

## O que tem sido praticado? Uma abordagem a respeito das relações de consumo no Clube de Trocas da ITCP/UNIFAL-MG

Kaio Lucas da Silva Rosa<sup>1</sup>

Layon Carlos Cezar<sup>2</sup>

**Resumo:** O objetivo deste artigo é investigar a influência dos Clubes de Trocas desenvolvidos pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Federal de Alfenas (ITCP/UNIFAL-MG) para a reflexão sobre as relações de consumo de seus participantes. Para isso, foi conduzida uma pesquisa mista operacionalizada a partir da construção e aplicação de um *survey* em três edições do Clube ao longo de 2018. Os dados quantitativos foram avaliados a partir de técnicas de estatística descritiva e referências cruzadas e os dados qualitativos, por meio da análise de similitude e análise de conteúdo. Os principais resultados apontam o potencial do Clube de Trocas para repensar as relações de consumo, à medida que seus participantes vivenciam experiências para além da troca em si.

**Palavras-chave:** economia solidária; metodologia de incubadora; consumo; clube de trocas.

**Abstract:** The objective of this article is to investigate the influence of the Exchange Clubs developed by the Technological Incubator of Popular Cooperatives of the Federal University of Alfenas (ITCP/UNIFAL-MG) to reflect on the consumption relations of its participants. For this, mixed research was conducted operationalized from the construction and application of a survey in three editions of the Club throughout 2018. Quantitative data was evaluated using descriptive statistical techniques, cross-references and qualitative data, based on content analysis and analysis of similitude. The main results point to the potential of the exchange club to rethink consumer relations, as its participants experience beyond the exchange itself.

**Keywords:** solidarity economy; incubation methodology; consumption; exchange club.

### *Introdução*

Antes de tudo, é preciso começar do panorama societal que está posto. Por alto, recorrendo a Marx (2012), sabe-se que a lei do valor para o funcionamento do capitalismo tem predileção pelos valores de troca das mercadorias em detrimento dos seus valores de uso. O valor tem como substância o trabalho abstrato, incorporado nas mercadorias que são as riquezas da produção capitalista. A produção e o consumo marcados pela alienação, pela fetichização, são orientadores dessa ordem. À qual têm sido suscitados diferentes revides. Este estudo se vale da economia solidária e da prática do consumo solidário nos clubes de trocas como canal para materialização da crítica (SINGER, 2002). Recorre-se, por esse ponto de vista, aos possíveis revides pelo consumo solidário em relação ao modelo lesivo de produção-consumo (MANCE, 2009).

---

<sup>1</sup> Bacharel em Interdisciplinar em Ciência e Economia Acadêmico de Administração Pública pela Universidade Federal de Alfenas. Membro da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da UNIFAL.

<sup>2</sup> Professor Adjunto do Departamento de Administração e Contabilidade da Universidade Federal de Viçosa. Doutor em Administração pela Universidade Federal do Espírito Santo. Coordenador do Grupo de Estudos e Pesquisas em Organizações, Sustentabilidade e Tecnologia (GEPOST).

O foco estudado é bastante circunstancial: o exercício de crítica ao consumo no âmbito da ITCP/UNIFAL-MG e seu Clube de Trocas construído a partir de pressupostos teóricos-metodológicos da incubadora, que busca atuar pela resistência e construção de alternativas ao capital (FRAGA, 2018). Trata-se de uma iniciativa construção, uma experiência universitária que mira em um horizonte além, necessita ser avaliada quanto ao seu potencial, e ainda, aprimorada pela apreciação crítica. A isso se propõe este artigo, que tem como objetivo investigar a influência dos Clubes de Trocas desenvolvidos pela ITCP/UNIFAL-MG para a reflexão sobre as relações de consumo de seus participantes. Para a investigação teórico-empírica, desenvolveu-se um levantamento de campo com natureza mista e objetivo exploratório. Os dados foram obtidos por meio de questionários aplicados em 3 edições do Clube de Trocas no ano de 2018.

Quanto ao corpo deste texto, além desta introdução, é exposto como quadro teórico a discussão a respeito do consumo em voga sob o imperativo do capital; a vista pretendida a partir do consumo via economia solidária e; a possibilidade do clube de trocas como metodologia de ação. Na seção seguinte, são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados nesse estudo e posteriormente discutidos os resultados. Por fim, são apresentadas as considerações finais e as referências utilizadas.

#### *Onde estamos: o consumo sob o véu nebuloso do capital*

A mediação primária vigorante no metabolismo do homem com a natureza, isto é, a relação instintiva estabelecida para o atendimento às necessidades elementares e satisfação das funções sociais reprodutivas, é sobreposta por um poder degradante e estranho a ela, o imperativo das mediações de segunda ordem do capital. As mediações de primeira ordem são usurpadas pelos meios de produção alienados e suas figurações: o dinheiro; a produção voltada à troca; a variedade de formação do Estado do capital globalizado; e o mercado mundial. Por conseguinte, a reprodução do capital justapõe-se ao metabolismo social e às atividades de mediação primária, ampliando-se vigorosamente o comando do capital (MÉSZÁROS, 2011).

O sistema de metabolismo do capital tem potência alienante. A alienação, é, deste modo, correspondente ao fetiche: o fetiche-capital. O fetiche possui uma dimensão mágica, ele é social, mas aparece como natural (CARCANHOLO, 2011). Na sociedade capitalista, as mercadorias são a forma da riqueza e satisfazem as necessidades dos indivíduos. Sejam elas do estômago ou, ainda, descoladas de seus conteúdos materiais, seus valores de uso, as necessidades da fantasia. E assim, as mercadorias são trocadas por seus valores segundo uma objetividade fantasmagórica (MARX, 2012). Com efeito, em meio à massa de mercadorias, “*crece de forma igual o império das entidades estranhas a que o homem se encontra sujeito. [...] A expansão dos produtos e das necessidades se transforma em subserviência engenhosa e sempre baseada nos apetites inumanos, corrompidos, antinaturais e*

*fantasiosos.*” (MARX, 2013, p. 149). O fetichismo deturpa as conexões sociais, decompondo-as em relações materiais estabelecidas entre pessoas e relações sociais entre as coisas (HARVEY, 2013).

Com a transição da sociedade de produtores à sociedade de consumidores, a satisfação das necessidades de segurança e estabilidade a longo prazo passa à conformação de desejos individualizados, gradativos e imediatistas (BAUMAN, 2008). Alimentados por inúmeras estratégias de marketing e produtos com vida útil reduzida, a sociedade rebanhada ao consumo apoia-se de forma compulsiva para acumular bens sem refletir criticamente a respeito dos efeitos gerados nessa ação (MANCE, 2009). O consumo na sociedade de consumidores é excessivo, alienado e reificado por uma força externa, que manipula as escolhas e as condutas individuais. Os membros dessa sociedade são transformados em mercadorias mais vendáveis pelo consumo que aumenta seus valores. A sociedade de consumidores é instituída pelo estímulo a um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, em que a adequação estrita aos preceitos desta sociedade, consumir, torna-se uma condição de afiliação (BAUMAN, 2008).

Este estudo recorre à perspectiva crítica que avalia os fenômenos aos seus tempos, o que faz com que consumo e a busca da satisfação das funções sociais reprodutivas à luz do capital não sejam tomados como intrínsecos/insuperáveis. Assume-se que é possível acarretar mudanças e transformações. O que, pela economia solidária e suas iniciativas, como os clubes de trocas, é iniciado em experimentações locais e miram no não-agora que pode ser alcançado coletivamente.

#### *Onde queremos chegar: outra economia e outro consumo via clubes de trocas*

Se por um lado, a conformação dominante da própria existência e suas nuances, como o consumo, estão sob o domínio antissocial do capital. Por outro, também é fato que respostas vêm se instituindo contrariamente à ordem posta, apontando saídas insurgentes para a recuperação do metabolismo em seus sentidos autenticamente sociais, pela predileção dos valores de uso. Tal qual é o caso da economia solidária, fenômeno em ampliação e consolidação no palco das lutas populares. É imprescindível compreender que a economia solidária “não é”, o que permitiria uma delimitação objetiva. Ela “vem sendo” compreendida a partir de seu sentido polissêmico, debates e perspectivas variadas que reivindicam propósitos aqui e acolá das investidas revolucionários, mas tangenciadas por pontos comuns.

Em meio às variadas buscas de delimitações e conceituações, Guerra (2014) apresenta a economia solidária segundo a partir de três abordagens: “*alternativa de organização do trabalho para os setores populares*”; “*alternativa de vida*”; e “*alternativa ao modo de produção capitalista*”. Este estudo ecoa o entendimento da economia solidária alternativa ao modo de produção capitalista e seus desdobramentos. Isto porque, já em suas raízes no século XIX, no pós-instituição do capitalismo industrial, ainda com as contribuições dos socialistas “utópicos” (Owen, Fourier, Buchez, Proudhon

etc.), a economia solidária decorre do sucessivo processo de luta dos trabalhadores contra o capitalismo. O entendimento da lógica da economia solidária perpassa justamente por isso, pela compreensão da crítica operária e socialista ao capitalismo (SINGER, 2000). A economia solidária constitui, por conseguinte, um modo de produção alternativo, baseado na propriedade coletiva ou associada do capital e na liberdade individual. Mais que uma resposta à força de trabalho desalentada, a partir de seu projeto instituidor, a economia solidária poderá ser uma possibilidade superior ao capitalismo (SINGER, 2002).

Nas expressões da economia solidária há a preferência pela solidariedade, formando vínculos sociais de reciprocidade, na contramão do interesse individual, e do ganho material (LAVILLE; GAIGER, 2009). O que pressupõe o consumo solidário, praticado em favor do bem-viver pessoal, e ao mesmo tempo, do bem-estar coletivo. Resultando na primazia por produtos e serviços que não geram a exploração dos trabalhadores nem a degradação ambiental (MANCINI, 2009). O consumo solidário consubstancia os clubes de trocas, iniciativas ou empreendimentos econômicos da economia solidária que operam pela lógica da reciprocidade, evocando extensas práticas antecedentes do ponto de vista histórico. A economia solidária guiada por lógicas alternativas de trabalho e renda, tem potencial para estimular seus praticantes a refletir de forma crítica a respeito do consumo, fundamentado em outros valores e práticas de gestão distantes das tradicionais (CEZAR; FANTINEL, 2018).

Quanto aos clubes de trocas, situados no movimento de economia solidária, é possível recorrer a experiências históricas. Após a experiência da bolsa de trabalho criada por Owen em 1832, com a troca de produtos das cooperativistas a preços justos. Em 1980, em Vancouver, no Canadá, ressurgiu uma estrutura denominada LETS (*Local Employment and Trade Systems*), (Sistemas de Emprego e Comércio Local), para a troca de mercadorias com o uso da moeda social (HUGON, 1995). Na década seguinte, em Bernal, Província de Buenos Aires na Argentina, essas iniciativas surgiram nomeadas como clubes de trocas. Diferente da bolsa de Owen, nos LETS e nos clubes de trocas, as trocas não necessariamente são produzidas por cooperativas, geralmente são de participantes autônomos, como pequenos produtores e prestadores de serviços (SINGER, 2004). No âmbito Latino-americano, a experiência Argentina contribui para a investigação dos clubes de trocas “[...] *como una forma de asociación libre, altamente consciente de valores y de relaciones solidarias, por medio de la cual se forman comunidades de prosumidores que intercambian sus capacidades bajo la formas de bienes o servicios producidos y consumidos por ellos.*” (HINTZE; SABATÉ; CORAGGIO, 2003, p. 19). Desde o ano de 1998, essas experiências se ampliaram mundo afora (ARKEL *et al.*, 2002).

No Brasil, um dos primeiros clubes de trocas foi registrado já em 1998, no bairro de Santa Terezinha, em Santo Amaro, São Paulo. De início, o clube atuava sob inspiração francesa de trocas de saberes, e posteriormente, inspirou-se no modelo argentino de trocas de bens e serviços

(CARNEIRO; BEZ, 2011). Os clubes de trocas são iniciativas que podem ser entendidos como “[...] *associações de produtores autônomos e independentes que estabelecem entre si relações extra-convencionais de mercado, estabelecendo regras específicas de troca a partir de compensações e moedas alternativas reguladas pelo próprio grupo.*” (CRUZ; SILVA, 2001 apud CRUZ, 2006, p. 61).

Em seu funcionamento, o clube de trocas reúne pessoas que podem oferecer bens ou serviços e também os demandam, mas a ausência de equivalentes monetários inviabiliza as trocas (SANTOS; CAMARGO; ALVES, 2015). Impasse criado, por exemplo, pelo desemprego. Como saída, os membros do clube criam uma moeda social e gerem democraticamente o clube (MATARAZZO; BOEIRA, 2016). As trocas são realizadas em reuniões periódicas, em que cada participante se apresenta e descreve suas possibilidades de trocas aos demais (SINGER, 2002).

Por meio da economia solidária, os clubes geram vantagens econômicas e muitas outras, como a criação de laços de sociabilidade, novas amizades, novos contatos e trocas de afetos, saberes, favores e gentilizas (SINGER, 2002). “*Os clubes de troca ajudam as pessoas a enfrentarem o medo de trocar, o medo de abrir mão do que têm. Seja objetos, seja sentimentos, seja saberes. Aprende-se que, quanto mais a gente reparte, mais a gente recebe.*” (CARNEIRO; BEZ, 2011, p. 15).

Esse recorte assinala apenas algumas pré-discussões que são incapazes de demarcar precisamente o que são os clubes de trocas. Se a economia solidária tem muitos significados e práticas, enquanto uns de seus veios, os clubes de trocas também funcionam em “[...] *uma dinâmica viva e flexível.*” (ARKEL *et al.*, 2002, p. 66). Nesse sentido, o Clube de Trocas sobre o qual este estudo se debruça – espaço que mais adiante será retratado enquanto Clube de Trocas da ITCP/UNIFAL-MG na seção a respeito do objeto de estudo – é formado a partir da economia solidária e entende o consumo solidário como ferramenta de frente ao metabolismo antissocial do capital. Buscar ir na contramão da sociedade de consumidores e sua fetichização, e desenvolver o consumo solidário pautando o bem-estar comum, o exercício não monetário, a socialização, os laços de reciprocidade e da ampliação das fronteiras culturais. Um espaço que reverbera as profusas práticas que os clubes de trocas construíram e constroem. Um espaço composto a partir de uma metodologia que será explanada a seguir.

*Metodologia de ação da incubadora: pela janela que se olha e os lugares pretendidos além da vista*

Do ponto de vista tipológico, os clubes de trocas podem ser organizações variadas. Em alguns dos casos, são estabelecidas parcerias com agências e entidades de apoio e fomento como uma soma de esforços e capacidades voltadas à consolidação dos clubes. As Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares (ITCPs) são importantes colaboradoras para esses fins já que são experiências inovadoras, que estabelecem um novo compromisso da universidade com a sociedade e com os

movimentos sociais, para o qual são desenvolvidas tecnologias sociais (DUBEUX, 2007). As ITCPs podem ser consideradas enquanto instrumentos para a construção de tecnologias sociais para problemas sociais, econômicos e ambientais da população social mais vulnerável (MATARAZZO; BOEIRA, 2016).

Nesse sentido, pode-se perceber a estreita relação do funcionamento dos clubes de trocas e a metodologia de ação das ITCPs. Em concordância com o compromisso inovador exposto por Dubeux (2007), o objeto deste estudo é desdobramento do papel das incubadoras orientadas à luta pelo porvir, capazes de mirar cenários possíveis e almejados. Utilizando do potencial para experimentar e instituir a esperança pela prática (FRAGA, 2018). É o que Nascimento (2008, p. 33) expõe a respeito da utopia a partir da filosofia blochiana: “[...] o ‘possível’ e o ‘ainda-não-ser’ são determinações ontológicas fundamentais da nova experiência do mundo. A esperança e o futuro encontram solo firme porque se fundamentam na realidade.” Esse possível esperado é guiado pela esperança do consumo consciente, fomentado pelas experiências geradas nos clubes de trocas realizados pelas ITCPs.

As Incubadoras situam-se no plano de um não-agora, uma utopia. Esta, firmada em seus meios de realização, tem potencial para, através da autogestão, resistir e superar a lógica do capital (FRAGA, 2018). E criar motores para uma performatividade mais crítica dos empreendimentos e de seus membros, no qual o resultado é fruto do sentido que ele tem e não do valor excedente e monetário que ele gera (LECA; GOND; BARIN CRUZ, 2014). Buscar superar a lógica do capital, é então superar o consumo sob o capital. As ações extensionistas de economia solidária das incubadoras são impulsionadas pelo “ainda-não-ser”, pela busca desse consumo para além do capital.

Metodologicamente, é formado um vínculo popular com a universidade, um processo de comunicação pelo “[...] estabelecimento de uma ligação com a classe trabalhadora, que permita um intercâmbio de conhecimentos, no qual a universidade aprenda a partir do saber popular e assessore as populações no sentido de sua emancipação crítica” (GURGEL, 1986, p. 176). O que é entendido e praticado como extensão, na perspectiva adotada pela incubadora, estabelece uma mudança: faz referência à proposição Freire (2013) do conceito de “comunicação da cultura”. Não por preferência a uma palavra, mas uma abordagem teórico-prática da interlocução universidade-sociedade construída ativamente. A extensão em uma concepção ingenuamente tecnicista busca alcançar sujeitos entendidos como inferiores e passivos para transmitir-lhes e assemelhá-los em uma “domesticação” que “deposita” conhecimento. É estar diante, estar sobre, ou estar para. Entendida como comunicação, a extensão é recusa à unilateralidade, um processo de práxis libertadora, da ação constante sobre a realidade e reflexão sobre a ação. É a universidade no papel de estar com, como participante da mudança e que impulsiona os sujeitos como agentes da mudança (FREIRE, 2013).

A comunicação, a educação popular e a pesquisa-ação estão no cerne da atuação da incubadora, o que faz do clube de trocas um espaço de construção dialógica. Pela pesquisa-ação, é

desempenhada uma “intervenção coletiva”, em que os pesquisadores e os demais sujeitos envolvidos são todos participantes práticos. Pelo conhecimento aprofundado de dado contexto, um ao lado do outro, pesquisadores e atores constroem a estratégia de atuação para modificação da realidade (DIONE, 2007) e uma metodologia para fortalecimento e autonomia do sujeito e dos grupos populares. A abordagem apresentada, deste modo, interpreta a incubadora fundamentada na perspectiva do “[...] processo de educação dialógica, no sentido da transformação social. [Em que] ambas as partes passam a ser, simultaneamente, educadores/educandos, transformam e são transformados” (PEREIRA, 2007, p. 167).

### Procedimentos Metodológicos

A investigação realizada pode ser classificada quanto à natureza como mista: quantitativa e qualitativa. O caráter quantitativo é atribuído em decorrência da natureza empírico-analítica, fundamentada pela construção objetiva registrada em valores numéricos pelos participantes (HAIR et al., 2005). A natureza qualitativa, por sua vez, pode ser explicada pela realidade verbalizada e apresentada pelos sujeitos e reconstruída de forma subjetiva e interpretativa pelos pesquisadores (FLICK, 2009). Quanto aos meios, a pesquisa é classificada como levantamento de campo, uma vez que se fundamenta em técnicas estruturadas para coleta opiniões de um público específico, no intuito de compreender o seu comportamento (CRESWELL, 2013). Quanto aos objetivos, a investigação é classificada como exploratória, pois buscou-se trazer à luz, maior familiaridade com a temática abordada (BANSAL, PRATIMA, KEVIN, 2011), iluminando os diferentes nuances propiciados nos clubes de troca.

Para a coleta de dados foi construído um *survey* com questões fechadas e abertas, explorando a natureza qualitativa e quantitativa. No questionário foi disposto inicialmente um campo para informações preliminares do público respondente (Q1 a Q4) e demais questões relacionadas ao quadro teórico abordado nesse estudo (Q5 a Q12). Todas as questões exploradas nesse instrumento estão dispostas no Quadro 1:

Quadro 1: *Survey* aplicado ao Clube de Trocas da ITCP/UNIFAL-MG

Questão	Temática abordada	Formato	Variável	Classificação
Q1	Gênero	Fechada	Qualitativa	Nominal
Q2	Idade	Fechada	Quantitativa	Discreta
Q3	Vínculo	Fechada	Qualitativa	Nominal
Q4	Ocupação	Fechada	Qualitativa	Nominal
Q5	Possui conhecimento sobre economia solidária?	Fechada	Qualitativa	Nominal
Q6	Conhece a ITCP/UNIFAL-MG?	Fechada	Qualitativa	Nominal
Q7	O Clube de Trocas é uma ação importante para repensar os hábitos de consumo	Fechada	Qualitativa	Ordinal
Q8	Ações de Extensão são importantes para repensar os hábitos de consumo	Fechada	Qualitativa	Ordinal
Q9	Porque se interessou pelo Clube de Trocas?	Aberta		

Q10	Qual a importância do Clube de trocas para repensar as relações de consumo?	Aberta
Q11	Sugestões	Aberta
Q12	Pontos Positivos e Negativos do Clube de Trocas	Aberta

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Os questionários foram aplicados em 3 edições do Clube de Trocas da ITCP/UNIFAL-MG durante a ano de 2018, alcançando 26 respondentes.

Os dados quantitativos foram analisados por meio de estatísticas descritiva e uso de tabulações cruzadas realizadas pelo *software* SPSS®. Qualitativamente, os dados foram analisados pelo *Software Iramuteq* fundamentando na técnica de análise de conteúdo e análise de similitude. A análise de similitude permite identificar a coocorrência de palavras que estruturam o discurso, dispostas por grafos (BOURICHE, 2005). A análise de conteúdo foi realizada a partir de três passos: 1) leitura flutuante dos dados; 2) codificação temática (estratificação dos segmentos de textos por temas comuns que os aproximam) e; 3) Análise Categórica. A partir dessas análises, as categorias “Interesse pela participação” e “Novos formatos” foram definidas *a posteriori*, emersas dos dados. Os respondentes foram codificados de E1 a E26 no intuito de preservar suas respectivas identidades.

#### *O Clube de Trocas como experiências em construção*

O Clube de Trocas da ITCP/UNIFAL-MG vem sendo desenvolvido pela incubadora desde 2011. O intuito é estimular os participantes a refletirem sobre o consumo a partir da economia solidária e seus pressupostos, como o consumo solidário. Ancorado em uma perspectiva de construção coletiva, os clubes são planejados previamente nas reuniões da incubadora. Recorre-se à metodologia da incubadora, e por vezes, adota-se temáticas específicas. Nas edições realizadas durante esta investigação, as temáticas foram: em junho o Clube de Trocas Junino; a edição de novembro ocorreu em meio à programação do II Encontro de Economia Solidária, Trabalho e Lutas Sociais; em agosto, o Clube de Trocas aconteceu no Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG) em seu *campus* Varginha, durante o 8º Festival de Arte e Cultura.

O formato de cada Clube de Trocas é diferenciado. No geral, são iniciados com discussões formativas sobre economia solidária, seu modelo de consumo, e a pertinência dos clubes de trocas como exercício crítico. Em seguida, os seus participantes se apresentam junto ao que foi levado para a troca, seja um produto ou um serviço, em uma dinâmica de socialização. O evento tem como ápice a troca do que está sendo levado por cada participante, considerando não o seu valor monetário, mas outros aspectos subjetivos para além do preço de mercado, como o valor de uso. Durante todo o Clube, inúmeras atividades culturais acontecem: saraus, música ao vivo, declamação de poemas, manifestos, painel para escrita e livre expressões artísticas, performances e “palco livre” estão inseridas no hall dessas atividades.

### *Quem tem participado?*

Os dados preliminares permitem traçar o perfil dos respondentes-participantes dos Clubes de Trocas da ITCP/UNIFAL-MG nas edições aqui investigadas. A maioria, 76,9%, identifica-se com o gênero feminino, e 23,1% com o gênero masculino. Em relação à idade, os respondentes foram divididos em quatro estratos: 15 a 17 anos: estudantes do ensino médio; 18 a 20 anos: estudantes no início ou meio do curso superior; 21 a 23 anos: estudantes caminhando para o final ou no final do curso superior e; 31 a 35 anos: profissionais formados. A análise revelou que a maioria dos participantes, 58% dos respondentes, estão na faixa dos 18 a 20 anos, ou seja, no início ou meio do curso. Em relação à ocupação, a análise revela que 65,4% são estudantes; 7,7% estudantes e técnicos administrativos da instituição e os demais (representando 3,8% cada) trabalhadora autônomo, professora, advogada e auxiliar de regulação.

Esse perfil sinaliza que a abrangência dos Clubes de Trocas pertinentes a este estudo é local, voltada para estudantes ou da própria universidade ou do CEFET-MG da cidade. Esse aspecto local do Clube, apesar de restringir a participação, permite, segundo Santos, Camargo e Alves (2015) refletir sobre o que de fato é interessante para aquele público, naquele território, naquela perspectiva cultural, levando ao fortalecimento de laços mais precisos e próximos de suas identidades.

A atuação em nível local muito específico não impede que os participantes conheçam a incubadora que promove o Clube de Trocas, visto que 65,4% dos respondentes apontam conhecer a ITCP/UNIFAL-MG. No entanto, apenas 50% dos participantes já ouviram falar ou conhecem de fato o que é a economia solidária. Dado esse contexto, é necessário que as ações da incubadora se voltem ainda mais para a disseminação de sua função e sua metodologia de trabalho, bem como a criação de mais espaços de formação sobre as temáticas. A inserção do Clube de Trocas como uma metodologia específica da incubadora auxilia nessa maior inserção das temáticas, e demarcação de uma das funções da incubadora. Todavia, as análises apontam a necessidade de aproximação de novos sujeitos.

### *Ponte para uma rota alternativa*

Considerando as características dos respondentes, foram desenvolvidas tabulações cruzadas para verificar suas possíveis relações à percepção dos participantes sobre o Clube de Trocas como ação para se repensar as relações de consumo. Assim, foram investigados três parâmetros: a) vínculo com a UNIFAL-MG; b) Participação anterior ao Clube de Trocas e; c) Conhecimento anterior sobre economia solidária.

Debruçando sobre o vínculo com a UNIFAL-MG, os dados apontam um alto grau de concordância entre os que possuem vínculo com a instituição, como apontado na Tabela 1:

Tabela 1: Relação entre vínculo com a UNIFAL-MG e importância do Clube de Trocas para repensar as relações de consumo

Possui Algum vínculo com a UNIFAL-MG?	O Clube de Trocas é uma ação importante para repensar as relações de consumo	
	Concordo Muito (%)	Concordo Totalmente (%)
Sim	19,23	57,69
Não	3,85	19,23

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Como apontado na Tabela 1, os respondentes: ou concordam muito, ou concordam totalmente, que o Clube de Trocas é uma ação importante para repensar as relações de consumo. É possível notar que, do público que concorda totalmente com essa afirmativa, 57,69% possui algum vínculo com a UNIFAL-MG. Em relação ao motivo de interesse em participar, os respondentes apontam que ele está vinculado a: “[...] repensar as relações de consumo excessivo.” (E4), ou “[...] creio que esse Clube de Trocas revela ainda a pureza do ser, quebrando esse estigma de que o dinheiro é o mais importante.” (Q17).

Os dados alcançados expressam dois relevantes pontos. Inicialmente, a importante atuação da ITCP/UNIFAL-MG e das edições do Clube de Trocas no âmbito da universidade, influenciando a reflexão crítica sobre o consumo e desenvolvendo a percepção no público alcançado. Outro importante aspecto é o modo com que, para além da universidade, essas questões precisam ser mais discutidas. A maior difusão do Clube de Trocas pode legitimar esse espaço como problematizador das relações de consumo.

Como discutido por Mance (2009), mudanças nas relações de consumo buscando posturas críticas não acontecem do dia para a noite. Elas requerem decisões incrementais, mudança de comportamentos, atitudes e valores, levando a um engajamento de seus participantes em suas práticas, discursos e sentidos, visando uma tentativa de transformação. Além disso, a mudança necessita de diferentes incentivos e estímulos para despertar interesses (RADOMSKY, 2014). Assume-se então, que a participação nos Clubes de Trocas é realizada de forma gradual, incremental e dinâmica, a partir das experiências vivenciadas nesses espaços, que conduzem os participantes ou a uma continuidade ou a participações esporádicas. Assim, a investigação evidenciou que 61,54% dos respondentes não haviam participado de edições anteriores do Clube de Trocas. Tal fato indica que o grupo possui um público diversificado em suas edições, que precisa ser incentivado a retornar, como comentado a seguir.

Para além da falta de geração de vínculos com os participantes, foi verificada a relação estabelecida entre o público participante ou não de edições anteriores do Clube de Trocas, com a percepção sobre o potencial do mesmo para a mudança nas relações de consumo, como apresentado na Tabela 2:

Tabela 2: Relação entre público participante em outras edições e a percepção do Clube de Trocas para mudança nas relações de consumo.

<b>O Clube de Trocas é uma ação importante para repensar as relações de consumo</b>		
<b>Já participou de edições anteriores do Clube de Trocas?</b>	Concordo Muito (%)	Concordo Totalmente (%)
Sim	3,84	34,62
Não	19,23	42,31

Fonte: Elaborado pelos autores

A Tabela 2 evidencia que é consensual tanto entre os participantes de edições anteriores, como entre não participantes, que o Clube de Trocas é relevante para se repensar as relações de consumo. O fato da maioria dos respondentes não terem participado de edições anteriores (19,23%) reforça que se deve atentar mais com a geração de vínculos entre o público participante, no intuito de gerar experiências que os tragam de volta. Cabe aqui ressaltar que além das trocas, os Clubes contam, como supracitado, com uma vasta programação cultural, que, segundo Radomsky (2014) permite a vivência de “rituais de solidariedade”, derivados dos momentos sentidos no clube e portanto, possui potencial para geração de vínculos.

De forma paralela, o fato da maioria dos respondentes indicarem que não participaram de clubes anteriores, mas entenderem a importância do Clube de Trocas para uma reflexão mais crítica, aponta que o clube consegue “passar o seu recado” e traduzir sua legitimidade, independentemente da quantidade de participações. A percepção sobre a importância do Clube para essa reflexão crítica, torna-se visível no discurso dos que não participaram mais de uma vez e apontam que o clube tem potencial para “[...] mostrar que há um modo alternativo de consumo em que não é necessário um valor exagerado e monetário.” (E5), e que se aproxima das respostas dos participantes que já participaram do Clube e enxergam sua importância como um meio para “[...] pensar as relações de troca e o consumismo.” (E18). Sendo assim, é possível notar que o Clube tem sido um dos meios para estimular o consumo mais consciente e crítico, que somados à outras experiências e rituais de solidariedade, vivenciados pelos participantes, pode leva-los a uma mudança nessa direção.

Considerando que o público atraído ao Clube de Trocas, de certa forma, está em formação quanto às perspectivas crítica, principalmente representado por estudantes no começo ao meio do curso da UNIFAL-MG, o conhecimento a respeito da economia solidária, pode ser um rico elemento para reflexão sobre as relações de consumo. No entanto, como 50% apontaram ter conhecimento anterior em economia solidária antes da participação no Clube e 50% apontaram não ter, tornou-se imperativo analisar como estes, percebem a importância do Clube de trocas para mudança nas relações de consumo. Tal análise está expressa no Tabela 3:

Tabela 3: Conhecimento anterior sobre Economia Solidária e Importância do Clube de Trocas para mudança nas relações de consumo.

<b>O Clube de Trocas é uma ação importante para repensar as relações de consumo</b>		
<b>Possui conhecimento sobre Economia Solidária?</b>	Concordo Muito (%)	Concordo Totalmente (%)
Sim	15,38	34,62
Não	7,69	42,31

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Os dados acima indicam certa uniformidade nas respostas. Tanto a metade dos respondentes que não possuíam conhecimento em relação à economia solidária, quanto a outra metade que detém esse conhecimento, reconhecem, mesmo que em diferentes graus de concordância, o Clube de Trocas enquanto uma ação importante para a reconsideração das relações de consumo.

O resultado alcançado é reiterado pelas respostas dissertativas que apontam, tanto pelos respondentes que já possuíam conhecimento anterior sobre economia solidária, quanto pelos que não possuíam, existir um reconhecimento a respeito da importância do Clube de Trocas para repensar as relações de consumo. Essa percepção é reforçada em discursos que compreendem a função do Clube de Trocas como um meio para: “*Mostrar que há um modo alternativo de consumo em que não é necessário um valor exagerado e monetário.*” (E5) e; “[...] *um passo importante para poder começar conhecer um pouco mais sobre a Economia Solidária.*” (E20). Para esse público, refletir sobre o consumo de forma mais crítica, está além do conhecimento sobre economia solidária, no entanto, sob a ótica desenvolvida, ambas propostas estão interligadas.

O Clube de Trocas torna-se então para esse público uma porta de entrada para estímulo ao consumo mais crítico e consciente. Como apontado por Mance (2009, p. 75) essa lógica de consumo distância do consumo compulsório, visto que nessa perspectiva utilitarista de consumo “[...] *para chegar-se a um destino, é necessário pagar-se pedágio a fim de transitar por uma via, não havendo rota alternativa*”. O Clube de Trocas torna-se então uma sólida ponte para acesso a essa via alternativa guiada pelas diretrizes da economia solidária.

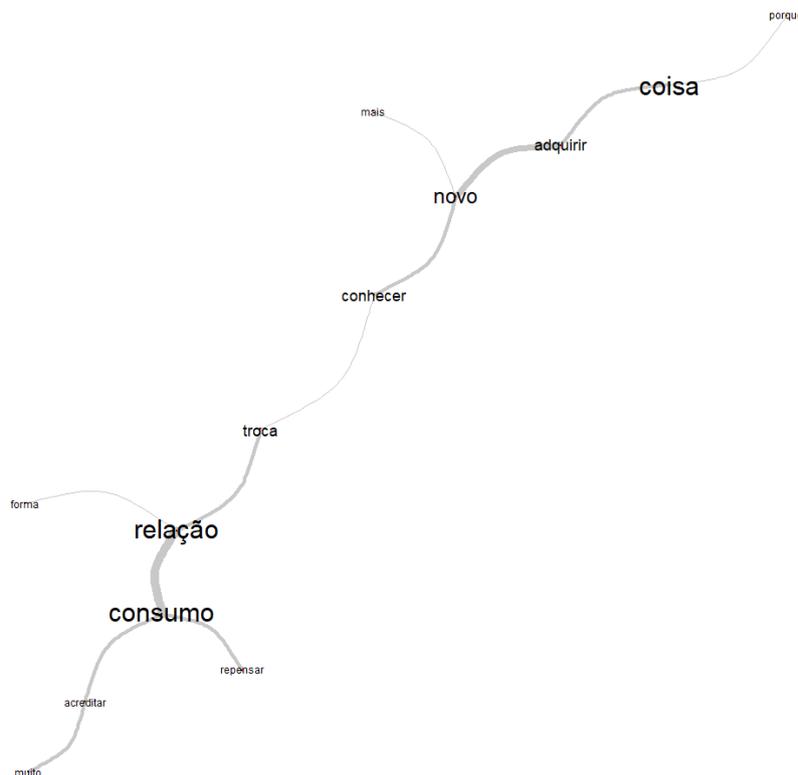
### *O que se espera depois da ponte?*

Apoiando-se na analogia do Clube de Trocas enquanto ponte para as descobertas propiciadas via economia solidária, acreditamos que os caminhos devem ser traçados a partir de construções coletivas indicadas pelos participantes. No bojo de uma economia que se desenvolve na luta antissistema, na busca por visibilidade dos excluídos e no reconhecimento de direitos sociais, é pela reunião de vozes dos seus praticantes que se permite ouvir a melodia de quem quer ir além (CEZAR; FANTINEL, 2018). Sendo assim, explorando as indicações construídas por quem vivenciaram as

experiências do Clube, podemos estruturar os resultados em duas categorias: 1) Interesse pela participação e; 2) Novos formatos.

O interesse pela participação revela os motivos que atraíram os participantes para os respectivos Clubes de Troca. A Figura 1, representa a análise de similitude realizada a partir das palavras presentes nas falas dos respondentes e que estruturam suas principais motivações:

Figura 1: Análise de similitude sobre o interesse em participar do Clube de Trocas



Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Pela Figura 1, é possível notar que os participantes adotam duas posturas para a participação no Clube de Trocas. Do lado superior, existe uma perspectiva de aprendizado e conhecimento de algo novo, sinalizado principalmente pelas palavras: “conhecer” “novo” “adquirir” e “coisa”. Do lado inferior, a perspectiva da troca como mecanismo para repensar as relações de consumo é expressa principalmente pelas palavras: “troca” “relação” e “consumo”. Tais percepções permitem reforçar o argumento que o Clube atua como uma ponte ou para apresentar algo novo aos participantes, ou para estimular uma reflexão mais crítica em relação às práticas já desenvolvidas.

Em relação aos novos formatos, os participantes destacaram a necessidade de se repensar inicialmente em Clubes de Trocas temáticos pautados em datas comemorativas e culturais, como observado nos discursos abaixo, nos quais os participantes indicam o interesse nas seguintes temáticas: “Clube de Trocas Natalino (E1)”; “Mais festas típicas (E5)”; “Criar temas para os clubes: anos 80, Hippie (E9)”. Por mais que as temáticas apontadas pelos participantes não representem diretamente temáticas críticas voltadas para a economia solidária e sim para o mercado capitalista,

criador de datas comemorativas voltadas ao consumo, o fato aponta o potencial atrativo que os Clubes temáticos têm. A associação dos Clubes às temáticas, pode ocupá-las e ressignificá-las segundo a lógica da solidariedade.

A discussão do formato também se torna expressa nas falas a respeito do que pode ser evidenciado na temática, como apontado: “Trocar coisas que podem ser úteis para outro (E6)”; e “Atividades envolvendo livros. (E17)”. A fala de E6 chama atenção para a questão do valor de uso. Essa questão leva-nos a questionar se os praticantes tendem a descartar algo que seja não útil para si, utilizando o Clube como um espaço para se ver livre de algo “inútil”, ou se de fato os participantes acreditam que aquilo será mais útil para outra pessoa. Comportamento semelhante ao observado por Radomsky (2014) analisando o princípio de equivalência econômica dada por participantes de um Clube de Trocas de Porto Alegre.

Em síntese, é possível notar que, após cruzar a ponte rumo a uma reflexão crítica de consumo, os participantes dos Clubes de Trocas esperam estradas construídas por uma variedade de ladrilhos. A troca em si estimula uma reflexão sobre o processo de consumo, que precisa ser reforçada após o evento. Assim, apesar do Clube construir essa ponte, o interesse pela participação seja ela pela procura de algo novo ou para de fato refletir sobre a troca e o consumo, leva seus participantes a almejavem uma perspectiva ainda mais atrativa/temática para que o evento em si gere experiências que os levem a retornarem com maior frequência nesses espaços e se aprofundem no conhecimento da economia solidária.

### *Considerações Finais*

Frente ao sistema de capital e seus efeitos, tal qual ao consumo corrosivo e alienado, decorrem reações como a economia solidária, que conta com expressões como os clubes de trocas e a lógica do consumo solidário. A ITCP/UNIFAL-MG, à luz de sua metodologia, tem se empenhado a ecoar essas experiências, como pelo Clube de Trocas desenvolvido pela incubadora. Considerando a extensão-pesquisa como um *continuum*, este estudo busca contribuir com um procedimento para avaliação do Clube de Trocas, apontando seus avanços efetivos e potencialidades de aprimoramento.

A avaliação dos 3 Clubes de Trocas de 2018 indica que seu maior público, autoidentificado como do gênero feminino, com 18 a 20 anos e estudantes, concorda com o Clube enquanto importante ação para se repensar as relações de consumo. Reflexão que está consolidada internamente à Universidade, e tem atingido os discentes em um período formativo. O que é acertado, mas precisa ampliar seu alcance. A concordância com a referida importância é reconhecida também pela maioria que participou pela primeira vez do Clube. Este, mesmo em uma única edição, tem ganhado legitimidade e conseguido “passado seu recado”. O conhecimento em relação à economia solidária, oportuna para o exercício de outro consumo, é verificada por metade dos respondentes. E tantos os

que possuem esse conhecimento ou não, concordam que o Clube é importante para a reconsideração das relações de consumo. O Clube pode então ser uma ponte à economia solidária, podendo levar seus participantes ao maior entrosamento com a proposta de outra economia. Quanto às principais motivações para a participação, é identificada uma perspectiva de aprendizado e conhecimento de algo novo, e outra perspectiva de repensar as relações de consumo, sendo uma reflexão mais crítica das práticas já desenvolvidas pelos partícipes.

Com base no que foi apresentado, o Clube de Trocas da ITCP/UNIFAL-MG pode se consolidar como espaço para a reflexão sobre as relações de consumo de seus participantes. O que precisa mirar além. Práticas alternativas às vigentes na lógica capitalista que não estejam circunscritas apenas às edições do evento. Ao apresentar um instrumento para avaliação dos clubes de trocas e promover uma discussão do consumo sob o viés solidário, este artigo avança metodologicamente e teoricamente. As contribuições deste estudo não procuram esgotar a discussão levantada, e sim suscitar debates. Algumas limitações do que foi realizado são: os posicionamentos com muita uniformidade, o número reduzido de respondentes e a amplitude das questões do questionário aplicado. Investigações futuras podem ampliar o instrumento metodológico proposto, além de fundamentar a discussão em discussões teóricas sobre o consumo, em diferentes perspectivas.

## Referências

- ARKEL, Henk et al. **Onde está o dinheiro.** Pistas para a construção do movimento monetário Mosaico. Porto Alegre: Dacasa, 2002.
- BANSAL, PRATIMA, KEVIN, Corley. The coming of age for qualitative research: Embracing the diversity of qualitative methods. **Academy of Management Journal**, v. 54, n. 2, p. 233–237, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BOURICHE, Boumedine. L'analyse de similitude. **Méthodes d'étude des représentations Soc.** Hors collection. Toulouse: ERES, 2005. p. 221–252. Disponível em: [https://www.cairn.info/load\\_pdf.php?ID\\_ARTICLE=ERES\\_ABRIC\\_2003\\_01\\_0221](https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=ERES_ABRIC_2003_01_0221). Acesso em: 20 dez. 2021.
- CARCANHOLO, Reinaldo. **Capital:** essência e aparência. São Paulo: Expressão Popular, 2011.
- CARNEIRO, Gisele; BEZ, Antonio. Carlos. **Clubes de troca:** rompendo o silêncio, construindo outra história. Curitiba: CEFURIA, 2011.
- CEZAR, Layon Carlos; FANTINEL, Letícia Dias. The sales of craft over a Lively Talk and a cup of Coffee: social representations in a commercialization center of solidarity economy. **Brazilian Business Review**, v. 15, n. 5, p. 475–493, 1 set. 2018. Disponível em: <http://bbronline.com.br/index.php/bbr/article/view/379>. Acesso em: 20 dez. 2021.
- CRESWELL, John W. **Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches.** Thousand Oaks: [s.n.], 2013.

CRUZ, Antonio Carlos Martins da. **A diferença da igualdade:** a dinâmica da economia solidária em quatro cidades do Mercosul. 2006. 343 f. Tese (Doutorado), Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas: Campinas, 2006.

DIONNE, Hugues. **A pesquisa-ação para o desenvolvimento local.** Brasília: Liber Livro, 2007.

DUBEUX, Ana. O papel das universidades na construção da economia solidária no Brasil. **Proposta: Revista Trimestral de Debate da FASE**, v. 31, n. 111, p. 4-15, 2007. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjpsfXPnMjrAhVPIbkGHfPtDxoQFjAAegQIBRAB&url=https%3A%2F%2Ffase.org.br%2Fwp-content%2Fuploads%2F2007%2F03%2Fproposta-111-final.pdf&usq=AOvVaw3GrXkNOVo6a92x8sRkLqn->. Acesso em: 20 dez. 2021.

FLICK, Uwe. **Qualidade na pesquisa qualitativa: coleção pesquisa qualitativa.** Porto Alegre: Bookman Editora, 2009.

FRAGA, Lais. As Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares (ITCP) na construção da contra hegemonia acadêmica. **Farol-Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade**, v. 5, n. 13, p. 496-539, 2018. Disponível em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/farol/article/view/4188>. Acesso em: 20 dez. 2021.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

GUERRA, Ana Carolina. **Os valores da Economia Solidária e os Valores do Trabalho:** um estudo em Empreendimentos Econômicos Solidários. 2014. 157 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Departamento de Ciências Administrativas, Universidade Federal de Minas Gerais: Belo Horizonte, 2014.

GURGEL, Roberto Mauro. **Extensão Universitária:** comunicação ou domesticação? São Paulo: Cortez: Autores Associados: Universidade Federal do Ceará, 1986.

HAIR, Joseph et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração.** Porto Alegre: Bookman Companhia Ed, 2005.

HARVEY, David. **Para entender O Capital:** Livro 1. Paulo: São Boitempo, 2013.

HINTZE, Susana; SABATÉ, Alberto Frederico; CORAGGIO, José Luis. *Documento base de la Jornada Nacional sobre Trueque y Economía Solidaria.* In: HINTZE, Susana. **Trueque y economía solidaria.** Buenos Aires: Prometeo, 2003.

HUGON, Paul. **História das doutrinas econômicas.** São Paulo: Atlas, 1995.

LAVIILLE, Jean-Louis; GAIGER, Luiz Inácio. Economia Solidária. In: CATTANI, Antonio David et al. (coord.) **Dicionário internacional da outra economia.** Coimbra: Almedina, 2009.

LECA, Bernard; GOND, Jean Pascal; BARIN CRUZ, Luciano. Building ‘Critical Performativity Engines’ for deprived communities: The construction of popular cooperative incubators in Brazil. **Organization**, v. 21, n. 5, p. 683–712, 2014.

MANCE, Euclides André. Consumo solidário. In: In: CATTANI, Antonio David et al. (coord.) **Dicionário internacional da outra economia.** Coimbra: Almedina, 2009.

MANCE, Euclides André. Revolução das redes de colaboração solidária. In: ENCONTRO INTERNACIONAL DE ECONOMIAS SALESIANAS, Sevilha, 2005. **Anais...** Sevilha, 2005. Disponível em: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwipkYnHlCjrAhXKCrkGHZj5CEMQFjAAegQIAhAB&url=http%3A%2F%2Ffeclidesmanace.net%2Fdocs%2FA\\_Revolucao\\_das\\_Redes\\_de\\_Colaboracao\\_Solidaria.pdf&usq=AOvVaw3IUTZkrdjPndigI5Yrj42L](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwipkYnHlCjrAhXKCrkGHZj5CEMQFjAAegQIAhAB&url=http%3A%2F%2Ffeclidesmanace.net%2Fdocs%2FA_Revolucao_das_Redes_de_Colaboracao_Solidaria.pdf&usq=AOvVaw3IUTZkrdjPndigI5Yrj42L). Acesso em: 20 dez. 2021.

MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos.** São Paulo: Martin Claret, 2013.

MARX, Karl. **O capital**: crítica da economia política: Livro I. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MATARAZZO, Gustavo; BOEIRA, Sérgio Luís. Incubação de cooperativas populares: representações sociais e tensões entre racionalidades. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 14, n. 1, p. 207–227, mar. 2016. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1679-39512016000100207&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512016000100207&tlng=pt). Acesso em: 20 dez. 2021.

MÉSZÁROS, István. **Para Além do Capital**: Rumo a uma Teoria da Transição. São Paulo: Boitempo, 2011.

NASCIMENTO, Cláudio. Autogestão: economia solidária e utopia. **Otra economía**, v. 2, n. 3, p. 27-40, 2011. Disponível em: <http://unisinós.br/revistas/index.php/otraeconomia/article/view/1104>. Acesso em: 20 dez. 2021.

PEREIRA, José Roberto. Considerações metodológicas sobre o processo de incubação de cooperativas populares. In: CANÇADO, Airton Cardoso; PEREIRA, José Roberto; JÚNIOR, Jeová Torres Silva. **Economia solidária, cooperativismo popular e autogestão**: as experiências de Palmas/TO. Palmas: NESol/UFT, 2007.

RADOMSKY, Guilherme Francisco Waterloo. O valor simbólico do dinheiro e o princípio da equivalência: um estudo sobre as moedas sociais em um clube de trocas em Porto Alegre. **Ponto Urbe**, n. 3, 8 out. 2014. Disponível em: <http://journals.openedition.org/pontourbe/1781>. Acesso em: 20 dez. 2021.

SANTOS, Luciane Cristina Ribeiro dos; CAMARGO, Ana Cristina Mota de; ALVES, Alan Ripoll. Empreendimento de Economia Solidária: Uma análise da autogestão coletiva. **Brazilian Journal of Development**, v. 1, n. 2525–8761, p. 2–14, 2015. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/2>. Acesso em: 20 dez. 2021.

SINGER, Paul. Economia Solidaria. In: CATTANI, Antonio David (org.) **La Otra Economía**. Buenos Aires: Altamira, 2004.

SINGER, Paul. Economia solidária: um modo de produção e distribuição. In: SINGER, Paul; SOUZA, André Ricardo de. (org.) **A economia solidária no Brasil**: a autogestão como resposta ao desemprego. São Paulo: Contexto, 2000.

SINGER, Paul. **Introdução à economia solidária**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.