

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white sans-serif font on a blue rectangular background.

O consumo etico e o comercio justo precisam do verdadeiro cooperativismo [Ethical consumption and fair trade necessitate true cooperativism]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository.
More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Rodrigues, Joao Carlos
Publisher	Instituto Humanitas Unisinos - IHU
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-07-15 14:32:53
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/163322

Esperança/Cooesperança como um todo. A cada ano vai se buscando fortalecer esta integração.

IHU On-Line - No que consiste o “cooperativismo alternativo” e qual a sua relação com a economia solidária?

Lourdes Dill – O cooperativismo alternativo e autogestionário tem uma relação direta com a EPS. As pequenas iniciativas, as cooperativas populares, valorizam o trabalho acima do capital, ao contrário das grandes cooperativas, que concentram suas forças na valorização do capital acima da força de trabalho. A participação, a gestão e o planejamento participativo funcionam melhor nas pequenas iniciativas, que trabalham de forma mais eficiente a inclusão social e cidadã.

IHU On-Line - A senhora gostaria de comentar outros aspectos do tema não referidos nas perguntas?

Lourdes Dill - Gostaria de reforçar que a EPS é um dos caminhos promissores para muitos países. Contribui de maneira significativa para a geração de trabalho e renda para trabalhadores e trabalhadoras, é um caminho alternativo. No nosso caso, achamos muito importante a realização das feiras, a prática da comercialização direta, a nossa “teia esperança”.

[\(Voltar ao índice\)](#)

O CONSUMO ÉTICO E O COMÉRCIO JUSTO PRECISAM DO VERDADEIRO COOPERATIVISMO

Entrevista com João Carlos Rodrigues

*O presidente da Cooperativa Ecológica Coolméia, João Carlos Mendonça Rodrigues, em entrevista concedida, por telefone, ao **IHU On-Line**, sustenta que o bom cooperativismo estimula as práticas socializantes e, por decorrência, incentiva o comércio justo e leva ao consumo ético. Profissional formado nas áreas administrativa e de informática, conhecimentos que colocou a serviço da ecologia e do cooperativismo, João Carlos lamenta o descaso dos governos para com a Coolméia, cujo modelo de gestão destaca-se internacionalmente. Mas acredita que, gradualmente, a sociedade e a mídia aproximam-se das proposições da Cooperativa, buscando uma defesa contra o capitalismo selvagem e a falácia do desenvolvimento assentado nas grandes empresas. A Cooperativa Ecológica Coolméia, cujo sítio na internet é www.coolmeia.com.br, existe desde 1978. Ela congrega mais de mil associados e, através do trabalho cooperativo, atua no sentido de promover a alimentação natural, a agricultura ecológica, a defesa do meio ambiente, a autogestão e a co-gestão. Fundada por iniciativa de membros da entidade esotérica Grande Fraternidade Universal, marcou a época em que os jovens procuravam alternativas alimentares e de vida. Eles mesmos começaram a produzir do que mais necessitavam. Utilizavam a garagem da GFU, em Porto Alegre, e, em 1982, passaram a uma sede conjunta com a Agapan e os Amigos da Terra, na rua João Telles, bairro Bom Fim. Hoje, ocupa um largo espaço na sobreloja da Igreja do Santíssimo Sacramento e Santa Teresinha, na rua José Bonifácio, 675, no Bom Fim, em Porto Alegre. Centenas de famílias produzem alimentos e são mantidas pelo contato direto com o consumidor via Coolméia. A Cooperativa mantém três feiras em espaços públicos, além do entreposto de produtos integrais sete dias por semana, almoço vegetariano, livraria, serviços de apoio técnico e orientação nutricional e lancheria. Também participa ativamente da vida cultural e ambientalista da cidade promovendo encontros, palestras ou painéis sobre questões atuais ou simplesmente culturais.*

IHU On-Line – Quais são as preocupações da Coolméia quanto ao consumo ético e ao comércio justo?

João Carlos Rodrigues - A Cooperativa atua em três segmentos, que são o naturismo, o ecologismo e o cooperativismo. O cooperativismo é o início de tudo, sendo uma forma de socializar, é também uma forma de comércio justo e de consumo ético. O cooperativismo nasceu para isso, embora hoje ele seja usado para outros propósitos. Em outros países, deu certo. Por que, no Brasil, não está dando? Acharmos que o comércio justo e o consumo ético devem integrar o contexto do cooperativismo. Nós tratamos de colocar o produtor em contato direto com o consumidor, para criar uma relação de proximidade entre quem planta e aquele que consome esse produto, e aí vai se criando um consumo ético.

IHU On-Line – Atualmente, a Coolméia reúne quantos cooperativados, qual é o alcance do trabalho dela?

João Carlos Rodrigues - A Cooperativa hoje tem 2.052 associados e alcança todo o Estado do Rio Grande do Sul, mas temos consumidores do Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina, São Paulo e outros estados. O trabalho da cooperativa tem um alcance maior do que se imagina, é notado no mundo inteiro. Somos procurados por pesquisadores e estudiosos de outros países. Por exemplo, tivemos recentemente uma pessoa do Canadá e uma pessoa da Alemanha estudando o nosso trabalho, tivemos um colombiano estagiando aqui. A cooperativa tem um trabalho de alcance internacional.

IHU On-Line - A que o senhor atribui esse prestígio internacional, o que as pessoas vêm buscar aqui?

João Carlos Rodrigues – Embora estejamos muito atrasados em relação a algumas questões, como a livre utilização do plástico, por exemplo, as pessoas vêm conhecer a nossa história, a nossa prática, as nossas lutas. Existimos desde 1978, desenvolvemos uma consciência ecológica. São 26 anos de uma história bem desenvolvida, bem trabalhada, bem costurada, e o pessoal vem buscar essa experiência. A Cooperativa conseguiu muitas vitórias. Por exemplo, a agricultura ecológica, no estado, foi iniciada pela Coolméia, assim como as feiras ecológicas. Eu não teria como precisar agora se ela foi pioneira no Brasil. Sei que, aqui no Rio Grande do Sul, ela foi a pioneira nessa história, mas como o Rio Grande do Sul é pioneiro na agricultura ecológica, eu acredito que somos pioneiros no País. Recentemente o presidente de uma cooperativa do Rio de Janeiro veio nos procurar para saber por que a cooperativa estava dando certo. Mostramos que conseguimos esse êxito devido à confiança das pessoas na proposta da Coolméia, no relacionamento que criamos entre o bem-estar da saúde humana com o bem-estar que existe no ecossistema ecológico. Essa história é interessante e atrai a atenção das pessoas daqui e de todo o mundo.

IHU On-Line - Como a Coolméia vem estimulando, convencendo as pessoas a adquirirem os produtos e, aos poucos, estabelecerem um tipo de consumo ético?

João Carlos Rodrigues - Isso a Cooperativa já conseguiu, digo com todas as letras. Ao longo dos 26 anos, ela já provou que é possível praticar o consumo ético. A fidelidade que existe entre os consumidores e a Cooperativa Ecológica Coolméia é muito grande. Por exemplo, o produto ecológico comercializado hoje pela Cooperativa tem um valor e uma aceitação tão grandes, que foi preciso criar o "Selo Coolméia da Certificação Participativa".

IHU On-Line – Praticamente sem o apoio da mídia, como a Cooperativa conseguiu despertar o interesse dos consumidores?

João Carlos Rodrigues - A Cooperativa tem dois setores bastante atuantes: o setor de ecotecnologias e o comitê de educação e comunicação. O setor de ecotecnologias trabalha atuando direto com o homem do campo, que trabalha com a produção convencional, tentando levá-lo para a produção ecológica. São atividades educativas, palestras. O comitê de educação e comunicação busca, por outro lado, o casamento com a ecotecnologia. Estabelece contatos com a população, com a sociedade, busca as pessoas, dissemina informações sobre as qualidades da boa alimentação, do bom produto, sem veneno, sobre a necessidade de protegermos o ecossistema, a saúde humana. São dois setores fortemente ligados que trabalham essa questão da consciência. Na realidade, a agricultura ecológica é pequena, a familiar é pequena, e as pequenas empresas não têm subsídios financeiros dos municípios, estados ou da nação. Mas apesar de a mídia não ter dado muito apoio até o momento, a imprensa está tendo um pouco mais de interesse, está divulgando mais o ecologismo, a idéia do consumo ético, solidário, apresentando horizontes diferentes.

IHU On-Line – No que se refere à comunicação, como ocorrem as ações principais?

João Carlos Rodrigues – Pelo site da cooperativa⁵, e-mails, jornais de bairro, nós priorizamos a relação com esses jornais. E também por meio de panfletos e de palestras. Essas ações também se dirigem às três categorias de associados. Aliás, esta é a única cooperativa brasileira que tem esta particularidade das três categorias.

IHU On-Line – Quais são essas categorias?

João Carlos Rodrigues – São as categorias dos produtores, consumidores e associados operacionais. Estes são os responsáveis pela parte administrativa, como é o meu caso, inclusive. Os associados operacionais atuam também na parte institucional.

IHU On-Line – Então o interesse despertado pela Coolméia se deve também ao seu modelo de organização?

João Carlos Rodrigues – Nos eventos internacionais, a cooperativa é citada como exemplo a ser seguido. Consta que não existe nada parecido em todo o mundo. No Brasil, sabemos que o modelo adotado é pioneiro. Existem cooperativas de consumo, de comercialização, de produtores, de trabalho, habitacional, enfim, todos os segmentos estão separados. A Coolméia teve, por princípio, reunir três categorias em uma só cooperativa, e deu certo. Nós trabalhamos com a gestão participativa. Não nos dividimos em associados e empregados. Aqui todos têm o mesmo valor e os mesmos direitos. A prática da cooperação e da solidariedade já começa dentro da própria cooperativa, propiciando uma participação ativa e mútua. A ética do cooperativismo é a socialização. Todos são iguais. Isso é o que torna a nossa cooperativa muito interessante e tem despertado a atenção de outros países. Como disse, recebemos visitas freqüentes de alunos estrangeiros que estudam o modelo da Cooperativa e sua contribuição para o comércio justo, entre outros aspectos. Eu não sei por que os governos estadual e federal ainda não nos deram a devida atenção, não nos ajudaram a divulgar mais o trabalho feito aqui. E sabe-se que, sem subsídio e sem apoio, não se consegue fazer muita coisa, frente ao poderio do capitalismo selvagem, especialmente o que foi imposto pelos últimos governos, aqui no Brasil.

IHU On-Line – A cooperativa já buscou esses apoios?

⁵ www.coolmeia.com.br (Nota do *IHU On-Line*).

João Carlos Rodrigues – Obter esses apoios é o nosso principal objetivo nesse momento. O trabalho que fazemos é de grande utilidade pública, valioso, é uma verdadeira pérola que temos aqui no Estado e não podemos deixar isso morrer. Naturalmente, temos dificuldades financeiras muito grandes, pois o nosso objetivo nunca foi financeiro. Pelo contrário, sempre prezamos pelas questões ideológicas, pela prática de uma teoria que defendemos. Trabalhamos muito esse aspecto da prática e nos fragilizamos financeiramente. Precisamos de apoios para atingir amplamente a população e demonstrar como o consumo ético e o comércio justo são importantes para o desenvolvimento do País. Mas parece que não existe interesse dos governos em investir nisso. Eles preferem favorecer os grandes empresários, que não geram tantos empregos e desenvolvimento social como se costuma dizer. Isso é conversa fiada.

[\(Voltar ao índice\)](#)

"TUDO BOM?", UMA MARCA DO BRASIL PARA O MUNDO

Entrevista com Ana Asti

Camisetas brasileiras fabricadas em Petrópolis, Rio de Janeiro, sob a marca "Tudo Bom?" são exportadas para a França, seguindo as normas do comércio justo. "A marca foi criada recentemente pelo francês Jerome Schatzman para desenvolver o comércio ético e solidário de produtos têxteis brasileiros na França. Foi escolhida a expressão Tudo Bom?, porque uma das impressões mais conhecidas pelos franceses do brasileiro é, exatamente, o sinal de positivo que fazemos com o polegar estendido pra cima como uma resposta à pergunta Tudo Bom?". Essa é a explicação de Ana Asti, membro do Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil (FACES). Segundo ela, essa brincadeira com a expressão e a proposta diferenciada do comércio ético e solidário vem, há seis meses, conquistando uma rede cada vez maior na França. Ana Larronda Asti é administradora pela Faculdade IBMEC, sócia e coordenadora geral da Onda Solidária, membro da Secretaria Latino-Americana da Rede Mundial de Comércio Justo (IFAT) e membro do FACES do Brasil.

IHU On-Line- Como foi criada a marca "Tudo bom?", como funciona, para onde exportam?

Ana Larronda Asti - A Marca "Tudo Bom?" foi criada recentemente pelo francês Jerome Schatzman para desenvolver o comércio ético e solidário de produtos têxteis brasileiros na França. Foi escolhida a expressão Tudo Bom?, porque uma das uma das impressões mais conhecidas pelos franceses do brasileiro é, exatamente, o sinal de positivo que fazemos com o polegar estendido pra cima como uma resposta à pergunta "Tudo Bom?". Essa brincadeira com a expressão e a proposta diferenciada do comércio ético e solidário vem, há seis meses, conquistando uma rede cada vez maior de franceses que já comercializam, entre seus amigos e conhecidos, as camisetas produzidas por um grupo de mulheres de baixa renda da cidade de Petrópolis no Bairro Cascatinha. Foi criada uma ONG na França para apoiar o desenvolvimento desta rede de voluntários. Além do mercado francês, as camisetas já foram exportadas para a Inglaterra, pela ONG parceira Childrens Aid, e recebemos uma primeira encomenda para a Espanha. Mas a gama de produtos continua crescendo. As mulheres já desenvolveram casaquinhos e blusas femininas, e o próximo desafio é a criação da coleção "Tudo Bom?" Verão Europeu 2005. Para que este trabalho de exportação, entre Brasil e Europa, se concretize e cresça em escala, foi necessária a criação de uma ONG brasileira para articular a produção e logística de produção de peças de comércio ético e solidário da marca "Tudo Bom?" e de outras marcas, abrangendo futuramente novas coleções de produtos têxteis de outros