	
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input checked="" type="checkbox"/> Grupo informal <input type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input checked="" type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input type="checkbox"/> Outra:	
3.	Quando foi criada (ano)?	Fev 2008	Encerrou em Julho de 2013
4.	Nº de pessoas	Nº membros: 60 dão contributos através do mail; Nº Assalariados; Nº Utentes; Nº de beneficiários: 300 anual; Nº Voluntários: 12 a 15 regulares no terreno.	
5.	Âmbito territorial	<input checked="" type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Regional <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Internacional

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Calçada do Monte
7.	Código Postal	
8.	Localidade	Lisboa
9.	Telefone	
10.	Correio eletrónico	hortadomonte@gmail.com
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	http://hortadomonte.blogspot.pt/
12.	Pessoa de contato	Inês Nadais

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/ empreendimento	-elevar energia (macaronésia ?) – criar/fomentar um grupo local/interaprendizagem Ver infs fim do doc.
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	Horta comunitária, cultivo orgânico, permacultura.
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	-funcionamento regular horta aberta com cuidados de manutenção, oficinas, espaço de convívio, projeto pedagógico, festas para angariação de fundos, “trocas monte/mercadinho”, cozinha comunitária, fornos solares
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	Interajuda, humanos, coletivo
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	CML, junta freguesia, Associação Cultural Renovar a Mouraria (Visitas guiadas para grupos na horta) Associação Arte de Viver (Yoga na horta) Projecto Plantar Uma Árvore (Plantação de árvores e arbustos autóctones) Horta Biológica do CNN (Horta de funcionamento comunitário) DLU - Divisão Limpeza Urbana (Apoio no fornecimento de água para rega) Programa Food for Life (Distribuição gratuita de comida vegetariana)
18.	Dificuldade/tensões: destaque algumas das principais dificuldade/tensões	Poucas pessoas com responsabilidade e diferenças hortas individuais

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisfaciente)

19.	Que tipos de necessidades pretendem satisfazer de forma crítica na organização/ empreendimento? A quais conseguem dar resposta?		Educação sustentável, ambiental, produção de produtos frescos locais, transmissão de conhecimentos
20.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais	todas	Ambientais, ligação com a terra
21.	Valorização e exercício de liberdade através da cultura/ pensamento livre/ crítica ao sistema vigente	1	Crítica é menos importante
22.	Interação humana e espaços públicos de proximidade	1	
23.	Educativas / Comunidade de interesse	1	
24.	Contribuir para a mudança/ transformação	1	

	positiva		
25.	Participação no processo produtivo/ consumo	1	
26.	Fazer parte de processos facilitadores de democracia participativa	1	Mais prática, menos assembleária; "reforçar formas positivas e soluções construtivas VS resistência reforça o que não queremos
27.	Participar na construção de vida socio-comunitária	1	
28.	Socialização dos recursos produtivos	1	
29.	Adoção de critérios igualitários	1	
30.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	1	
	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)	1	Trocas, partilha, tempo
	Reapropriação da ideia de solidariedade (inserção comunitária; espaço para cooperação reciprocidade etc)	1	

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

31.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Alimentação, ambiente, cultura, educação, ambiente, saúde, energia, resíduos	
32.	Quais os principais aspetos que criticam? Menos crítica, mais funcionamento	
33.	Que tipos de preocupações têm na realização dos atos de consumo? (Consumo individual e consumo institucional) Poupar/partilha da água, recolha materiais para reutilizar, aproveitamento de energia (fornos solares)	
34.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	-
35.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores	-
36.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	1 (mat.recicláveis)
37.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	1
38.	Adquirir produtos do Comércio Justo	3
39.	Adquirir produtos de agricultura biológica	1
40.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	1
41.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	1
42.	Na qualidade final (durabilidade) do produto	3
43.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	1
44.	Adquirir produtos reutilizados	1
45.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias	2
46.	Construir uma ponte relacional com o Outro	1
47.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	1
48.	Abdicar de desejos de acumulação	1
49.	Abdicar da distinção social	1
50.	São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo? Enumere algumas Vantagens/ Potencialidades: trampolim para mudança na vida das pessoas; incentivar pessoas a fazerem este tipo de projetos; alternativa ao isolamento, menos uso de combustíveis fósseis, comportamentos ambientais mais responsáveis, melhoria na saúde: exercício físico ao ar livre, consumo de produtos frescos; potencialidades/ futuro: construir um ponto de venda, oficina, O excedente destina-se à cozinha comunitária da horta e a refeições gratuitas de carácter humanitário. Resultados económicos e sociais	

f) Formas solidárias de colaboração

51.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento? Caráter aberto, qualquer pessoa pode participar; lógica solidária através de dar (conceção) responsabilidade; quem participa leva produtos, cultivo coletivo, voluntariado é a base (não estão centrado na produção mas na construção do espaço), cozinha comunitária
52.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos? Auto-consumo
53.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual? Renovar mouraria, junta freguesia, académicos estrangeiros, movimento de transição e premacultura

g) Dimensão da democracia e igualdade

54.	Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização?	-dia aberto com um responsável, quem assume mais responsabilidade decide para benefício do grupo
55.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	Fase de construção do plano e orçamento cerca de 60
56.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	
57.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	No futuro querem ser associação
58.	Como se manifesta a igualdade na organização	Através dos princípios solidários
59.	Género: quantas mulheres quantos homens	+mulheres
60.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	Sim (desempregados, idosos, excluídos)
61.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	Sem rendimento

Entrevistado: Inês Nadais; Data: 27/7/12.

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	centro em movimento- c.e.m.	
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input checked="" type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input type="checkbox"/> Outra:	
3.	Quando foi criada (ano)?	1990	
4.	Nº de pessoas	Nº membros: cerca de 20; Nº Assalariados; Nº Utentes: cerca de 200; Nº de beneficiários: Nº Voluntários;	
5.	Âmbito territorial	X Local Regional Nacional	X Internacional

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Rua dos Fanqueiros, 150, 1º
7.	Código Postal	1100-232
8.	Localidade	Lisboa
9.	Telefone	+351 21 887 1763
10.	Correio eletrónico	info@cem.org
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	http://www.c-e-m.org/
12.	Pessoa de contato	Sofia Neuparth

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/ empreendimento	Não se movem por objetivos; estar na cidade e nas pessoas, investigação artística, estudo do corpo e do movimento, habitar o espaço público, (equilíbrio é uma pulsação, não é um lugar, é movimento, escuta promove a densidade de viver)
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	Movimento, espaço público
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	-praticar viver juntos, ação prática crítica, formação/investigação/experimentação, escolas, creche, centro dia, conversas e debates público, centro de documentação, laboratório de costura, espaço experimental
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	Escuta (coexistência), autonomia (não isolamento), suporte(não dependência), respeito/ não hierárquico, não partir da separação nem fixidez, tonificar a existência
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	Universidade de S. Paulo, Gulbenkian (desenvolvimento humano), programa de formação DGArtes/CML
18.	Dificuldade/tensões: destaque algumas das principais dificuldade/tensões	

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisfaciente)

19.	Que tipos de necessidades pretendem satisfazer de forma crítica na organização/ empreendimento? A quais conseguem dar resposta?		Desguetização de conceitos (de pessoa, de um coletivo); potenciar ligações (não separar) e formas mais líquidas de estar, desfazer fronteiras/ isolamentos; transitar entre espaço público e privado, ampliar o estar
20.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais		
21.	Valorização e exercício de liberdade através da cultura/ pensamento livre/ crítica ao sistema vigente	1	
22.	Interação humana e espaços públicos de proximidade.	1	
23.	Educativas / Comunidade de interesse	1	
24.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	1	
25.	Participação no processo produtivo/ consumo	1	
26.	Fazer parte de processos facilitadores de democracia participativa	1	
27.	Participar na construção de vida socio-comunitária	1	
28.	Socialização dos recursos produtivos	1	

29.	Adoção de critérios igualitários	1	
30.	Promoção de outros saberes, ritmos, salas, produtividades (especificar)	1	
	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)	1	Reflexão prática
	Reapropriação da ideia de solidariedade; perçção comunitária; espaço para peração reciprocidade etc)	1	

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

31.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Cultura, educação, política	
32.	Quais os principais aspetos que criticam? Oposto aos valores, falta de capacidade de mudança, ideia de poder e controle	
33.	Que tipos de preocupações têm na realização dos atos de consumo? (Consumo individual e consumo institucional) Trabalham com pessoas que fazem perguntas e que não têm fórmula	
34.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	Na
35.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores	Na
36.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	2
37.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	2
38.	Adquirir produtos do Comércio Justo	2
39.	Adquirir produtos de agricultura biológica	2
40.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	1
41.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	1
42.	Na qualidade final (durabilidade) do produto	1
43.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	1
44.	Adquirir produtos reutilizados	1
45.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias	1
46.	Construir uma ponte relacional com o Outro	1
47.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	1
48.	Abdicar de desejos de acumulação	1
49.	Abdicar da distinção social	1
50.	São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo? Enumere algumas Vantagens/ Potencialidades: promove elasticidade de práticas de vida (agir e pensar/áreas do conhecimento) exercitar práticas de vida reconfiguradoras, “ver o movimento que potencia a forma (metáfora da nuvem) Resultados económicos e sociais	

f) Formas solidárias de colaboração

51.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento? -entrada livre em muitas atividades, pessoas com poucos rendimentos não pagam, investigadores/professores/formadores recebem a totalidade das mensalidades e contribuem voluntariamente com a quantia que quiserem ao Cem; alimentação nas formações autorrealizada	
52.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	Horta do monte
53.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	Cena (sindicato), intermitentes, precários inflexíveis

g) Dimensão da democracia e igualdade

54.	Que processos democráticos/participativos orientam o funcionamento da organização?	-reunião semanal sobre a organização aberta, 2 brainsotrming, diário de bordo semanal dos investigadores, conta Google, fanzine local de intercomunicação
55.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	3 a 20
56.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	3 a 20
57.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/direção	3 a 20
58.	Como se manifesta a igualdade na organização	Lógica solidária
59.	Género: quantas mulheres quantos homens	
60.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	Sim (portadores de deficiência, prostitutas, idosos)
61.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	3 p. 900 euros cada

Entrevistado: Sofia Neuparth; Data: 18/7/12.

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	GAIA – Grupo de Ação e Intervenção Ambiental	
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input checked="" type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input type="checkbox"/> Outra:	
3.	Quando foi criada (ano)?	1996	
4.	Nº de pessoas	Nº membros: cerca de 400; Nº Assalariados;; Nº Utentes Nº de beneficiários: Mais de 1000 ano; Nº Voluntários: 40;	
5.	Âmbito territorial	Local	Regional X Nacional X Internacional

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Sede na Aldeia das Amoreiras, Alentejo
7.	Código Postal	
8.	Localidade	Lisboa
9.	Telefone	
10.	Correio eletrónico	lisboa@gaia.org.pt
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	http://gaia.org.pt
12.	Pessoa de contato	Mara

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/ empreendimento	Defesa e valorização do ambiente ou do património natural e construído, e construção de alternativas para um mundo mais sustentável ecológica e socialmente, com uma componente ativista forte, de “crítica ao modelo social e económico explorador e prejudicial para o planeta, a sociedade e as gerações futuras”,
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	Alimentação, Ambiente, Educação, Saúde, Energia
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	Ações diretas, criativas e não-violentas; a Aldeia Sustentável, a Campanha Europeia pelas Sementes Livres, o Voluntariado Internacional, as Crianças em Ação, o Dia Sem Compras e o jantar popular
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	Holísticos, Sustentabilidade da Vida
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	Parcerias (com movimentos, plataforma, associações) - LPN, GEOTA, Quercus, FAPAS, COAGRET, SPEA , Campo Aberto, Grupo Flamingo e CEAI, Projecto 270, movimento cívico pela Linha do Tua Plataforma Transgénicos Fora, Coligação Unidos Contra as Touradas, Massa crítica, Horta do Monte, horta da damaia...(há sempre mais...) Internacionais - EYFA, YEE, Biketour, Nuclear Heritage Network
18.	Dificuldade/tensões: destaque algumas das principais dificuldade/tensões	

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisfacente)

19.	Que tipos de necessidades pretendem satisfazer de forma crítica na organização/ empreendimento? A quais conseguem dar resposta?		
20.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais	Todas	
21.	Valorização e exercício de liberdade através da cultura/ pensamento livre/ crítica ao sistema vigente	1	
22.	Interação humana e espaços públicos de proximidade.	1	
23.	Educativas / Comunidade de interesse	1	
24.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	1	
25.	Participação no processo produtivo/ consumo	1	
26.	Fazer parte de processos facilitadores de democracia participativa	1	
27.	Participar na construção de vida socio-comunitária	1	
28.	Socialização dos recursos produtivos	1	Jantar popular
29.	Adoção de critérios igualitários	1	
30.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	1	
	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)	1	

	Reapropriação da ideia de solidariedade (inserção comunitária; espaço para cooperação reciprocidade etc)	1	
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	--

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

31.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Alimentação, ambiente, educação, ambiente, saúde, energia, vestuário, resíduos	
32.	Quais os principais aspetos que criticam? Alimentação (métodos e lógicas de produção ao nível energético, político (patentes), económico (relações de poder do capital/ métodos e lógicas de consumo (local/ não local); Educação (relações autoritárias de poder que existem na escola); Saúde (grandes corporações) Energia (autossuficiência, viver mais o local e mais dependente de nós próprios)	
33.	Que tipos de preocupações têm na realização dos atos de consumo? (Consumo individual e consumo institucional)	
34.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	
35.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores	
36.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	
37.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	
38.	Adquirir produtos do Comércio Justo	
39.	Adquirir produtos de agricultura biológica	
40.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	
41.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	
42.	Na qualidade final (durabilidade) do produto	
43.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	
44.	Adquirir produtos reutilizados	
45.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias	
46.	Construir uma ponte relacional com o Outro	
47.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	
48.	Abdicar de desejos de acumulação	
49.	Abdicar da distinção social	
50.	São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo? Enumere algumas Vantagens/ Potencialidades é conseguir é toda a gente tentar viver mais feliz e com a capacidade de sustentação do meio Resultados económicos e sociais	

f) Formas solidárias de colaboração

51.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento?	Manifesta-se nas tomadas de decisão não hierárquica, de forma transparente, comunitária, assembleária
52.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	Lógica grátis, trocas, conhecimento de produtores locais e aquisição de alguns desses produtos
53.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	Sim. Resposta na pergunta 17

g) Dimensão da democracia e igualdade

54.	Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização?	Assembleias regulares, funcionamento das assembleias abertas, tomada de decisão por consenso, de forma não hierárquica, mailing list geral de divulgação e interna de discussão
55.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	Depende
56.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	Todas
57.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	Não funciona
58.	Como se manifesta a igualdade na organização	Nas decisões e discussões
59.	Género: quantas mulheres quantos homens	Não contam
60.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	Não
61.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	Estagiário

Entrevistado: Mara, 27.7.12

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	Centro de Artes Culinárias	
	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input checked="" type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input checked="" type="checkbox"/> Outra: cozinha, loja, centro de exposições, sede da Associação A idade dos Sabores	
3.	Quando foi criada (ano)?	2001	
4.	Nº de pessoas	Nº membros: cerca de 80; Nº Assalariados:3; Nº Utentes Nº de beneficiários: Mais de 1000 ano; Nº Voluntários: 40;	
5.	Âmbito territorial	Local Regional	<input checked="" type="checkbox"/> Nacional Internacional

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Campo de Santa Clara
7.	Código Postal	1100-472
8.	Localidade	
9.	Telefone	218 853 211 / 218 860 077
10.	Correio eletrónico	info@centrodasartesculinarias.com
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	
12.	Pessoa de contato	Sacha Lima

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/empreendimento	As Idades dos Sabores – Associação para o Estudo e Promoção das Artes Culinárias, criada em Dezembro de 2001, tem como objectivo contribuir para a salvaguarda e desenvolvimento do património gastronómico e artes culinárias a ele associadas, promovendo o estudo dos sistemas, práticas e ritos relacionados com a alimentação em Portugal O Centro das Artes Culinárias, é agora o grande espaço de acolhimento destes saberes.
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	Estudo dos sistemas, práticas e ritos relacionados com a alimentação, património gastronómico e artes culinárias em Portugal
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	Projeto tem 2 componentes chave: 1-Centro das Artes Culinárias. 2- Pólo de Documentação, integrando uma biblioteca e uma videoteca. De entre as actividades da Associação, destacamos:A realização de exposições temáticas, demonstrações culinárias temáticas, cursos, ateliers, provas, conferências, mostras e vendas temáticas de produtos tradicionais, exposições e feiras de produtos manufacturados, apresentações de produtos culinários e de livros e iconografia ligados ao tema.O apoio a acções de sensibilização destinadas a promover o uso de produtos locais e os saberes tradicionais ligados à alimentação. A cozinha é um espaço central nas actividades do centro. É nela que recebemos convidados e amigos para partilhar experiências e saberes em aulas de cozinha e sessões de showcooking.É também uma das nossas fontes de receita. Um espaço que alugamos para a realização de conferências, jantares, filmagens, concertos, seminários, workshops, acções de formação, reuniões, eventos públicos e empresariais e outros.O espaço produtor pretende ser um ponto de encontro entre produtores e consumidores, facultando aos primeiros um local onde podem promover o que produzem e aos segundos a oportunidade de conhecer, experimentar e adquirir produtos de qualidade provenientes dos mais variados pontos do país.
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	Valores éticos de relação que temos com a nossa própria comida; prato além de ser alimento tem que ter uma investigação daquilo que lhe é inerente
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	CML (espaço) Auto-financiamento através de aluguer do espaço e vendas na loja
18.	Dificuldade/tensões: destaque algumas das principais dificuldade/tensões	

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisficente)

19.	Que tipos de necessidades pretendem satisfazer de forma crítica na organização/ empreendimento? A quais conseguem dar resposta?		Inovação com a tradição; recuperação das sementes originais, consumo crítico alimentação, tornar a história viva através de instrumentos da alimentação
20.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais		Sociais/ Comunitárias/ Locais, Políticas, Culturais
21.	Valorização e exercício de liberdade através da cultura/ pensamento livre/ crítica ao sistema vigente	1	
22.	Interação humana e espaços públicos de proximidade.	1	
23.	Educativas / Comunidade de interesse	1	
24.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	1	
25.	Participação no processo produtivo/ consumo	1	
26.	Fazer parte de processos facilitadores de democracia participativa		Democracia é uma palavra que foi esvaziada, "ditadura" da maioria
27.	Participar na construção de vida socio-comunitária		
28.	Socialização dos recursos produtivos	-	
29.	Adoção de critérios igualitários	-	Critérios de exigência
30.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	1	Recuperação de variedades de espécies alimentares
	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)	1	
	Reapropriação da ideia de solidariedade (inserção comunitária; espaço para cooperação reciprocidade etc)	3	Motivação para além das necessidades

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

31.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Alimentação, cultura, educação, higiene, resíduos		
32.	Quais os principais aspetos que criticam?		
33.	Que tipos de preocupações têm na realização dos atos de consumo? (Consumo individual e consumo institucional) consumo: atos antigos de fazer gastronomia portuguesa Reciclagem		
34.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo		1
35.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores		1
36.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)		1
37.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?		1
38.	Adquirir produtos do Comércio Justo (suprimir os intermediários sim, menos gasto combustível sim)		-

39.	Adquirir produtos de agricultura biológica (acontece mas não é uma necessidade)	
40.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	2
41.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc) cliente em 1º	3
42.	Na qualidade final (durabilidade) do produto	2
43.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	
44.	Adquirir produtos reutilizados reduzir a homogeneização alimentar	1
45.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias	2
46.	Construir uma ponte relacional com o Outro	-
47.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	
48.	Abdicar de desejos de acumulação defesa da não dependência	
49.	Abdicar da distinção social defesa da qualidade do saber	
50.	São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo? Enumere algumas Vantagens/ Potencialidades Resultados económicos e sociais	

f) Formas solidárias de colaboração

51.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento? Socialização dos recursos produtivos e adoção de critérios igualitários; cooperação em vez de competição/lucro; auto-gestão (direitos de propriedade “ser repartidos de maneira igualitária entre todos os associados) Voluntariado, 3 pessoas principais	
52.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	PROVE
53.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	NÃO

g) Dimensão da democracia e igualdade

54.	Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização?	Reuniões diretivas, assembleias (2 ou 3)
55.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	3 Direção
56.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	3
57.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	8 a 10
58.	Como se manifesta a igualdade na organização	Com ironia e boa disposição
59.	Género: quantas mulheres quantos homens	
60.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	Não
61.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	Pouca diferença

Entrevistado: Sacha Lima; 20/7/2012.

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	Banco do tempo	
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input checked="" type="checkbox"/> Outra: Projeto da ONG Graal	
3.	Quando foi criada (ano)?	2001/2002	
4.	Nº de pessoas	Nº membros 34 bancos do tempo/ 1900 membros Nº Assalariados 1 Nº Utentes, Nº de beneficiários, Nº Voluntários: 1900;	
5.	Âmbito territorial	Local Regional	<input checked="" type="checkbox"/> Nacional Internacional

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Rua Luciano Cordeiro 24 6ºA Lisboa 1150-215
7.	Código Postal	
8.	Localidade	Lisboa
9.	Telefone	213 546 831
10.	Correio eletrónico	bancocentral@bancodetempo.net
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	http://www.bancodetempo.net/ http://www.graal.org.pt/projecto.php?id=2
12.	Pessoa de contato	Eliana Madeira

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/empreendimento	<ul style="list-style-type: none"> • Apoiar a família e a conciliação entre vida profissional e familiar, através da oferta de soluções práticas de organização da vida quotidiana; • Reforçar as redes sociais de apoio, diminuir a solidão e promover o sentido de comunidade e vizinhança; • Promover a colaboração entre pessoas de diferentes gerações e origens; • Contribuir para a construção de uma cultura de solidariedade e de relações sociais mais humanas e igualitárias; • Valorizar o tempo e o cuidado dos outros; • Estimular os talentos e promover o reconhecimento das capacidades de cada um/a
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/empreendimento	Todas as áreas da vida
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	Troca de serviços diversos com duração igual, como pequenas reparações domésticas, aulas de inglês, de informática, companhia para ir ao médico, ajuda em assuntos burocráticos,etc
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	Igualdade (todas as pessoas dão e recebem) e solidariedade
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento	
18.	Financiamento (percentagens)	

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisfaciente)

19.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais /Educativas		Procura de serviços que não podiam ser pagos; iniciativas cidadãs (apoio a campanhas); palco para reflexão/ debates
20.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	2	Escala muito pequena; Depende de cada banco do tempo; alguns são caritativos
21.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	1	Companhia é dos serviços mais trocados
22.	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)	1	

e) **Formas organizativas de consumo crítico** (Numerar em ordem de importância de 1 a 3)

23.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Várias	
24.	Quais os principais aspetos que criticam? Sobrevalorização do dinheiro na vida e relação das pessoas; mercantilização do consumo; exploração e desigualdade da sociedade de mercado	
25.	Preocupações na realização dos atos do consumo institucional Vivência pessoal/ relacional no ato/ relação de consumo Reciclam? Sim	
26.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	-
27.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores	-
28.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	-
29.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	-
30.	Adquirir produtos do Comércio Justo	-
31.	Adquirir produtos de agricultura biológica	-
32.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	-
33.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	-
34.	Na qualidade final (durabilidade) do produto	-
35.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	-
36.	Adquirir produtos reutilizados	-
37.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias (inclusão de pessoas de diferentes origens, idades etc)	2
38.	Construir uma ponte relacional com o Outro	1
39.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	1
40.	Abdicar de desejos de acumulação	1
41.	Abdicar da distinção social	1
42.	São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo? Desenvolvimento de saberes, reconhecimento do valor das pessoas, outro olhar para o tempo e para as pessoas (forma igualitária, positiva, enriquecimento do mundo relacional das pessoas)	-

f) **Formas solidárias de colaboração**

43.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento?	Todos podem dar e receber; Motivação altruísta/ ajudar. O Banco de Tempo foi também valorizado enquanto espaço de aprendizagens relacionadas com o “aprender a ser” e “aprender a viver juntos”, na linguagem de Jaques Delors. É uma realidade onde, na prática, se aprendem novos comportamentos e atitudes, tais como a ajuda mútua; a valorização das pessoas, das suas capacidades e diferenças; a reciprocidade e a simetria na relação entre as pessoas.
44.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	Fora não, internamente baseia-se na oferta e consumo solidário
45.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	O Graal sim, cerca de 60 entidades parceiras; o Banco do Tempo não tem identidade jurídica

g) Dimensão da democracia e igualdade

46.	Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização?	2 encontros nacionais anuais. Aprendizagem em conjunto; No Banco de Tempo não há uma hierarquização dos saberes, não há saberes mais e menos prestigiados. Todos os saberes, mesmo que sejam socialmente perçecionados como “fortes ou marginais”, têm a mesma valorização: a sua duração. Esta horizontalidade dos saberes nega posições de privilégio a alguns tipos e retira outros da invisibilidade e até do descrédito, como por exemplo os saberes tradicionais e saberes alternativos.
47.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	Cada banco é autónomo. Banco central tem um plano anual. Todos os membros que participam nos dois encontros são “consultados” para a elaboração (40)
48.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	2 pessoas do Banco Central e do Graal
49.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	Não se aplica
50.	Como se manifesta a igualdade na organização	70% mulheres e 30% homens
51.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	Sim (idosos, deficientes)
52.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	Economia não monetária

h) Impactos/ Resultados económicos/ Dificuldades/Ideologia

53.	São conhecidos alguns impactos da organização? O combate ao isolamento e à solidão, o reforço da rede de relações sociais de apoio e a construção de relações sociais significativas, mais humanas, igualitárias, foram apontados como os principais contributos do Banco de Tempo. (...)cultiva-se a confiança e combatese o isolamento” Enumere algumas potencialidades Aprende-se a ser e a viver com os outros; os saberes não são hierarquizados; circulação de diferentes tipos de saberes	
54.	Resultados económicos:	Documentos públicos: Balancete, relatório anual (antes tinham todos os documentos)
55.	Destaque algumas das principais dificuldade/tensões	
56.	Origens e definições ideológicas atuais (cristianismo, anarquismo, socialismo, novas ideologia: feminismo, ecologismo) novas tendências ideológicas – direito à diferença	

Entrevistado: Eliana Madeira; Data: 24/7/2012.

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	Buala	
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input checked="" type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input type="checkbox"/> Outra	
3.	Quando foi criada (ano)?	2010	
4.	Nº de pessoas	Nº membros 9 sócios Nº Assalariados: 20 colaboradores permanentes Nº Utentes, Nº de beneficiários: 300.000 visitas por ano; Nº Voluntários:	
5.	Âmbito territorial	<input type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Regional <input type="checkbox"/> Nacional <input checked="" type="checkbox"/> Internacional	

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	
7.	Código Postal	
8.	Localidade	Lisboa
9.	Telefone	
10.	Correio eletrónico	buala@buala.org
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	www.buala .org
12.	Pessoa de contato	Marta Lança

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/ empreendimento	Criação e fortalecimento de pontes culturais entre África, Portugal e Brasil.
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	Cultura, comunicação, arte, educação
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	-site, produção de conteúdos on-line, tertúlias semanais, promoção de novos artistas, organização de eventos culturais (exposições, concertos)
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	-Democratização do saber e do conhecimento; internacionalização de saberes, relacionamento dos países pós-colonial
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	Brasil: coletivo tasaver, revisas francesas e angolana (geração 80), Africa XXI
18.	Dificuldade/tensões: destaque algumas das principais dificuldade/tensões	Dificuldades económicas e financeiras, fidelizar colaboradores

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisfaciente)

19.	Que tipos de necessidades pretendem satisfazer de forma crítica na organização/ empreendimento? A quais conseguem dar resposta?		Necessidade de - Colocar diálogo entre países -ser órgão de comunicação independente e de livre acesso (net)
20.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais		
21.	Valorização e exercício de liberdade através da cultura/ pensamento livre/ crítica ao sistema vigente	1	Crítica ao sistema menos
22.	Interação humana e espaços públicos de proximidade.	1	Interação humana forte não física
23.	Educativas / Comunidade de interesse	1	
24.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	1	
25.	Participação no processo produtivo/ consumo	1	Não haver intermediários/ autoempendedorismo
26.	Fazer parte de processos facilitadores de democracia participativa	1	Exemplo: resgate de pensadores da independência; dar a conhecer "pensadores" que estiveram nas lutas políticas que continuam importantes no presente; criar um modo de fazer as coisas diretamente/ sem intermediários
27.	Participar na construção de vida sociocomunitária		Reconstrução, exemplos: "crónicas urbanas", relatos de dentro/partilha/

			comparação sociocomunitária
28.	Socialização dos recursos produtivos	1	Creative commons licence (vs copyrights), “democratização do saber”, base de dados de criadores africanos, interdisciplinaridade
29.	Adoção de critérios igualitários		“
30.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	1	Interdisciplinaridade
	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)	2	Pluralidade de géneros, disciplinas, informação direta e independente, mercado media vs poder interesses
	Reapropriação da ideia de solidariedade (inserção comunitária; espaço para cooperação reciprocidade etc)	2	Democratização

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

31.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Cultura, comunicação, arte, educação	
32.	Quais os principais aspetos que criticam? -eurocentrismo, contra o pensamento único, o fast-food da informação, informação condicionada ao serviço de interesses e monopólios, branqueamento da história: dar visibilidade a narrativas silenciadas, sujeitos passivos, homogeneização e centralização das formas de produção e consumo, crítica/ problematização da lusofonia (desatualizada; hierárquica/”colonialista)	
33.	Que tipos de preocupações têm na realização dos atos de consumo? (Consumo individual e consumo institucional) -formas inclusivas de participação; não ter dependência de financiadores (dá mais liberdade)	
34.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo Serviços dos colaboradores personalizados	2
35.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores respeito pelos trabalhadores	-
36.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	-
37.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	-
38.	Adquirir produtos do Comércio Justo	-
39.	Adquirir produtos de agricultura biológica	-
40.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	-
41.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	-
42.	Na qualidade final (durabilidade) do produto / conteúdos	1
43.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos (não impressão do site em papel)	-
44.	Adquirir produtos reutilizados	-
45.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias (dar referências)	2
46.	Construir uma ponte relacional com o Outro	1
47.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença que diferença deixe de ser diferença	2
48.	Abdicar de desejos de acumulação	2
49.	Abdicar da distinção social	2
50.	São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo? Enumere algumas Vantagens/ Potencialidades (de acordo com os objetivos) Resultados económicos e sociais	

f) Formas solidárias de colaboração

51.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento? Alternância, complementaridade, co-produção	
52.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	
53.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	

g) Dimensão da democracia e igualdade

54.	Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização?	Assembleias, reuniões, contabilidade transparente, pluralidade opiniões, alternância
55.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	4
56.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	4
57.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	9
58.	Como se manifesta a igualdade na organização	
59.	Género: quantas mulheres quantos homens	
60.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	Excluídos dos media oficiais (+ ou – 10)
61.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	

Entrevistado: Marta Lança; Data: 4/8/12.

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend./Focc	Casa da Achada – Centro Mário Dionísio		
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input checked="" type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input type="checkbox"/> Outra		
3.	Quando foi criada (ano)?	2008		
4.	Nº de pessoas	Nº membros: 54; cerca de 200 “amigos (sócios); Nº Assalariados: 2 a tempo inteiro; 1 com bolsa para arquivo a meio tempo (6 meses). Nº Utentes, Nº de beneficiários, Nº Voluntários.		
5.	Âmbito territorial	X	Local	Regional
			Nacional	X
			Internacional	

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Rua da Achada, 11, R/C
7.	Código Postal	1100 - 004
8.	Localidade	Lisboa
9.	Telefone	
10.	Correio eletrónico	casadaachada@centromariodionisio.org
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	http://www.centromariodionisio.org/
12.	Pessoa de contato	Eduarda Dionísia

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/ empreendimento	Preservar e tornar útil o espólio de Mário Dionísio, incentivar as artes, as letras, a leitura, etc, a partir desse espólio, e realizar atividades com importância cultural e social para a população local.
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	Cultura, mas cultura entendida como meio de desenvolvimento social e não para obter graus
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	-catalogação da biblioteca de Mário Dionísio (inventariação, catalogação, digitalização) Exposições, coro, edição de livros, serigrafias, postais, grupos de leitura, cinema, oficinas variadas
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	A obra polivalente de Mário Dionísio, a associação (“encontro de valores e capacidades”) e o “ser útil” (enquanto facilitadora de estudo e para atividades do quotidiano).
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	Câmara Municipal de Lisboa, do QREN-Mouraria
18.	Dificuldade/tensões: destaque algumas das principais dificuldade/tensões	Falta de adesão da comunidade local, Burocracia e exigências dos financiadores.

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisfacente)

19.	Que tipos de necessidades pretendem satisfazer de forma crítica na organização/ empreendimento? A quais conseguem dar resposta?		Não sei se são Necessidades ou coisas que gostávamos que fossem; se essas necessidades existem? Elas antes têm que ser fomentadas ou pelo menos haver onde as pessoas percebam que isso existe, porque neste momento estamos num estado que as pessoas nem sabem. A dificuldade é que não são necessidades evidentes e de que a maior parte as pessoas tenham consciência; “temos mais necessidades do que aquelas que encontramos e tornariam o mundo outro”)
20.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais		
21.	Valorização e exercício de liberdade através da cultura/ pensamento livre/ crítica ao sistema vigente	1	
22.	Interação humana e espaços públicos de proximidade.	2	
23.	Educativas / Comunidade de interesse	1	Aprendizagem ao longo da vida
24.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	1	
25.	Participação no processo produtivo/ consumo	3	

26.	Fazer parte de processos facilitadores de democracia participativa	1	
27.	Participar na construção de vida socio-comunitária	2	
28.	Socialização dos recursos produtivos	2	Obra/ acervo/ biblioteca
29.	Adoção de critérios igualitários	2	Entrada livre
30.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	2	
	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)	2	
	Reapropriação da ideia de solidariedade (inserção comunitária de interesses transterritorias; espaço para cooperação reciprocidade etc)	1	

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

31.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Cultura, educação	
32.	Quais os principais aspetos que criticam? Homogeneização; marketing, relações públicas, vender. Tudo é um produto, mercantilização.	
33.	Que tipos de preocupações têm na realização dos atos de consumo? (Consumo individual e consumo institucional)	
34.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	-
35.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores (próprios-auto trabalho)	-
36.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	-
37.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	-
38.	Adquirir produtos do Comércio Justo	-
39.	Adquirir produtos de agricultura biológica (proximidade)	-
40.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	-
41.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	-
42.	Na qualidade final (durabilidade) do produto serviços prestados e consumidos	-
43.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	-
44.	Adquirir produtos reutilizados	-
45.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias	-
46.	Construir uma ponte relacional com o Outro	2
47.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	-
48.	Abdicar de desejos de acumulação	-
49.	Abdicar da distinção social	1
50.	São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo? Enumere algumas (sem critérios restritivos) Vantagens: Possibilidade das pessoas encontrarem uma realidade cultural diversa; Para as pessoas do bairro valorizarem que no bairro haja um espaço frequentado por pessoas de fora. Resultados económicos e sociais	

f) Formas solidárias de colaboração

51.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento?	Entrada livre nas atividades; Atividade “A Paleta e o mundo”, qualquer pessoa pode ler; Pessoas que apresentam/ organizam as suas atividades e dão o seu trabalho
52.	A organização participa em formas solidárias de produção/consumo e/ou comercialização de seus produtos?	Além das atividades regulares, não há muito tempo e “necessidade” de fomentar parcerias pois a Casa da Achada dispensa “visão/ atuação”
53.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	A Casa da Achada colabora com as seguintes instituições: Alagares - Associação Cultural, Associação Promotora do Museu do Neo-Realismo, Association Cardan, Centro Nacional de Cultura, Lega di Cultura di Piadena, Renovar a Mouraria - Associação Sociocultural, Círculo de Animação Cultural de Alhos Vedros, Associação José Afonso

g) Dimensão da democracia e igualdade

54.	Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização?	Assembleia; uma reunião anual de amigos; estatutos; coro é autónomo, pessoas podem propor atividades
55.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	Cerca de 20; reunião de direção: 6+ contabilístico
56.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	
57.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	Direção; concelho consultivo (12 pessoas, fora de Lisboa; concelho fiscal
58.	Como se manifesta a igualdade na organização	
59.	Género: quantas mulheres quantos homens	
60.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	1 com rendimento social de inserção; 3 em vias de ficarem no desemprego.
61.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	Igualdade, independentemente da formação pois as responsabilidades são totais.

Entrevistado: Eduarda Dionísia; Data: 25/7/12.

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	Espaço contacto cultural	
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input checked="" type="checkbox"/> Outra: Projeto da ONG Solim	
3.	Quando foi criada (ano)?	2004	
4.	Nº de pessoas	Nº membros 4 Nº Assalariados 4 Nº Utentes, Nº de beneficiários, cerca de 500 beneficiários Nº Voluntários;	
5.	Âmbito territorial	<input checked="" type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Internacional	<input type="checkbox"/> Regional <input type="checkbox"/> Nacional

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Rua Maria da Fonte Mercado do Forno do Tijolo
7.	Código Postal	1170-221
8.	Localidade	Lisboa
9.	Telefone	
10.	Correio eletrónico	contactocultural.pe@gmail.com
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	http://contactocultural.blogspot.pt/
12.	Pessoa de contato	Nuno Torres

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/ empreendimento	Fomentar nos jovens uma consciência para a participação social e atitude pró-ativa
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	estúdio de som e imagem (Musica e video), desporto e cultura, TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação), educação informal/ cidadania, capacitação , empreendedorismo(formação para o emprego)
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	Rádio zero, dança (2 grupos autónomos), org.eventos, jogos recreativos/didáticos (ping-pong), exp.fotografia, produção vídeo, formação som/imagem
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	A Comunicação; O Respeito; A Crítica/ Consciência; A Autonomia; A Confiança; A União/ Amizade
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	c.e.m., projeto EVA, espaço SOU, Junta de Freguesia dos Anjos, Sport Clube do Intendente, Filhos de Lumière, Câmara Municipal de Lisboa etc.).
18.	Dificuldade/tensões:	A tensão entre projecto e programa tende por vezes a ser grande, quando as intenções e papéis das partes não é óbvia e tende a ser controladora...o equilíbrio é coisa que não existe, procura-se estar em paz, é um jogo de forças entre aquilo que temos na candidatura e de salvaguarda em regulamento e a parte de controlo do programa

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisfaciente)

19.	Que tipos de necessidades pretendem satisfazer de forma crítica na organização/ empreendimento? A quais conseguem dar resposta?		
20.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais		
21.	Valorização e exercício de liberdade através da cultura/ pensamento livre/ crítica ao sistema vigente	1	
22.	Interação humana e espaços públicos de proximidade.	1	
23.	Educativas / Comunidade de interesse	1	
24.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	1	
25.	Participação no processo <u>produtivo/ consumo</u>	1	Tentamos que as crianças e os jovens não vejam as coisas como “consumo volátil e momentâneo”, mas uma plataforma para a criação
26.	Fazer parte de processos facilitadores	2	Assembleias, parcerias

	de democracia participativa		
27.	Participar na construção de vida socio-comunitária	2	
28.	Socialização dos recursos produtivos	1	
29.	Adoção de critérios igualitários	1	
30.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	1	
	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)	3	Venda alimentos para angariação de fundos, eventos
	Reapropriação da ideia de solidariedade (inserção comunitária; espaço para cooperação reciprocidade etc)	1	-sem nome "solidariedade"-união, cooperação, parceria

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

31.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? <u>Alimentação, cultura, educação, ambiente, saúde, energia, vestuário, higiene, resíduos</u>	
32.	Quais os principais aspetos que criticam? Fast food/multinacionais, cultura de massas (ilusão, materialismo, entretenimento)vs outra cultura	
33.	Que tipos de preocupações têm na realização dos atos de consumo? (Consumo individual e consumo institucional) Conversas sobre estes aspetos, lanche coletivo Reciclagem	
34.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	3
35.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores	Não
36.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	Reci
37.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?(<u>lidl perto</u>)	3
38.	Adquirir produtos do Comércio Justo	
39.	Adquirir produtos de agricultura biológica	Não
40.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	Não
41.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	1
42.	Na qualidade final (durabilidade) do produto	Falam
43.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	1
44.	Adquirir produtos reutilizados	2
45.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias	3
46.	Construir uma ponte relacional com o Outro	1
47.	Enriquecimento pelo encontro (com a diferença)	1
48.	Abdicar de desejos de acumulação	3
49.	Abdicar da distinção social	1
50.	São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo? Enumere algumas Vantagens/ Potencialidades (<u>relação com as necessidades</u>) Autonomia, cap.critica, cooperação/construir alternativas mais participativas Resultados económicos e sociais 2 grupos autónomos/prémio diversidade, mudança de comportamentos mais positivo	

f) Formas solidárias de colaboração

51.	Como é que a lógica Socialização dos recursos produtivos e adoção de critérios igualitários; solidária se manifesta cooperação em vez de competição/lucro; auto-gestão (direitos de na sua organização/ propriedade "ser repartidos de maneira igualitária entre todos os
-----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	empreendimento?	associados) Respeito mútuo, partilha ideias, bens
52.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	SOU (cachupa), imigrarte, pedras d'água, todos
53.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	Renovar a mouraria

g) Dimensão da democracia e igualdade

54.	Que processos democráticos/participativos orientam o funcionamento da organização?	1 ou 2 assembleias por ano para debater questões (jovens mais conscientes participam) Convite aos jovens para participar atividades fora Participação livre Reunião semanal 4 elementos da equipa (avaliação, planeamento)
55.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	2 (consulta mais 2)
56.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	2+2+2 (escolha, as vezes parceiro do consorcio)
57.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/direção	Igualdade
58.	Como se manifesta a igualdade na organização	
59.	Género: quantas mulheres quantos homens	+homens
60.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	Esporádico
61.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	-1000euros

Entrevistado: Cevas, 21.7.12.

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	Produtores PROVE	
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input checked="" type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input type="checkbox"/> Outra	
3.	Quando foi criada (ano)?	2009	
4.	Nº de pessoas	Nº membros: 8; Nº Assalariados: 8; Nº Utentes, Nº de beneficiários: cerca de 100 agregados familiares; Nº Voluntários	
5.	Âmbito territorial	Local	<input checked="" type="checkbox"/> Regional <input type="checkbox"/> Nacional Internacional

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Produção: Moita; Venda: Mercado Santa Clara, Lisboa.
7.	Código Postal	
8.	Localidade	
9.	Telefone	
10.	Correio eletrónico	encomendas.moita@prove.com.pt
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	
12.	Pessoa de contato	Ana Marques

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/ empreendimento	-ter produção diversificada (40 espécies) para ter cabazes de janeiro a janeiro -modo de produção integrada (entre convencional e biológico) -ligação do consumidor ao produtor
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	Agricultura modo de produção integrada
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	Produção agrícola -recebem grupos escolares no âmbito de programas escolares -visitas dos consumidores
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	-alimentação saudável, diversidade produção
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	Prove, adrepes, Ass.Idades dos sabores
18.	Dificuldade/tensões: destaque algumas das principais dificuldade/tensões	-muito trabalho (não h+a férias para assegurar rotatividade das culturas)

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisficente)

19.	Que tipos de necessidades pretendem satisfazer de forma crítica na organização/ empreendimento? A quais conseguem dar resposta?		
20.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais	1	Materiais/locais, culturais, ambientais
21.	Valorização e exercício de liberdade através da cultura/ pensamento livre/ crítica ao sistema vigente		Valorização da relação com o consumidor
22.	Interação humana e espaços públicos de proximidade.	1	Ligação consumidor
23.	Educativas / Comunidade de interesse	1	Escolas/ consumidores
24.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	1	
25.	Participação no processo produtivo/ consumo	1	
26.	Fazer parte de processos facilitadores de democracia participativa	-	
27.	Participar na construção de vida sociocomunitária	-	Dão trabalho a pessoas da comunidade
28.	Socialização dos recursos produtivos		
29.	Adoção de critérios igualitários	-	Respeito adicional pelos mais velhos, tradição ligada à inovação
30.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	1	
	Redefinição da economia para além do	2	Capital não é principal se não fariam

	mercado (mudança do paradigma dominante)		monocultura e vendiam para grandes superfícies
	Reapropriação da ideia de solidariedade (inserção comunitária; espaço para cooperação reciprocidade etc)	3	

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

31.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? <u>Alimentação</u> , cultura, educação, ambiente, saúde, energia, vestuário, higiene, resíduos	
32.	Quais os principais aspetos que criticam? Abandono agrícola, sociedade discrimina: não tem trabalho vamos para a terra; facilitismo na agricultura/ permacultura	
33.	Que tipos de preocupações têm na realização dos atos de consumo? (Consumo individual e consumo institucional) Abandono agrícola; sociedade discrimina quem não tem trabalho e regressa à terra; facilitismo na agricultura/ permacultura. Reciclagem	
34.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	1
35.	OFERECER Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores	1
36.	OFERECER Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	1
37.	OFERECER Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	1
38.	OFERECER Adquirir produtos do Comércio Justo	-
39.	OFERECER Adquirir produtos de agricultura biológica	-
40.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	-
41.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	-
42.	Na qualidade final (durabilidade) do produto	-
43.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	1
44.	Adquirir produtos reutilizados	-
45.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias	1
46.	Construir uma ponte relacional com o Outro	1
47.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	2
48.	Abdicar de desejos de acumulação	3
49.	Abdicar da distinção social	-
50.	São conhecidos alguns impactos deste tipo de consumo? Enumere algumas Vantagens/ Potencialidades (<u>relação com as necessidades</u>) Autosustentabilidade, união familiar, rede produtor/consumidor, melhoria alimentar, desenvolvimento agrícola Resultados económicos e sociais	

f) Formas solidárias de colaboração

51.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento?	Têm clientes desde 2009
52.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	-mercado sta clara, moita, feiras/escolas(visitas)
53.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	

g) Dimensão da democracia e igualdade

54.	Que processos democráticos/participativos orientam o funcionamento da organização?	-cada dia são atribuídos na família tarefas de acordo com as urgências (variam com a época e o dia)
55.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	1 pessoa preenche caderno de campo para cada cultura (agricultura integrada)
56.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	8 (por exemplo discutem sobre o que cultivar num determinado terreno)
57.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	
58.	Como se manifesta a igualdade na organização	
59.	Género: quantas mulheres quantos homens	=
60.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	Não
61.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	-1000euros

Entrevistado: Ana Marques; Data:14/8/12.

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	Mob		
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input checked="" type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input type="checkbox"/> Outra:		
3.	Quando foi criada (ano)?	Setembro de 2012	Precários Inflexíveis (6.2012)	Crewhassam (5.2006)
4.	Nº de pessoas	Nº membros +-16	Nº Assalariados 1+4(variável em função do investimento e trabalho)	Nº Utentes 5200
		Nº de beneficiários	Nº Voluntários 5(som), 15 a 20 (porta)	
5.	Âmbito territorial	X Local	Regional	X Nacional
		Internacional		

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Bairro Alto, na Travessa da Queimada, nº 23
7.	Código Postal	1200 -365
8.	Localidade	Lisboa
9.	Telefone	
10.	Correio eletrónico	
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	https://www.facebook.com/MobLisboa
12.	Pessoa de contato	Ana Feijão

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/ empreendimento	- Espaço cultural de âmbito político - Partilha de iniciativas culturais não mainstream e comercial - Combate à precariedade: partilha das preocupações relativas à precariedade.
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	Cultural: cinema, música, teatro, performance, livraria, exposições, DJ; Política: não homofobia, não racista.
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	Debates, reuniões, assembleias de várias associações, feira da ladra, feira de artesanato.
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	Igualdade, não discriminação, solidariedade (partilha).
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	A Associação resulta de uma parceria entre a associação Precários Inflexíveis e a cooperativa cultural Crewhassam
18.	Dificuldade/tensões: destaque algumas das principais dificuldade/tensões	Receitas: sócios, bar; Reciprocidade na cedência do espaço: Mob dá o espaço e grupo "ritmos de resistência" em troca dá o que pode.

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisfaciente)

19.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais /Educativas		Materiais: Necessidade de um espaço/ sede
20.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	1	Está na base da existência das duas organizações e do Mob.
21.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	3	Informações sobre o trabalho precário; Natal social (partilha de outras formas de fazer);
22.	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)	2	

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

23.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Cultura, Política	
24.	Quais os principais aspetos que criticam? A cultura mainstream que não reflete sobre a realidade e não tem vontade ou potencial transformador (também porque o contexto é desfavorável (Também porque o contexto é desfavorável e é necessário mudar); . sexismos, racismo, homofobia; condições de trabalho das pessoas.	
25.	Preocupações na realização dos atos do consumo institucional Não compram produtos da marca coca-cola; consomem num pequeno restaurante Reciclam? Sim (com os utentes é mais difícil de controlar)	
26.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	-
27.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores	-
28.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	-
29.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	-
30.	Adquirir produtos do Comércio Justo	-
31.	Adquirir produtos de agricultura biológica	-
32.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	2
33.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	-
34.	Na qualidade final (durabilidade) do produto	-
35.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	-
36.	Adquirir produtos reutilizados Decoração/ mobiliário	
37.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias (política cultural)	1
38.	Construir uma ponte relacional com o Outro	2
39.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	2
40.	Abdicar de desejos de acumulação	1
41.	Abdicar da distinção social	1
42.	Especifique outras preocupações: reconhecimento social do potencial transformativo do trabalho do Mob	

f) Formas solidárias de colaboração

43.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento?	Partilha de responsabilidade; agenda comum, som-crew hassam, logística (crew hassam)
44.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	Cultural
45.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	Precários Inflexíveis: rede nacional 8 de Março, movimentos políticos; internacional (altersuit); MOb: não, por enquanto.

g) Dimensão da democracia e igualdade

46.	Que processos democráticos/participativos orientam o funcionamento da organização?	Decisão participada comum, agenda (çpropsta, discussão, aprovação por consenso)
47.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	Cerca de 6
48.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	Cerca de 6
49.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	Cerca de 6
50.	Como se manifesta a igualdade na organização	Partilha da gestão/ defesa da igualdade.
51.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	-
52.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	600 E é o mais alto.

h) Impactos/ Resultados económicos/ Dificuldades/Ideologia

53.	<p>São conhecidos alguns impactos da organização? -muito utentes usam o espaço, alguns regularmente. apropriando-se; -divulgar/promover a cultura de forma livre; -bandas podem apresentar o seu trabalho. Enumere algumas potencialidades Maior envolvimento da diversidade cultural Ponto de encontro de organizações de âmbito cultural/social</p>	
54.	<p>Resultados económicos: Custos: contabilista, renda, produtos, remunerações de 5 pessoas; Receitas: bar e cotas</p>	<p>Documentos públicos: Talvez (com o contabilista)</p>
55.	<p>Destaque algumas das principais dificuldade/tensões - Promover/ garantir a especificidade do espaço - Melhor pagamento das bandas</p>	
56.	<p>Origens e definições ideológicas atuais Socialismo, feminismo, ecologismo.</p>	

Entrevistado: Ana Feijão; Data:7/1/2013.

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	Solidariedade Imigrante-Associação para a defesa dos direitos dos imigrantes		
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input checked="" type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input type="checkbox"/> Outra:		
3.	Quando foi criada (ano)?	Junho 2001		
4.	Nº de pessoas	Nº membros	Nº Assalariados 5	Nº Utentes
	17 direção, 3 concelho fiscal, 3 assembleia	Nº de beneficiários	Sócios: 22500	peças de 97 nacionalidades
5.	Âmbito territorial	Local	Regional	<input checked="" type="checkbox"/> Nacional
		Internacional		

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Rua da Madalena, 8 – 2ºAndar
7.	Código Postal	1100-321
8.	Localidade	Lisboa
9.	Telefone	21 887 07 13
10.	Correio eletrónico	solidariedade_imigrante@hotmail.com
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	http://www.solimigrante.org/
12.	Pessoa de contato	Timóteo Macedo

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os	- Solidariedade vs Paternalismo
-----	------------------------------------------	---------------------------------

	objetivos da organização/ empreendimento	-Relação humanizada e personalizada -Responsabilização dos próprios emigrantes -Cidadania avançada -Dar voz aos emigrantes -novo associativismo, novos caminhos para o associativismo (o antigo estava comprometido com o Estado) -Espírito universal
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	Atendimento direito a habitação grupo de apoio ao emprego interculturalidade e cidadania violência de género
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	- Festival Emigrarte (6 edições anuais, autonomia financeira, 4000 euros investidos pela associação cada ano) - Cursos não formais (sustentados pelos próprios emigrantes) de alemão, outras línguas, informática etc)
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	Responsabilidade e empoderamento da sociedade civil emigrante
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento	Kapaz (Arrentela) Programa Escolhas (Intendarte) nas valências da Solim
18.	Financiamento (percentagens)	Estado Mercado Filantropia Posições XAngariação de fundos

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisficente)

19.	Materiais/Económicas, X Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, X Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, X Culturais, X Ambientais /Educativas	1	Escolher e explicar Ambientais 3: temas ecológicos que têm a ver com emigração: dívida ecológica
20.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	1	
21.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	1	Interculturalidade (queremos trocar e aprender na troca, e misturar até encontrar
22.	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)		Novas necessidades (resultado de vulnerabilidades novas, ex segurança, afetiva, desconfiança Apoio psicológico pouco expressivo, por ano cerca de 20 apoios; as pessoas que aqui vêm e cada vez mais, estão efetivamente baralhadas e precisariam de outro tipo de apoio; é difícil nós captarmos as pessoas para uma conversa mais aprofundada, não é fácil que a pessoa vá mais para dentro de si própria, e quando conseguimos encaminhá-los para as entidades competentes já é uma vitória para nós.

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

23.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? X Alimentação (gastronomia/ cultura), X cultura, X politica
24.	Quais os principais aspetos que criticam? Discursos oficiais sobre a emigração distantes dos imigrantes (40') que as vivências

	interculturais e os diálogos se decretem, deve ser promovida a sua vivência, por baixo, com as pessoas, mtas vezes tem a ver com políticas de vizinhança, de bairro, ; não se pode dizer que “Lisboa é uma cidade multicultural”; “nós, os políticos, é que somos a massa critica, a massa cinzenta, a institucionalização e empresarialização da sociedade civil; 77 CLAI centro local de poio ao emigrante (tutelado pelo ACIDI)	
25.	Preocupações na realização dos atos do consumo institucional Criar espaços de intimidade, de partilha, de mobilização, de consciencialização, de valorização do outro, do conhecimento do outro- porque é assim que se combatem os preconceitos- isto é que é o diálogo intercultural (vivenciado por baixo); Reciclagem SIM	
26.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	
27.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores	
28.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	
29.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	
30.	Adquirir produtos do Comércio Justo	
31.	Adquirir produtos de agricultura biológica	
32.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	
33.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	
34.	Na qualidade final (durabilidade) do produto	
35.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	
36.	Adquirir produtos reutilizados	
37.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias (
38.	Construir uma ponte relacional com o Outro	1
39.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	1
40.	Abdicar de desejos de acumulação	
41.	Abdicar da distinção social	
42.	Especifique outras preocupações	

f) Formas solidárias de colaboração

43.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento?	Solidariedade comprometida, com responsabilização.
44.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	Já tiveram o Comércio Justo e têm uma parceria cultural com Assoc. de escritores de Moçambique Plataforma depende da área de trabalho; se vocês
45.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	Rede Sociaial da CMC Lisboa -Forúm Social Português talvez tenha saído quando situação; Plataforma “Temporários”, “1ª de Maio, 1º de Maio, versus Abril

g) Dimensão da democracia e igualdade

46.	Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização?	Reuniões plenários com emigrantes, situações complicadas
47.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	10-70; aplicação no fica a demolhar.
48.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	No ano seguinte
49.	Nº de pessoas que participam na eleição dos	No ano seguinte

	órgãos de gestão/ direção	
50.	Como se manifesta a igualdade na organização	
51.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	Pouca exclusão absoluta
52.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	Inferior a 90 Euros

h) Impactos/ Resultados económicos/ Dificuldades/Ideologia

53.	São conhecidos alguns impactos da organização? Relatório de 2012: 20.700 atendimentos a imigrantes, 705 marcações gerais para o Serviço de Estrangeiros e Fronteiras, 908 intervenções e pedidos de informações sobre candidaturas à regularização, 129 pedidos de reagrupamento familiar, 116 diligências junto da conservatória dos registos centrais e Apoio Especializado ao Emigrante. Gabinete de Emprego e Valorização Profissional: 28 cartas ao patrão, 8 Formações Profissionais, 68 colocados. Enumere algumas potencialidades	
54.	Resultados económicos:	Documentos públicos: Balancete, relatório de contas, relatório anual, planos
55.	Destaque algumas das principais dificuldade/tensões	
56.	Origens e definições ideológicas atuais (cristianismo, anarquismo, socialismo, novas ideologia: feminismo, ecologismo) Ideais de justiça, defesa dos direitos humanos, universalismos	

Entrevistado: Timóteo Macedo; Data: 8 e 10 de Janeiro/ 2013.

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	Bacalhoeiro		
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input checked="" type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input type="checkbox"/> Outra:		
3.	Quando foi criada (ano)?	2006		
4.	Nº de pessoas	Nº membros 6	Nº Assalariados 4000 (sócios)	Nº Utentes 1 estagiário
5.	Âmbito territorial	XLocal	Regional	Nacional Internacional

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Rua dos Bacalhoeiros 125
7.	Código Postal	
8.	Localidade	Lisboa
9.	Telefone	
10.	Correio eletrónico	
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	http://bacalhoeiro.blogspot.pt/
12.	Pessoa de contato	Pedro Fidalgo

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/	Dar a possibilidade a projetos culturais, com dificuldade no circuito cultural, de se
-----	--------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------

	empreendimento	apresentarem ao público e existirem, e dar a possibilidade às pessoas de terem acesso a estas atividades apenas pagando as cotas.
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	Áreas culturais
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	Concertos e Dj's, a pintura do mural, cinema, teatro de sombra, exposições de fotografia
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	Dar oportunidade a todos os que são artistas e ser um espaço não elitista e acessível
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento	Restart: 1 técnico de som de 3 em 3 meses Até 2010: Juntas de Freguesia, o Instituto Português da Juventude, o Instituto do Emprego e da Formação Profissional e a União Europeia/ Serviço Voluntário Europeu
18.	Financiamento (percentagens)	Financiamento: Cotas e bar.

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisfaciente)

19.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais /Educativas	1	Sociais e culturais (antes comunitárias)
20.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	2	
21.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	3	Durante 2 anos conferências do Le monde diplomatique, poesia.
22.	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)	2	

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

23.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Cultura (arte, música)	
24.	Quais os principais aspetos que criticam? Menos crítica, mais oferta artística.	
25.	Preocupações na realização dos atos do consumo institucional Compram vinho e queijo a um pequeno produtor Reciclam? Sim (com os utentes é mais difícil de controlar)	
26.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	-
27.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores	-
28.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente (uso de poucas embalagens, materiais recicláveis)	-
29.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	1
30.	Adquirir produtos do Comércio Justo	-
31.	Adquirir produtos de agricultura biológica	-

32.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	-
33.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	-
34.	Na qualidade final (durabilidade) do produto	-
35.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	-
36.	Adquirir produtos reutilizados	2
37.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias	-
38.	Construir uma ponte relacional com o Outro	-
39.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	-
40.	Abdicar de desejos de acumulação	-
41.	Abdicar da distinção social	-
42.	Especifique outras preocupações:	-

f) Formas solidárias de colaboração

43.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento?	Autogestão
44.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	Vendas dos CD's das bandas integralmente para eles; produção musical de pequenas bandas.
45.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	Antes

g) Dimensão da democracia e igualdade

46.	Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização?	Processo mais orgânico; uma reunião semana para organizar e uma reunião de equipa por mês; ultima palavra é do presidente; Importante ter regras para equilibrar; partilha igualitária das coisas; quando é necessário e benéfico alteram-se as regras; entreaajuda e familiaridade entre a equipa e as bandas; reciprocidade: Banda farra fanfarra ensaiam gratuitamente e em trocam tocam de graça.
47.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	6
48.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	Variável
49.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	Mais ou menos 30 pessoas (de 5 em 5 anos)
50.	Como se manifesta a igualdade na organização	-
51.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	-
52.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	Todos ganham 5 Euros por hora; os responsáveis ganham cerca de 10 Euros por hora mais o lucro do dia.

h) Impactos/ Resultados económicos/ Dificuldades/Ideologia

53.	São conhecidos alguns impactos da organização? Cerca de 20 concertos por mês/ 250 por ano; difusão cultural/ musical. Enumere algumas potencialidades	
54.	Resultados económicos:	Documentos públicos: Balancete, relatório anual (antes tinham todos os documentos)
55.	Destaque algumas das principais dificuldade/tensões Falta de apoio financeiro	
56.	Origens e definições ideológicas atuais (cristianismo, anarquismo, socialismo, novas ideologia: feminismo, ecologismo) novas tendências ideológicas – direito à diferença	Vocação artística; antes também infantil

Entrevistado: Pedro Fidalgo; Data: 11/1/2013; Observações: Baixo nível de atividades da organização atualmente.

a) Designação, data de constituição, membros

1.	Nome da organização/ empreend.	Associação Agostinho da Silva	
2.	A organização/ empreendimento encaixa-se na seguinte categoria	<input type="checkbox"/> Grupo informal <input checked="" type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Mutualidades <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> Unidade Socioeconómica Popular (empreendimentos individuais, familiares ou entre vizinhos; agricultura familiar; artesãos) <input type="checkbox"/> IPSS <input type="checkbox"/> Associação de Desenvolvimento Local <input type="checkbox"/> Loja de Comércio Justo <input type="checkbox"/> Sociedade comercial (anónima, por quotas, unipessoal) <input type="checkbox"/> Clubes de troca <input type="checkbox"/> ONGD <input type="checkbox"/> Outra	
3.	Quando foi criada (ano)?	1995	
4.	Nº de pessoas	Nº membros; Nº Assalariados; Nº Utentes, Nº de beneficiários: cerca de 100 sócios; Nº Voluntários: 4	
5.	Âmbito territorial	Local Regional Internacional	X Nacional

b) Dados da organização/ empreendimento

6.	Morada	Rua de São Bento, 270, Sobreloja Esq.
7.	Código Postal	
8.	Localidade	Lisboa
9.	Telefone	213930224 96 7044286
10.	Correio eletrónico	agostinhodasilva@mail.pt
11.	Endereço eletrónico (web site/ blog)	http://www.agostinhodasilva.pt/
12.	Pessoa de contato	Renato Epifânio

c) Informações sobre a estrutura organizativa

13.	Objetivos: descreva brevemente os objetivos da organização/ empreendimento	Estudar e divulgar a obra de Agostinho da Silva.
14.	Áreas de atuação: Indique as áreas de intervenção da organização/ empreendimento	Obra de Agostinho da Silva
15.	Principais atividades: Indique algumas ações/atividades realizadas pela organização/ empreendimento	Palestras e cursos baseados nos seus valores: Manter viva a memória do Agostinho da Silva, a lusofonia, o comunismo e o cooperativismo.
16.	Valores: Destaque os principais valores que estruturam a organização	Lusofonia, comunismo, cooperativismo
17.	Parcerias: Indique os principais apoiantes e parceiros da organização/ empreendimento (Financiamento)	
18.	Dificuldade/tensões: destaque algumas das principais dificuldade/tensões	Financiamento; Diferentes ideias entre os membros sobre estratégias a adotar

d) Satisfação (crítica) de necessidades

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

(Resposta aberta e com escolha múltipla; multidimensionalidade e interdependência de sistemas de necessidades em permanente transformação qualitativa e quantitativa; necessidade vs satisfaciente)

19.	Materiais/ Económicas, Sociais/ Comunitárias/ Locais, Psicológicas, Políticas/ Democráticas/ Participativas/ Cooperativas, Culturais, Ambientais /Educativas	1	Escolher e explicar ano após morte do AS um conj.de amigos e familiares decidiram criar esta associação que fosse responsável por salvaguardar o espólio e perpetuar a memória do AS, promovendo colóquios, conferências...estudar e divulgar; Necessidades Filosóficas;
20.	Contribuir para a mudança/ transformação positiva	3	Não é consensual; propostas muito concretas causam divergências entre a direção; por uma questão de consenso evita-se esse caminho, depois fora da AAS cada um segue o seu caminho de ativismo social
21.	Promoção de outros saberes, ritmos, escalas, produtividades (especificar)	3	Por decisão própria, ASS defende princípios gerais, não defende medidas muito específicas; é mais um centro de investigação do que de ação
22.	Redefinição da economia para além do mercado (mudança do paradigma dominante)	3	Ver ponto24

e) Formas organizativas de consumo crítico

(Numerar em ordem de importância de 1, mais importante a 3, menos importante)

23.	O Consumo Crítico verifica-se sobretudo em que área? Cultura
24.	Quais os principais aspetos que criticam? A Assoc. propriamente não critica, depois cada membro fá-lo à sua maneira fora da assoc.AS prefigurava uma soc.pós-capitalista; não considerava o capitalismo como o fim da história; tem um papel importante no desenvolvimento económico e tecnológico. Da sociedade, mas a tese dele é que há-de criar uma sociedade em que o trabalho já não será necessário; ele acreditava na própria tecnologia ;A alienação pelo trabalho: pessoas não deviam trabalhar, deviam estar ocupadas a fazer coisas nas quais se reconhecessem; AS tinha consciência ecológica,

25.	Preocupações na realização dos atos do consumo institucional Reciclagem de toner, tinteiro impressora, plástico, papel, vidro	
26.	Obter informações sobre as condições de produção dos produtos/ bens/ serviços de consumo	-
27.	Adquirir produtos de marcas que respeitem os direitos dos trabalhadores	-
28.	Adquirir produtos que respeitem o ambiente	1
29.	Adquirir produtos locais/ de proximidade/ pequeno comércio?	1
30.	Adquirir produtos do Comércio Justo	-
31.	Adquirir produtos de agricultura biológica	-
32.	Exigir respeito pelos espaços públicos e meio ambiente	-
33.	Quem estou a beneficiar (produtores, distribuidores etc)	-
34.	Na qualidade final (durabilidade) do produto	-
35.	Reduzir a quantidade de produtos consumidos	-
36.	Adquirir produtos reutilizados	-
37.	Fortalecimento de novas identidades coletivas minoritárias	-
38.	Construir uma ponte relacional com o Outro	-
39.	Enriquecimento pelo encontro com a diferença	-
40.	Abdicar de desejos de acumulação	-
41.	Abdicar da distinção social	-
42.	Especifique outras preocupações	

f) Formas solidárias de colaboração

43.	Como é que a lógica solidária se manifesta na sua organização/ empreendimento? Trabalho voluntário, em parceria, que denota uma certa filosofia de vida; auto-gestão, as decisões são tomadas coletivamente	
44.	A organização participa em formas solidárias de produção/ consumo e/ou comercialização de seus produtos?	
45.	A organização participa de algum movimento/rede sociocultural, político em Portugal ou no estrangeiro? Qual?	

g) Dimensão da democracia e igualdade

46.	Que processos democráticos/ participativos orientam o funcionamento da organização?	Assembleia geral sócios e espírito Agostiano
47.	Nº de pessoas que participam na elaboração do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes	+ -4
48.	Nº de pessoas que participam na aprovação do plano estratégico, orçamento e aplicação dos excedentes (ou nas decisões principais)	Assembleia Geral
49.	Nº de pessoas que participam na eleição dos órgãos de gestão/ direção	+ - 20 (pessoas não vêm às Ass. Mtas vezes por que confiam; quando há grande afluência às vezes é sinal de crise)
50.	Como se manifesta a igualdade na organização	
51.	Pessoas em risco de exclusão social que trabalham ou colaboram com a organização	Pessoas que estão a ponderar emigrar
52.	Qual o rendimento mais baixo e o mais alto dentro da organização?	Só voluntário

Entrevistado: Renato Epifânio; Data: 23/1/13.

ANEXO F- Citações das entrevistas efetuadas às IES

“Através do comércio justo contribuimos para apoiar as condições de habitação e educação para os trabalhadores e famílias.”

Cidac

“Estamos organizados no trabalho de outra forma, que não a da sociedade de mercado. Praticamos uma solidariedade para com a vida de cada um, uma relação humana em igualdade com a relação de trabalho.”

Mó de Vida

“Criticamos a vigência da vida, o poder vigente, a forma como economia está organizada. “

Barbuda

“Procuramos viver uma sociabilidade alargada e com uma lógica solidária no dia-a-dia. Ganha-se maior autonomia e autossuficiência, o desenvolvimento de capacidades multifuncionais, a redução da dependência do dinheiro e do consumo de energia, tempo disponível para fazer o que se gosta. Participar de forma ativa nas atividades dá uma visão mais alargada da experiência.”

Family Ensemble

“Promovemos a elasticidade de práticas de vida; move-nos exercitar práticas de vida reconfiguradoras, ver o movimento que potencia a forma.”

c.e.m.

“Não nos identificamos com esta ideia de ajudar, da solidariedade... Faz mais sentido cooperação, viver em grupo, porque somos mais fortes.”

Gaia

“A democracia é uma palavra esvaziada; hoje vivemos a ditadura da maioria.”

“No Banco do Tempo todos podem dar e receber. Os saberes não são hierarquizados, há uma circulação de diferentes tipos de saberes.

E o Banco de Tempo foi valorizado enquanto espaço de aprendizagens relacionadas com o “aprender a ser” e “aprender a viver juntos”, na linguagem de Jaques Delors. É uma realidade onde, na prática, se aprendem novos comportamentos e atitudes, tais como a ajuda mútua, a valorização das pessoas, das suas capacidades e diferenças, a reciprocidade e a simetria na relação entre as pessoas. O combate ao isolamento e à solidão, o reforço da rede de relações sociais de apoio e a construção de relações sociais significativas, mais humanas, igualitárias, foram apontados como os principais contributos do Banco de Tempo.”

Banco do tempo

“No Buala a lógica solidária manifesta-se através da alternância, complementaridade e coprodução. Defendemos um modo de fazer as coisas diretamente, sem intermediários, numa perspetiva de autoempendedorismo.

Contestamos o eurocentrismo, somos contra o pensamento único, o fast-food da informação, a informação condicionada ao serviço de interesses e monopólios, o branqueamento da história: passivos, a homogeneização e centralização das formas de produção e consumo. Problematizamos a noção geral da lusofonia, que consideramos desatualizada, hierárquica, colonialista. Damos visibilidade a narrativas silenciadas.”

Buala

“Não sei se as nossas atividades são uma resposta a necessidades da comunidade, mas gostávamos que fossem; essas necessidades existem? Elas antes têm que ser fomentadas ou pelo menos haver espaços onde as pessoas percebam que isso existe, porque neste momento estamos num estado em que as pessoas nem sabem. A dificuldade é que não são necessidades evidentes e de que a maior parte as pessoas tenham consciência. Temos mais necessidades do que aquelas que encontramos e tornariam o mundo outro”

Casa da Achada

“Tentamos que as crianças e os jovens não vejam as coisas como “consumo volátil e momentâneo”, mas uma plataforma para a criação.

O equilíbrio é coisa que não existe, procura-se estar em paz, é um jogo de forças entre aquilo que temos na candidatura e de salvaguarda em regulamento e a parte de controlo do programa, que várias vezes procura ter uma lógica de top-down e não de botton-up como é suposto”

Contacto Cultural

“Defendemos uma solidariedade comprometida, com responsabilização.”

Solim

“ O capital não é o principal, se não fariamos monocultura e vendíamos para grandes superfícies.”

Produtoras Prove

*“A cultura mainstream não reflete sobre a realidade e não tem vontade ou potencial transformador.
Somos contra o sexismo, o racismo, a homofobia.”*

Mob

“Defendemos um espírito universal e uma cidadania avançada. Queremos fazer parte de uma sociedade civil responsável, pró-ativa e que resgate aquilo a que tem direito. Não temos que andar a ser prestadores de serviços. Criámos autonomia financeira para remar contra”

Solim

“Nós aqui fazemos questão de manter a independência da Associação, não depender do Estado, ou de subsídios.

O Agostinho da Silva foi o impulsionador da ideia do espaço lusófono, que era a criação de um espaço de paz, de um outro tipo de economia, de uma economia justa.”

Associação Agostinho da Silva

ANEXO G- Lista de potenciais IES em Lisboa

Lista de potenciais IES em Lisboa

1. A Linha
2. Assembleia Popular da Graça
3. Associação Chão de gente
4. BOESG Casa da Horta
5. Casa Independente
6. Chapitô
7. Chullage Ciclo oficina dos Anjos
8. Coisas do vizinho
9. Comité de trabalhadores da AXA
10. Condomínio da terra
11. Conectar
12. Cooperativa de Crédito e Consumo de Víveres de Braço de Prata
13. Cooperativa Outro Modo
14. Feira da Ladra
15. IFAP (Instituto de financiamento agricultura e pescas)
16. Interculturacidade
17. Liberdade 365
18. Lisboa Freecycle
19. Massa Crítica
20. Movimento +Democracia
21. Mouradia
22. PAGAN
23. Partido dos Animais e da Natureza
24. Projeto 270
25. Ritmos da Resistência
26. RDA69
27. R.U.A.- Rede Urbana de Agricultura
28. Terrakota
29. Transição e Permacultura Portugal