

OS DESAFIOS JURÍDICOS ENFRENTADOS PELA FEIRA VIRTUAL REDE BEM DA TERRA: COMO ATUAR NAS BRECHAS DA LEI?

ANA CAROLINA CAVALCANTE FERREIRA JULHO¹; ANTONIO CARLOS MARTINS DA CRUZ²

¹Universidade Federal de Pelotas – carol_julho@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – antoniocacruz@uol.com.br

1. INTRODUÇÃO

O artigo pretende, a partir da problemática acerca da ausência de um marco legal da economia solidária no direito brasileiro, evidenciar que soluções dentro desse contexto são possíveis para que empreendimentos desse gênero funcionem, sem que sejam considerados fora da legalidade. Para isso, a experiência que se constrói junto ao grupo de consumidores da Feira Virtual Rede Bem da Terra será apresentada como exemplo de potencial solução jurídica.

Assim, através do relato da construção e dificuldades enfrentadas pelo referido grupo de consumidores, demonstra-se como o processo de funcionamento da Feira Virtual se concretiza e, mais do que isso, como ele pode ser um potente exemplo de estímulo ao consumo consciente¹. Por isso, a área de conhecimento abordada será o eixo de “Direitos Humanos e Justiça”.

Dessa forma, a partir dos escritos de SINGER (2000, 2002), CRUZ (2006) e DAGNINO (2005), somada à experiência prática de construção coletiva da futura “Associação de Consumidores Rede Bem da Terra”, objetiva-se relatar outra forma de economia, dentro do sistema jurídico estabelecido.

2. METODOLOGIA

Os instrumentos utilizados para esse fim foram, na construção conjunta da solução com uma comissão de consumidores voluntariados para a tarefa foram: (1) leituras sobre o tema desenvolvido a partir dos autores referenciados e (2) realização de reuniões e discussões junto com a comissão responsável por pensar as soluções jurídicas e contábeis para a Feira (já mencionada). Ou seja, trata-se, sobretudo, de uma metodologia aproximada às chamadas ‘pesquisas participantes’ ou ainda ‘grupos operativos’.

Assim, com encontros semanais, o grupo de trabalho apresentou discussões e problemáticas a partir de leis, decretos e resoluções pertinentes, análises contábeis, bem como o estudo de possíveis impactos para Feira diante da criação de uma Associação de Consumidores.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O trabalho teve início a partir da demanda prática evidenciada com o dia a dia de funcionamento da Feira Virtual Rede Bem da Terra. Dessa maneira, tendo como marco inicial o ciclo de compras coletivas da primeira semana de dezembro de 2014, primeiramente o grupo era composto por 85 consumidores, divididos em 13 núcleos de consumo. A experiência nasceu da iniciativa de dois núcleos de

¹ Consumo consciente acontece ao ser levado em consideração os impactos provocados pelo consumo, buscando maximizar os positivos e minimizar os negativos de acordo com os princípios da sustentabilidade (CARDOSO & SOUZA, 2013)

extensão das universidades 'Federal de Pelotas' e 'Católica de Pelotas', a saber: Núcleo de Tecnologias Sociais e Economia Solidária (TECSOL-UFPEL) e Núcleo de Economia Solidária e Incubação de Cooperativas (NESIC-UCPel). O objetivo da Feira era aproximar o processo de comercialização dos grupos de economia solidária da região, dando acesso facilitado aos consumidores conscientes de Pelotas, que tinham dificuldades de realizar compras de acordo com seu perfil de preferências.

Embora seja uma estrutura relativamente complexa em seu dia-a-dia, a ideia da Feira é simples: semanalmente, consumidores organizados em processo de cooperação e autogestão (núcleos e associação dos núcleos) demandam produtos através de uma plataforma de pedidos na internet (desenvolvida especificamente para isto). Os pedidos são feitos individualmente. Os produtores (grupos, associações e cooperativas de economia solidária) são informados das quantidades pedidas e entregam seus produtos à Feira. Os núcleos procedem, então, à separação dos pedidos e à entrega aos consumidores, que fazem o pagamento de seus pedidos individuais. O ciclo se completa com o repasse do pagamento aos grupos de produtores.

Com o passar dos ciclos de compras, a quantia de consumidores cadastrados e ativos foi se expandindo, sendo hoje em dia composto por 150 consumidores divididos em 18 núcleos. Diante desse aumento progressivo de envolvidos, foi-se tornando cada vez mais nítida a necessidade de uma adequação aos termos legais, de modo que o grupo fosse reconhecido e regularizado diante do Estado, sob risco de, caso contrário, ser acusado de sonegação fiscal.

Ocorre que a problemática desponta pelo fato de não haver no direito brasileiro qualquer norma que preveja o funcionamento de grupos como o da Feira Virtual, obrigando os que assim funcionam a buscarem outras alternativas legais para se regularizarem, que não a que realmente são, ou simplesmente permanecerem na irregularidade aos olhos da lei.

Assim, no caso do grupo de consumidores estudado, a solução proposta diante disso foi apresentada através do esforço coletivo dos envolvidos. Dessa maneira, o grupo de consumo, que funciona dentro de moldes autogestionários, em sua 4ª Assembléia Geral, mais conhecida como "Encontro de Consumidores", levantou a pauta relativa a possíveis saídas legais que abarcassem o processo vivenciado. Obviamente, essa dinâmica funciona seguindo um dos princípios essenciais, como suscita Singer (2002), para que haja democracia na cooperativa/grupo/empreendimento e, portanto, autogestão: o conhecido "um voto por cabeça". Esse foi o momento escolhido para deliberação dessas questões.

Composto por sete integrantes-consumidores, as reuniões do grupo de trabalho referido passaram a ocorrer semanalmente, com intuito de trazer à baila todas as dúvidas e discussões sobre as normas relativas ao assunto. Após cerca de quatro (4) meses do início dos encontros, notou-se que todas as vezes que eram encontradas potenciais soluções para o caso, elas sempre eram paliativas e ineficazes, provocando a incidência de impostos sobre um lucro que não existia faticamente. É que a lei, construída num contexto de economia capitalista não consegue traduzir uma atividade econômica de intercâmbio sem que ela tenha objetivos lucrativos.

Ocorre que a Feira Virtual se baseia em um processo de comércio justo e solidário, muito diferente daquele experimentado pelo senso comum. Assim, sempre que uma possível solução era sugerida, após estudada, era descartada e a comissão retornava ao ponto de partida dos estudos, sem que nenhum

progresso fosse feito. Foi aí, então, que o coletivo percebeu algo muito importante e, mais ainda, um ponto essencial àqueles que trabalham com a economia solidária: saber atuar nas ‘brechas legais’. Para Cruz (2006), a economia solidária pretende, ainda que de maneira difusa e incompleta, apresentar-se como uma parte de um novo projeto societário. Daí o estranhamento do direito vigente frente a experiências deste tipo.

Por essa razão é importante referir que não é porque aquilo não é reconhecido pela lei, *in verbis*, que seja ilegal. Mas sim que o legislador não se deteu na tradução deste contexto. Assim, percebeu-se a necessidade de assumir o risco de, em havendo qualquer questionamento sobre o processo de funcionamento da Feira e sua adequação à lei, ingressar-se pelas vias judiciais a fim de buscar uma decisão que abra precedentes também aos outros grupos que funcionam dessa forma, sendo que existem hoje, no Brasil, 25 grupos de consumo responsável similares à Feira Virtual Bem da Terra.

A solução encontrada foi descrever o processo na forma em que o mesmo mais se aproximava, sendo esta na forma jurídica de “associação”. Assim, não havendo qualquer fim lucrativo em todas as etapas perpassadas, somado ao fato de tratar-se de uma organização de pessoas com o objetivo comum de praticar o consumo consciente e estimular a economia solidária entre os produtores e consumidores, considerou-se tratar de uma “associação com fim educacional”.

Nesses moldes, a partir daí, livrar-se-ia o grupo de arcar com um ônus o qual não lhe deveria caber, se houvesse previsão legal sobre os empreendimentos de economia solidária e os grupos de consumo consciente, que é a taxação de imposto. É que, em inexistindo lucro de um “atravessador” (intermediário), tendo em vista que este não integra essa relação, não haveria sentido incidir tal imposto sobre a circulação do produto, uma vez que o produtor já arca com a taxação que lhe cabe, devendo ser recolhido pelo produtor que o comercializa. De outra maneira, os próprios consumidores teriam que arcar com esse valor, indevidamente. Por isso, a adequação à forma de “associação com fim educacional” foi a mais adequada, a contar a recente normativa de 2009, a Lei nº 12.101 (BRASIL, 2009).

A grande diferença que torna densa essa distinção legal frente a uma realidade de funcionamento totalmente diversa daquela esperada no nosso sistema econômico, segundo Singer (2000), é que a economia solidária casa com o princípio da unidade entre posse e uso dos meios de produção e distribuição (da produção simples de mercadorias) com o princípio da socialização destes meios. Por isso, estranha à concepção convencional, que não entende a inexistência de um atravessador desinteressado de ganhos financeiros (o coletivo autogerido de consumidores), participando neste processo descrito. Hoje, o grupo de trabalho responsável por pensar as alternativas ao processo continua se reunindo, tendo, por hora, um pré estatuto social, que aguarda para ser apreciado em Assembléia Geral deliberativa, ou “Encontro de Consumidores” que será realizado no final do mês de agosto.

4. CONCLUSÕES

Assim, nota-se com esse trabalho que outras formas de pensar e fazer economia são possíveis, mesmo dentro de um sistema legal capitalista. E, sobretudo, destaca-se que os avanços descritos com esse relato de experiência da Feira Virtual servem de exemplo para os outros grupos que, em optando por seguirem a forma de empreendimento de economia solidária, acabam na

informalidade por falta de alternativas. Dessa maneira, entende-se que tais grupos que assim se configuram devem buscar alternativas dentro das possibilidades dadas, evitando futuras represálias legais, na medida em que a proporção do processo aumenta. No caso específico da Associação de Consumidores Rede Bem da Terra, a melhor saída foi, sem dúvida, adequá-la a uma associação com fim educacional.

Por isso, diante da não incidência de impostos sobre a distribuição dos produtos entre os associados, o grupo não perdeu sua identidade, do ponto de vista externo, de fomentador da economia solidária e do consumo consciente.

Além disso, preserva sua forma de funcionamento que dispensa a intervenção de um atravessador, possibilitando ao produtor que trabalha dessa maneira receber integralmente os valores de seus produtos, muito diferente do que aconteceria se vendesse para um supermercado, por exemplo.

Portanto, nota-se ao longo de todo esse estudo que, mesmo que pouco disseminada, essa relação de consumo solidário é cada vez mais necessária nesse processo de desconstrução de um sistema rigidamente instituído. Ainda, vale referir que o maior benefício da Feira Virtual, exemplo de troca solidária estudada, é ela ampliar a economia solidária na região. Mais importante ainda, dissemina uma relação de consumo que visa como principal interesse a vida, não o lucro, em que a principal relação não é entre dinheiro e mercadoria, mas sim entre pessoas. Por isso, a Feira Virtual é um potente disseminador dessa nova concepção de consumo. Ampliando o número de consumidores conscientes, de produtores solidários e, mais do que isso, com os avanços nos termos de sua regularização legal, o projeto tem grande capacidade de contribuição para outros grupos que hoje permanecem na ilegalidade. Todos os fatores descritos ao longo do presente artigo nos fazem entender que o processo vivenciado dentro da Feira Virtual Rede Bem da Terra nos permite continuar a construção de um outro tipo de economia, cujo objetivo são as pessoas, e não o dinheiro.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL, Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009.

CRUZ, A.C.M. **A diferença da igualdade: a dinâmica da economia solidária em quatro cidades do Mercosul. 2006.** Tese (Doutorado em economia aplicada) – Curso de Pós-graduação em Economia, Universidade Estadual de Campinas.

DAGNINO, R. A Tecnologia Social e seus desafios. In: LASSANCE Jr, A. et. al. **Tecnologia Social – uma estratégia para o desenvolvimento.** Rio de Janeiro: Fundação Banco do Brasil, 2004. Cap.10, p.187-209.

SINGER, P & SOUZA, A.R. **A economia solidária no Brasil – a autogestão como resposta ao desemprego.** São Paulo: Contexto, 2000.

SINGER, P. **Introdução à Economia Solidária.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.

CARDOSO, B. SOUZA, A. **Consumo consciente e sua influência no comportamento do consumidor: uma análise da recente publicação científica do Brasil.** Artigo publicado nos anais do evento IV CODS. Volta Redonda, 2013.