



# Projeto Conexão Local 2007

**BANCO PALMAS - FORTALEZA (CE)**

**Alunos**  
Cesar Yojiro Matsumoto  
Vivian Geraissate

**Tutor**  
Martin Jayo

## **Agradecimentos**

Primeiramente a dupla gostaria de agradecer a equipe do GVPesquisa (Programa de Iniciação à Pesquisa) e do Conexão Local, sem os quais não seria possível ter realizado este trabalho. Somos imensamente gratos aos moradores do Conjunto Palmeiras e equipe da ASMOCONP que foram muito gentis e solidários à pesquisa, dia após dia de entrevistas e visitas.

Vivenciar o desenvolvimento local e o esforço de uma comunidade para fazer frente às adversidades de um sistema excludente, bem como compreender o processo complexo de fazer pesquisa são alguns dos diversos aprendizados que esta dupla pôde obter. Devido a essas pessoas que tem nos ajudado, foi possível ampliar a visão de mundo destes jovens pesquisadores. A todos eles, muito obrigado!

## Sumário

<b>Introdução .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Histórico do Conjunto Palmeiras .....</b>	<b>5</b>
1.1 A chegada dos primeiros moradores .....	5
1.2 A Criação da ASMOCONP.....	6
1.3 Os Seminários Comunitários.....	7
1.4 O nascimento do Banco Palmas .....	7
<b>2. O Banco Palmas .....</b>	<b>8</b>
2.1 A Metodologia de Microcrédito.....	8
2.1.1 Crédito Produtivo .....	8
2.1.2 Crédito para consumo .....	9
2.1.3 Dificuldades observadas .....	9
2.2 Moeda Social Circulante PALMAS .....	10
2.3 Parceria Banco Popular do Brasil e Banco Palmas.....	11
2.4 Rede de Bancos Comunitários de Desenvolvimento .....	11
<b>3. Empreendimentos produtivos da Rede Palmas.....</b>	<b>12</b>
3.1 Palma Limpe .....	12
3.1.1 Histórico.....	12
3.1.2 Estrutura Atual.....	13
3.2 Palma Fashion .....	14
3.2.1 Histórico.....	14
3.3 Palma Natus .....	15
3.4 Loja Solidária .....	15
<b>4. Escola de Economia Solidária Palma Tech.....</b>	<b>15</b>
4.1 Como funciona.....	15
4.2 Cursos já Oferecidos .....	15

4.3 Academia de Moda .....	16
<b>5. Impactos.....</b>	<b>8</b>
<b>6. Considerações Finais .....</b>	<b>19</b>
<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>20</b>
<b>Anexo I: Relação de parceiros do Banco Palmas e da ASMOCONP .....</b>	<b>21</b>

## Introdução

Este relatório trata da descrição e da análise qualitativa dos projetos de desenvolvimento local da Associação de Moradores do Conjunto Palmeiras (ASMOCONP), que se localiza na periferia de Fortaleza-CE. Seu principal e mais conhecido projeto é o **Banco Palmas**, um banco comunitário que concede microcrédito para os empreendedores do bairro e gere a Moeda Social Palmas.

Os projetos da ASMOCONP, caracterizados como exemplos de organização comunitária, objetivam desenvolver o bairro Conjunto Palmeiras, principalmente na perspectiva econômica e cultural, embasados nos princípios da Economia Solidária.

Atualmente o Banco Palmas é conhecido principalmente pelo seu Sistema Integrado de Microcréditos e pelo sistema de Moedas Circulantes Locais, que visam aquecer a economia do bairro através do direcionamento do consumo para os comércios locais. Devido à forma pioneira e comunitária com que o Banco Palmas e a ASMOCONP implantaram esses projetos, hoje o Banco Palmas é uma das principais referências em Finanças Solidárias e Microfinanças no mundo, chegando a implantar sua metodologia em outros municípios (através da rede de bancos comunitários do Instituto Banco Palmas) e até em outros países, como o Equador e a Venezuela.

Os projetos a serem apresentados se complementam, de forma a constituir uma rede solidária. Há projetos de geração direta de renda, como a **Palmafashion** (empreendimento de confecção de moda jovem) e a **Palmalimpe** (produtos de limpeza doméstica), que são empreendimentos da Rede Palmas. Há também oficinas de capacitação profissional, como o **Projeto Bairro Escola de Trabalho** e a **Academia de Moda**, ambos se propondo a capacitar os jovens da comunidade para constituírem força de trabalho mais qualificada para trabalhar no bairro. Não obstante, realizam-se fóruns e campanhas para o desenvolvimento econômico do Conjunto Palmeiras, como o **Fórum Econômico Local** e materiais de comunicação visando incentivar o consumo no bairro. Além dos projetos de geração de renda e desenvolvimento econômico, há projetos de cultura, que pretendem ocupar os jovens e reviver a cultura local, como o Maracatu e a escrita de cordéis.

Por fim, serão feitas considerações finais acerca da pesquisa, relatando suas percepções sobre as ações pesquisadas, na forma de críticas e opiniões pessoais obtidas através do período em que estiveram convivendo com essas experiências.

### 1. Histórico do Conjunto Palmeiras

De acordo com o coordenador do Banco Palmas, Joaquim de Melo, pode-se dividir a história do bairro em quatro décadas. A primeira corresponde à chegada dos primeiros moradores na região na década de 1970. A segunda década, 1980, diz respeito às mobilizações comunitárias visando oferecer serviços básicos, como transporte emergencial de doentes, construção de escolas, dentre outros. Já a terceira, 1990; é a década das “grandes construções”; constituindo os seminários populares e as lutas pela urbanização do Palmeiras, culminando nos investimentos em infra-estrutura do bairro. Por fim, a década de 2000, corresponde à fase de geração de renda do bairro, na qual se insere o crescimento do Banco Palmas.

#### 1.1 A chegada dos primeiros moradores

O Conjunto Palmeiras nasceu de um projeto da prefeitura de Fortaleza de “desfavelamento” da cidade nos anos 70. Esse projeto consistia em remanejar a população residente em áreas de risco, especialmente a população ribeirinha, e de outras favelas da cidade, com destaque às localizadas na região costeira, de grande potencial econômico especulativo, e remaneja-los para a periferia da cidade, uma região pantanosa sem qualquer infra-estrutura.

D. Do Carmo: “Em 1974, eu morava no Lagamar, aconteceu uma grande enchente, fiquei um mês no estádio Presidente Vargas, depois a prefeitura trouxe a gente para cá para o Palmeira, viemos num caminhão. Deram 500 telhas e 6 forquilha e a gente se virou pra fazer o resto. O que tinha muito aqui era suim e muçum. A gente assava os muçuns para poder comer. Nesta época o prefeito era o Vicente Fialho... ele foi muito bom, dava feijão para a gente... era duro mas servia muito”.

Aos novos “habitantes”, ficou incumbida a missão de construir suas casas, de acordo com os terrenos demarcados pela prefeitura. “A Fundação de Serviço Social de Fortaleza (FSSF) [órgão ligado à Prefeitura de Fortaleza] demarcou os lotes – que foram vendidos às famílias – e forneceu material para a construção de um cômodo, que deveria ser realizado dentro de 30 dias, caso contrário, a família perderia o direito ao terreno. Não havia água, saneamento, energia elétrica, meios de transportes ou qualquer tipo de serviços públicos” (TOSCANO, 2002).

Em 1978, foi inaugurado o Centro Social Urbano – espaço para prática de esportes, atendimento médico e formação profissional – pelo Presidente Geisel, influenciado indiretamente pela FSSF. Com exceção dessa contribuição da FSSF, a população não contava com apoio do Poder Público, sendo obrigada a reivindicar seus direitos básicos. Como primeiro exemplo de organização popular, surgiu em 1977, a Emergência Comunitária, que consistia no transporte de doentes para os hospitais da região, contando com 600 sócios. Mais tarde esse projeto se tornaria a Funerária Comunitária. Soma-se à organização da comunidade, o apoio de padres para urbanizar o bairro, lutando pelo calçamento, distribuição de água em caminhões pipa e dos bombeiros, creche, dentre outros.

## 1.2 A Criação da ASMOCONP

Visando maior organização comunitária, a Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras (ASMOCONP), foi fundada em 1981, embora já se organizasse informalmente desde 1976.

Seu Augusto: “A associação foi criada através da necessidade que os moradores sentiram de se unificar através de uma entidade de luta, para melhorar a situação de vida do Palmeira. Foi construída em mutirão.”

A comunidade, motivada pelas lideranças comunitárias, passava a “caminhar com as próprias pernas”. Em regime de mutirão, construiu a Creche Comunitária, o Centro de Nutrição, a Olaria Comunitária e até se organizou para recolher o próprio lixo com carroças da Associação, que seria levado para a caçamba da Prefeitura para ser despejado no aterro sanitário.

Como atestam França Filho e Silva Júnior (2006), as lutas marcantes da ASMOCONP e seus líderes são exemplos na história do movimento comunitário no Brasil. Aos poucos os moradores do Conjunto Palmeiras foram conquistando água encanada, energia elétrica e pavimentação, por intermédio de passeatas, “batalhas políticas” e planejamentos.

Dado o contexto de intensas lutas e mobilizações comunitárias, o Conjunto Palmeiras foi escolhido como um dos bairros de Fortaleza para implantar o Projeto PRORENDA, um convênio entre a Prefeitura e o Governo do Estado e o Governo Alemão, por intermédio da Sociedade Alemã de Apoio Técnico (GTZ). Esse projeto teve um caráter participativo, de forma que as decisões fossem partilhadas entre os técnicos do projeto e a comunidade. Esse formato de co-gestão adotado pelo projeto simboliza uma ruptura na história do Conjunto Palmeiras, em que a comunidade deixa de ser reivindicadora junto ao poder público, para participar das decisões, desde a implantação, o direcionamento dos recursos, o desenvolvimento e gerenciamento da obra. Assim, a comunidade decidiu que a maioria dos recursos seriam alocados na construção do Canal de Drenagem, que solucionaria o problema das enchentes do bairro. Embora houvesse pequenos conflitos internos, a comunidade ganhou experiência em planejamento e negociação, uma vez que tinham que convencer os técnicos do projeto a adotarem determinados procedimentos.

“As entidades do movimento popular têm que saber fazer as parcerias de forma que o poder de decisão seja partilhado. A autonomia é o primeiro passo. Outro fator decisivo é a capacitação e planejamento. Quando íamos para as reuniões do Conselho de Integração levávamos documentos, cálculos, estratégias definidas sobre tudo que íamos discutir. Sempre nos informávamos antes qual seria a pauta, para melhor nos prepararmos. Quando se está bem preparado fica mais fácil negociar. De forma geral, conseguimos estabelecer um diálogo e um espaço de trabalho conjunto onde os dois lados aprenderam a buscar o consenso para se decidir questões polêmicas”. (Joaquim de Melo)

### 1.3 Os Seminários Comunitários

Em 1991 foi realizado o Seminário “Habitando o Inabitável”, sendo mais um marco de organização comunitária. O evento visava planejar a urbanização do bairro para os próximos dez anos. Esse foi um resultado dos esforços entre a ASMOCONP e outras 26 entidades do bairro, dentre igrejas, centro cultural, sociedade beneficente, e outras, que formaram a UAGOCONP – União das Associações e Grupos Organizados do Conjunto Palmeiras. Fica, portanto, clara a capacidade de articulação tanto interna quanto externa dos atores locais, sendo isso um dos fatores críticos de sucesso para o desenvolvimento do bairro.

Em 1992, com o apoio dos técnicos do PRORENDA, deu-se início a elaboração do Plano de Desenvolvimento Comunitário Integrado – PDCI, instrumento construído pela comunidade que diagnosticava os problemas existentes no bairro e apontava algumas diretrizes para o futuro. “O PDCI deve ser entendido como um programa abrangente e interativo, tendo como foco, não só a participação da comunidade nos moldes relatados anteriormente, mas a promoção do desenvolvimento pessoal fazendo com que cada morador sentisse partícipe da construção de seu futuro. Envolveria aspectos relativos à consolidação de uma comunidade mais esclarecida sobre as mais diversas temáticas: Doenças Sexualmente Transmissíveis (DST’s), AIDS, princípios de higiene e saúde, segurança no trabalho, educação ambiental e desenvolvimento comunitário” (TOSCANO, 2002, p. 161).

### 1.4 O nascimento do Banco Palmas

Seis anos após o primeiro Seminário “Habitando o Inabitável”, foi realizado o “Habitando o Inabitável 2”, para avaliar o primeiro. Os moradores chegaram à conclusão que foram exitosos ao urbanizar o bairro. Entretanto, constataram que “30% das famílias tinham menos de dois anos de residência no bairro. Isso trazia a tona uma realidade nova: os moradores do Conjunto Palmeiras que durante 20 anos lutaram pela urbanização, não podiam mais viver no próprio bairro que construíram. Antes não existiam taxas de luz, água, esgoto, telefone ou IPTU. Agora tudo fazia com que morar no Palmeira fosse “luxo” para uma população desempregada, vivendo de biscates e sub-empregos. E tinha mais um agravante, a especulação imobiliária também havia chegado no Palmeira e os mais pobres vendiam suas casas para os que tinham melhores condições financeiras” (MELO N. SEGUNDO & MAGALHÃES, 2007, p. A-16).

Diante desse contexto, a comunidade realizou mais de quarenta reuniões para discutir uma solução para a geração de renda da população. Ainda não havia o conhecimento sobre Economia Solidária na comunidade, mas tiveram a perspicácia de compreender a necessidade de direcionar o consumo. “A partir desses encontros, nos convencemos que para os pequenos produtores do Conjunto Palmeiras, mais problemático do que não ter como produzir – por falta de acesso ao crédito – era não ter como comercializar seus produtos. A maneira como consumimos define o tipo de sociedade que queremos construir. Consumir não é somente uma atitude econômica, é, também, uma atitude política. Quando consumimos produtos feitos na comunidade, estamos gerando trabalho e renda para os moradores do bairro” (MELO N. SEGUNDO & MAGALHÃES, 2007, p. D-16).

Como uma estratégia de geração de renda para o bairro e de riqueza através da orientação do consumo e apoio ao empreendedorismo local, foi criado em janeiro de 1998 o Banco Palmas para conceder microcrédito para os produtores e comerciantes locais e um cartão de crédito próprio para estimular o consumo dentro do bairro.

## 2. O Banco Palmas

“A poupança do país, que atinge cerca de 20% do PIB, não é canalizada para financiar iniciativas de desenvolvimento, e sim para financiar ganhos financeiros, fenômeno caracterizado como esterilização de poupança.”

(DOWBOR, 2006)

Sem ter ainda conhecimentos sobre Economia Solidária, ou know-how técnico de microcrédito ou qualquer assessoria externa, a Associação de Moradores do Conjunto Palmeiras inaugurou o seu principal projeto de geração de renda no bairro: o Banco Palmas. Trata-se de uma iniciativa ousada e empreendedora, cuja perspicácia foi a compreensão de que um sistema microfinanceiro; um banco comunitário, canalizaria o fluxo de dinheiro para o aquecimento da economia local. O passo empreendedor seguinte foi criar a metodologia de concessão de empréstimos. Era preciso perspectivas convencionais como exigências de fiador, ou a consulta a órgãos de proteção ao crédito para viabilizar as concessões. Na época, com um empréstimo da ONG Cearah Periferia (Centro de Estudos, Articulação e Referência sobre Assentamentos Humanos) de R\$ 2 mil, iniciou-se os empréstimos aos empreendedores locais. Em uma semana o dinheiro foi todo emprestado, demonstrando a forte adesão ao microcrédito. O Banco Palmas passou, então, a captar doações de parceiros como a Oxfam, a GTZ-Alemanha e outros, para aumentar sua carteira de crédito.

### 2.1 A Metodologia de Microcrédito

#### 2.1.1 Crédito Produtivo

Na perspectiva do desenvolvimento comunitário integrado, o Banco exige que o tomador de crédito seja sócio da AS-MOCONP, participando das assembleias e se interagindo dos princípios de Economia Solidária praticados pela Associação. Outro requisito, que inova quanto às metodologias de microcrédito, é o aval da vizinhança. Ao invés de adotar o aval solidário (mesmo método adotado pelo Grammeen Bank), busca-se no vizinho do tomador uma referência quanto ao seu caráter e responsabilidade (embora atualmente também se aceite fazer o empréstimo em grupo). Essa relação de aval da vizinhança caracteriza a efetividade das relações comunitárias, além de contribuir para reduzir a taxa de inadimplência, uma vez que os vizinhos constituem uma forma de “pressão social”. Por fim, para atender aos pré-requisitos, o empreendedor deve se comprometer a contribuir para a dinâmica de prossumidores; comprar e vender localmente. Outra inovação do Banco Palmas é a ausência de um agente de crédito que procura constituir sua carteira de clientes. Tendo em vista o incentivo ao empreendedorismo, o tomador é quem deve procurar o Banco Palmas. Vale destacar que o Banco Palmas sempre buscou autonomia em relação à gestão da sua carteira, somente aceitando doações que não vinculassem o Banco a restrições ou condições de algum financiador, de forma que esse caráter solidário e comunitário do empréstimo fosse mantido.

Uma vez atendidos os pré-requisitos acima descritos, um analista de crédito, alguém da comunidade capacitado pelo Banco, faz a visita ao empreendimento para analisar aspectos técnicos de viabilidade econômica, além de averiguar condições socioeconômicas dele e da família. Por fim, o relatório é levado ao CAC – Comitê de Aprovação de Crédito –, que se realiza uma vez por semana. Durante o CAC, a opinião do analista de crédito é quase decisivo para a aprovação do empréstimo, caracterizando, mais uma vez, o caráter qualitativo da análise do crédito. Além disso, o CAC também



averigua através do mapeamento do consumo e produção local (que será abordado mais para frente) a possibilidade de concorrência prejudicial entre empreendimentos. Se o tomador solicita o crédito para iniciar um tipo de empreendimento que já existe próximo a ele, então o CAC intervém e não aprova o crédito, alegando inviabilidade econômica, e também procura orientar o tomador para outra atividade, que não acarrete em concorrência. De acordo com a explicação do coordenador do Banco Palmas, Joaquim de Melo, esse procedimento ocorre principalmente com bares, cujo mercado já está saturado no bairro. Então, orienta-se a trabalhar com algo semelhante, que complemente a economia local, como lanchonete ou venda de outros produtos, cuja oferta não é tão grande. Vale destacar que essa política se contradiz com a pregação neoliberal de livre mercado, uma vez que visa desestimular a concorrência entre os empreendedores locais, substituindo-a por redes de cooperação.

O Banco Palmas também adota a política de juros evolutivos e créditos evolutivos, visando à distribuição de renda. O tomador do terceiro crédito, supostamente está em condições econômicas mais desenvolvidas que o tomador do primeiro, portanto deve pagar mais juros para subsidiar o empréstimo deste último.

CRÉDITO	VALOR MÁXIMO EMPRESTADO EM R\$	TAXA DE JUROS MENSAL
1º Crédito	Até R\$300,00	2%
2º Crédito	Até R\$500,00	2,5%
3º Crédito	Até R\$1.000,00	3%

Fonte: Livro Banco Palmas Ponto-a-Ponto

### 2.1.2 Crédito para consumo

Normalmente é liberado para adiantamento de pagamento de funcionários ou quando o governo não libera o pagamento já que têm parcerias, por exemplo, com escolas da região. Pode também ser liberado para indivíduos que desejam suprir necessidades imediatas de consumo. Esse sistema se dá através do cartão de crédito do próprio banco: o Palmacard.

Embora no momento em que a pesquisa foi realizada o Palmacard estivesse em desuso, dado que os moradores passaram a preferir o empréstimo para consumo em Palmas (moeda circulante local, a ser explicado em seguida), o processo de concessão se dá de forma análoga ao microcrédito produtivo. É feita uma análise socioeconômica e sobre as condições de pagamento do tomador. O aval da vizinhança também é utilizado. Os empréstimos se iniciam com 20 Palmas e, de forma escalonada, chegam ao valor máximo de 100 Palmas. Não há taxas para aquisição ou manutenção do cartão, somente os comerciantes pagam uma taxa administrativa de 3% do valor da compra.

Cabe destacar que essa idéia surgiu de uma das moradoras do bairro, de forma espontânea, demonstrando que nem todos os projetos implantados em conjunto com a ASMOCONP surgiram de agentes externos, mas no seio da comunidade, caracterizando um empreendedorismo popular.

### 2.1.3 Dificuldades observadas

Durante o período em que os pesquisadores estiveram no Banco Palmas (julho/2007), o Comitê de Aprovação de Crédito só se reuniu uma vez durante o mês. De acordo com o Coordenador Joaquim de Melo, “como já emprestamos há muito tempo, então quem tinha que ser empreendedor aqui no bairro já virou, então a maioria dos empréstimos são renovações”. Contudo, foi observado que uma das pessoas que solicitou o crédito, o fazia pela primeira vez. Devido a essa postergação da realização do CAC, a tomadora teve que esperar mais do que o necessário, o que poderia implicar em eventuais danos ou prejuízos.

## 2.2 Moeda Social Circulante PALMAS

Aos poucos se foi ampliando o rol de projetos visando o desenvolvimento econômico local, a maioria ligada ao Banco.

Para complementar o ideal de estímulo ao consumo e produção local, os moradores passaram a realizar clubes de trocas, com a metodologia usada pela REDLASES – Rede Latinoamericana de Socioeconomia Solidária. Periodicamente se fazia os clubes de trocas com as moedas sociais. Na época, era chamada de Palmares. Entretanto, havia uma oferta excessiva de bens supérfluos, principalmente artesanato e demanda não atendida por alimentos. Diante desse problema, decidiu-se dar um passo além dos clubes de trocas e transformar o bairro todo em um grande clube de trocas. Para que os moradores tivessem acesso a alimentos e outros produtos que não encontravam nos clubes de trocas e, ao mesmo tempo, se incentivasse o consumo local, o Banco Palmas substituiu a moeda social Palmares para a moeda Palmas, que deveria ser aceita pelo comércio do bairro. Essa metodologia, que hoje é chamado de Circulante Local foi implementado com o Método Fomento da Oscip Instrodi – Instituto Strohalm de Desenvolvimento Integral, por intermédio do Movimento Monetário Mosaico (MoMoMo). De acordo com informações obtidas no site [www.instrodi.org](http://www.instrodi.org): “O método Bônus de Fomento otimiza fluxos de dinheiro existentes, para que o efeito acumulado da circulação destes seja o maior possível. Para isso, respalda com estes fluxos uma liquidez local que ative a economia de uma determinada comunidade. Esta liquidez, que pode ter a forma de um bônus, torna-se uma forma de pagamento local. Além de circular nesta comunidade, pode ser utilizado para pagar micro-créditos em moeda nacional” ([www.instrodi.org](http://www.instrodi.org) – acesso em \_\_22/10/2007).

A metodologia, também conhecida como Método Bônus de Fomento, foi desenvolvida pela Fundação Holandesa Strohalm e o Conjunto Palmeiras foi escolhido para realizar o projeto piloto no Brasil, uma vez que já apresentava condições favoráveis, podendo-se citar o alto nível de organização comunitária e a experiência com métodos monetários, como o Palmacard e o sistema de microcrédito.

A partir de R\$ 50 mil doados pela Organização Intereclesiástica para a Cooperação ao Desenvolvimento (ICCO), destinados a construir a Escola Comunitária de Socioeconomia Solidária (Palmatech) foi possível realizar o projeto piloto do Método Bônus. Desse dinheiro, foram lastreados 40 mil Palmas, que seriam usados para compor a remuneração dos envolvidos na obra, que por sua vez consumiriam nos comércios do bairro que aceitavam a moeda social. Além disso, boa parte desses Palmas foi usado para comprar materiais de construção do comércio local. Já os R\$ 40 mil que lastrearam os Palmas foram destinados ao aumento da carteira de microcrédito do Banco. E os R\$ 10 mil restantes da doação foram usados para compor os outros 10% da remuneração dos envolvidos na obra e adquirir materiais de construção que não eram comercializados no bairro.

Esse foi o passo inicial para o sistema do Circulante Local. Como ainda não havia a adesão de boa parte do comércio local na época, quase todo o dinheiro que fora convertido em Palmas, retornou rapidamente para o Banco. Isso ocorreu porque a maioria do dinheiro “clonado” fora usado para comprar material de construção. O dono da loja de materiais não conseguiu escoar todo o dinheiro, tendo que fazer o câmbio para Reais.

Atualmente circulam 20 mil Palmas no Conjunto Palmeiras, que são aceitos em quase todos os estabelecimentos do bairro, desde o posto de gasolina até o pagamento das contas de luz, água, telefone, etc, conforme comprova o depoimento de uma funcionária do Banco Palmas aos pesquisadores: “Até o dono do posto, que é extremamente ‘capitalista’ aceita os Palmas. Isso acontece porque ele percebeu que havia vantagem em fazê-lo”.

O processo como foi introduzido o Circulante Local no bairro merece destaque. No início, muitos comerciantes resistiram à aceitação da moeda Palmas, mesmo sendo lastreado pelo Banco Palmas, e com a credibilidade da ASMOCONP. Muitos não acreditavam, ou não entendiam muito bem como a moeda social poderia trazer benefícios a eles. O que possibilitou o sucesso da aceitação do Palmas foi a adesão do Seu Bezerra, que hoje é presidente da Associação de Comerciantes do

Conjunto Palmeiras. Como o Seu Bezerra era visto como um exemplo de empreendedor de sucesso no bairro, os outros comerciantes perceberam que o Palmas poderia lhes ser vantajoso, afinal “se o Seu Bezerra, que não é bobo, nem nada, aceita, é porque tem alguma vantagem nisso aí” (depoimento da Sra. Océlia – funcionária do Banco Palmas).

Reforçados pela garantia de lastro do Circulante Local, pelo Banco Palmas, hoje a maioria dos empreendimentos locais decidiu aceitar o Palmas. Tendo compreendido também a lógica do aquecimento da economia local, os empreendedores dão descontos, quando possível, às pessoas que compram em Palmas, para estimular o uso da moeda social. Os principais atrativos são o desconto no posto de gasolina (2%) e na passagem solidária (R\$ 0,10 de desconto no bilhete das topiks (vans) que fazem o transporte até o centro da cidade). É importante lembrar que na ocasião da visita o posto não estava mais concedendo desconto devido à baixa do dólar (cerca de US\$1,00 – R\$1,98).

Uma dificuldade enfrentada pelo Banco Palmas e vivenciado pelos pesquisadores era a falta de comunicação interna nas Topiks. Alguns cobradores não conheciam a moeda Palmas, ou mesmo a passagem solidária (bilhete emitido pelo Banco Palmas que vale na linha Cj. Palmeiras - Centro) não as aceitando, mesmo que no canto do pára-brisas da Van estivesse escrito “Aceitamos Palmas”. Embora o Banco Palmas trabalhasse para evitar isso, indo até a matriz da empresa alertar os funcionários e ter a colaboração dos coordenadores, esse tipo de incidente acarretava no enfraquecimento da aceitação da moeda social ou mesmo da passagem solidária, cuja credibilidade era posta em risco.

### **2.3 Parceria Banco Popular do Brasil e Banco Palmas**

Essa parceria, iniciada em 2005, consolida a ampliação dos serviços microfinanceiros do Banco Palmas. Trata-se de instalar a tecnologia de correspondentes bancários no Banco, trazendo comodidade aos moradores do bairro, que antes precisavam percorrer 22 km para ir até o Centro de Fortaleza para pagar suas contas de água ou luz. Além disso, a parceria contribui para gerenciamento do microcrédito de três formas;

- a. Abertura de conta-corrente a qualquer indivíduo que tenha documentos em dia. Isso facilita o depósito do empréstimo, que antes teria que ser feito de forma manual;
- b. Software personalizado do Banco do Brasil, que gerencia a carteira de crédito e
- c. Empréstimos a 2% ao mês para o Banco Palmas repassar como microcrédito, aumentando consideravelmente seu fundo para empréstimos

Uma facilidade proporcionada pelo sistema de correspondentes bancários aliado à metodologia de Bancos Comunitários desenvolvido pelo Banco Palmas é o de pagamento de títulos com o Circulante Local. Como os Palmas têm lastro, basta que o Banco Palmas faça a conversão de Palmas recebidos dos moradores para Reais, do seu fundo de lastramento, e pague o Banco Popular com esses Reais. O importante para o bom funcionamento é que alguém faça a conversão de Reais para Palmas, garantindo a circulação da moeda social. Esse processo se dá através dos descontos cedidos pelos comerciantes locais, que incentivam os moradores a fazer essa conversão, além do crédito para consumo, principal forma de injetar Palmas. Outro processo é incentivar os empreendedores locais a pagarem parte do salário de seus funcionários com Palmas (cerca de 10%), embora esse processo não seja tão adotado pelos empreendedores locais. Vale lembrar que o Banco Palmas adota esse sistema no pagamento dos seus consultores comunitários e outros funcionários.

### **2.4 Rede de Bancos Comunitários de Desenvolvimento**

O Banco Palmas vem disseminando a metodologia de Banco Comunitário desde 2004, quando o Banco PAR foi criado no município de Paracuru-Ce. Até então, essa fora uma iniciativa isolada entre as lideranças locais de Paracuru e o

Banco Palmas. A partir de outubro de 2005, o Banco Palmas firma uma parceria com a Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES/MTE) para disseminar essa tecnologia social. Diante desse contexto, formaliza-se a OSCIP Instituto Banco Palmas que passará a ser responsável pela criação dos Bancos Comunitários de Desenvolvimento (BCD's) em outros municípios do Brasil.

Atualmente há onze BCDs criados, sendo dois no Espírito Santo, dois na Bahia, um no Mato Grosso do Sul e seis no Ceará. Esses bancos formam uma rede de bancos comunitários, cujas perspectivas de ampliação são grandes. Este ano o Governo do Estado do Ceará aprovou um projeto que pretende implantar 40 BCD's no estado até 2010.

Cada BCD opera com alguns serviços da metodologia, sendo que alguns só operam com a moeda social circulante, outros com o microcrédito e a moeda social, oferecendo ou não o serviço propiciado pelo correspondente bancário, dentre outras variações. Entretanto, o caráter comunitário do banco, é pré-requisito para sua implantação. Para tanto, é necessário que pelo menos uma entidade da comunidade seja responsável pela implantação do BCD, bem como pela mobilização dos atores locais, de forma a empoderá-los e, assim, garantir o pertencimento do banco à comunidade. Este, por sua vez, se compromete a geri-lo autogestionariamente.

A parceria com o poder público também se faz necessária, uma vez que o BCD necessita de captação de recursos públicos para garantir sua sustentabilidade financeira, embora conte com doações e receitas provenientes dos serviços oferecidos.

Cabe destacar que o BCD prevê um limite no nível que oferece seus serviços. De acordo com a cartilha Bancos Comunitários de Desenvolvimento – Uma rede sob controle da comunidade, “se o banco cria muitos instrumentos, sofisticada demais seus sistemas de crédito, amplia muito o número de ‘clientes’, empresas, lojas, moedas sociais, dificilmente a comunidade terá condições de gerenciar tudo isso”. Além disso, essa estratégia visa manter as relações de proximidade comunitária que o BCD se propõe a manter, como uma política institucional solidária.

### 3. Empreendimentos produtivos da Rede Palmas

Trata-se de uma estratégia de desenvolvimento econômico local endógeno, promovido pela ASMOCONP, financiado pelo Banco Palmas. São empreendimentos econômico solidários, que se propõem a gerar renda e trabalho na comunidade, de forma autogestionária, bem como atender à demanda local por produtos de primeira necessidade, como limpeza, higiene, roupas, dentre outros. Cada empreendimento produz no espaço físico da Associação de Moradores e comercializa seus produtos na Loja Solidária (também dentro da Associação), bem como nos comércios locais.

#### 3.1 Palma Limpe

Empreendimento Econômico Solidário de produção de materiais de limpeza em baixa escala. Atualmente formado por um coordenador e jovens do bairro escola de trabalho.

##### 3.1.1 Histórico

Pela Palma Tech cinco pessoas unem-se com um mesmo ideal: montar uma micro empresa e vê-la crescendo junto com o desenvolvimento profissional de cada um – este foi o início da Palma Limpe.

A grande primeira decisão que deveria ser tomada era a área de atuação dessa nova empresa: panificadora? produção de produtos de limpeza?. Com muita leitura de casos de sucesso e cursos ministrados pelo SEBRAE juntamente com

um curso de manuseio de produtos químicos conseguido pela Associação, ficou definida a Palma Limpe – a produção de produtos de limpeza era a alternativa mais viável.

Com um empréstimo realizado pelo Banco Palmas surge, em quinze de dezembro de 2001, a Palma Limpe. Com um novo curso de gerenciamento de pequenos empreendimentos, os cinco fundadores iniciam as atividades já com um primeiro obstáculo: as embalagens. Elas representavam um grande problema já que as garrafas pet não eram atrativas para os consumidores. Surge, assim, a primeira parceria que seria com a Phd (recicladora de plásticos), na qual embalagens poderiam ser adquiridas a um custo menor.

A segunda grande decisão foi em relação à distribuição do trabalho na qual se dividiram em marketing, vendas e transporte, administrativo e produção em si. A terceira grande decisão era crucial não só para as pessoas que ali trabalhavam, mas também para o futuro da empresa: nenhum integrante receberia salário nos primeiros seis meses, pois todo o excedente seria revertido em investimentos. Após esse tempo, o salário subiu para R\$50,00 (cinquenta reais) e posteriormente para R\$120,00 (cento e vinte reais) que significava meio salário mínimo na época.

Ocorre que as vendas não alavancaram como o esperado (os problemas são os mesmos citados pelo atual coordenador da empresa: desconfiança em produtos químicos produzidos por jovens, concorrência, entre outros) e foi preciso um esforço significativo para a aceitação inicial nos mercadinhos do bairro. Seu crescimento se deu basicamente pela grande divulgação realizada pelo coordenador do Banco ao ministrar palestras. Com isso, fecharam negócios com 3 instituições (escolas e sindicatos) o que elevou significativamente o nível de trabalho (demandando maior tempo - inclusive os fins de semana) e a pressão familiar (já que não recebiam salário e o cansaço dos integrantes era elevado.)

Tinham nesse ponto, nitidamente um problema motivacional em que foi preciso definir se continuariam realmente a “tocar o negócio”. Alguns saíram e outros foram encaminhados, após treinamento, para outras atividades – causando sobrecarga de trabalho e acúmulo de funções, além de prejudicar a evolução da empresa. Foi nesse ponto em que o atual coordenador da empresa, Elias Lino, passou a redirecioná-la.

### 3.1.2 Estrutura Atual

Em 2003, a Associação em parceria com o Ateliê da Juventude (projeto idealizado pelo Ministério do Trabalho e Emprego) realizaram um curso com duração de seis meses no qual esteve presente o atual coordenador da Palma Limpe. Elias entrou em 2005, foi capacitado pelos integrantes que ali trabalhavam e a partir de então assumiu por completo a empresa. Muitos alunos do bairro escola são capacitados na Palma Limpe (atualmente conta com dois deles) porém não continuam principalmente por dois motivos: falta de estrutura da empresa para agregar essas novas pessoas e por se tratar de uma “área de muito risco” já que o salário é bastante variável e não existe carteira assinada.

A grande alteração implantada pelo novo coordenador foi em relação ao foco dado ao bairro, uma vez que a venda para outros bairros implicava em custos muito altos para entrega, sendo que esses clientes não eram comércios, mas clientes finais isolados. Portanto, preferiu focar os esforços para o atendimento preferencial do próprio bairro, fortalecendo a presença dos produtos nos empreendimentos locais para depois iniciar a expansão.

Os maiores problemas enfrentados atualmente pela empresa são a falta de recursos (o salário é bastante baixo e a produção artesanal, limitada pela falta de infra-estrutura), o preconceito por parte dos consumidores em comprar produtos químicos produzidos por jovens, bem como a percepção de serem produtos de qualidade inferior, a concorrência de outros produtos informais e o baixo conhecimento administrativo dos membros.

Para tentar reverter esse quadro o FECOL (Fórum Econômico Local) determinou que a Palma Limpe seria a primeira empresa da Rede Palmas a ser assistida. Após um mapeamento da produção e consumo local, a Associação de Morado-

res pôde convencer mais comerciantes locais a comercializarem os produtos da PalmaLimpe, alegando o crescimento endógeno do bairro.

### Preço dos Produtos na Loja Solidária

Produto	Preço por litro
Água Sanitária	R\$ 0,85
Detergente	R\$ 1,50 (500 ml - R\$ 0,80)
Amaciante	R\$ 1,50
Cera Líquida	R\$ 1,45

Venda mensal: mil litros de produtos.

## 3.2 Palma Fashion

Empreendimento de confecção de moda jovem, que conta atualmente com 12 pessoas. Com grife própria, produz camisas, calças jeans, peças íntimas, dentre outros.

### 3.2.1 Histórico

Com a constatação de que o bairro já havia se urbanizado (final dos anos 90), mas faltava gerar renda, surge a idéia da união de algumas costureiras no projeto “Palma Fashion”. O projeto foi iniciado com 12 costureiras e atualmente mantém o mesmo contingente trabalhando, embora esse número tenha variado muito ao longo do tempo e a rotatividade dos trabalhadores seja relativamente alta.

O projeto contou inicialmente com a obtenção de recursos por meio do Ação Social – projeto do Governo Federal. Houve, assim, a capacitação do grupo, através de cursos ministrados pelo Sebrae. Para o lançamento da grife houve um desfile cujos modelos eram moças do próprio bairro, financiado pela ONG holandesa Strohalm.

Os recursos, no entanto, foram parcialmente desperdiçados quando a atual coordenadora se afastou da Palma Fashion para execução de outras atividades. Isso fez com que por dois anos, o projeto não avançasse da maneira esperada. Com a volta da coordenadora, o andamento do projeto foi novamente retomado com um novo curso ministrado para cerca de 50 costureiras, no qual 40 delas o concluíram.

Os novos recursos foram provenientes de um prêmio conquistado do Fundo do Banco do Brasil. Parte do montante foi aplicada na compra de novo maquinário (para possibilitar a diversificação da produção) e o restante seria utilizado na aquisição de tecidos, porém a compra não foi efetivada.

Esses dois pontos em conjunto (adiamento na compra de tecidos e mal emprego dos recursos por certo período de tempo) ocasionaram um grande comprometimento dos ideais da empresa já que hoje atua como uma facção e não, como uma empresa com produção própria e geração de recursos provenientes do próprio bairro. O sonho da marca Palma Fashion teve que ser adiado para a continuidade da existência da empresa.

Um grande problema da estrutura atual é a “inconstância” do trabalho, ou seja, existem dias da semana em que há trabalho para todas as costureiras, porém existem períodos em que elas ficam sem trabalhar e isso pode ocorrer por diversos motivos: atraso na entrega de tecidos por parte da empresa, falta de demanda, demanda abaixo da capacidade, etc. Isso causa grande desmotivação nos trabalhadores, já que recebem por dia de trabalho (o salário atual fica entre R\$200,00 e R\$350,00 aproximadamente). Esse é, assim, mais um fator que alimenta o sonho de construir a marca própria, com confecção própria.

### 3.3 Palma Natus

Grupo de produção de sabonetes artesanais e fitoterápicos. Utiliza-se da horta da ASMOCONP para plantar parte da matéria prima dos produtos, sendo eles: xarope de guaco e malvarisco, xarope de xambá, sabonete de aroeira, sabonete líquido de alecrim pimenta e pomada de confrei. A distribuição do produto é pequena, uma vez que a produção de forma artesanal encarece o preço.

### 3.4 Loja Solidária

Trata-se da evolução do sistema de compras coletivas praticada pela ASMOCONP. Esse sistema consistia em reduzir o valor de bens de consumo, através de compras em grande escala e fortalecer pequenos produtores rurais e urbanos, priorizando produtos da Economia Solidária. Esse sistema foi substituído pela Loja Solidária, que é um espaço dentro da ASMOCONP que comercializa produtos da Rede Palmas, bem como de bairros vizinhos e da rede de Economia Solidária, (inclusive vindos de outros estados), como por exemplo, a marca Justa Trama. Os produtos vão desde doces caseiros até roupas produzidas em cadeias inteiramente sustentáveis em várias regiões do país. Contudo, muitos produtos são mais caros, devido à forma de produção artesanal, sendo pouco atrativos em relação aos produtos industrializados dos outros comércios do bairro. O que se verificou é que os produtos expostos na Loja Solidária tinham como público-alvo os visitantes do Banco Palmas, que têm maior poder aquisitivo.

## 4. Escola de Economia Solidária Palma Tech

É a Escola de Socioeconomia Solidária da ASMOCONP, que funciona dentro da própria Associação. Oferece cursos e oficinas de capacitação profissional, bem como o curso de consultor em bancos comunitários, no qual se capacitam os consultores da rede de Bancos Comunitários de Desenvolvimento. Pretende disseminar a cultura de cooperação solidária, por intermédio dos seus cursos.

### 4.1 Como funciona

A gestão e a parte pedagógica é realizada pela equipe do Banco Palmas e, portanto, não há uma programação anual definida previamente nem um quadro regular de professores. Os instrutores são do próprio Banco e instituições parceiras e os treinamentos dependem da captação de recursos para serem realizados. Todos os módulos têm, obrigatoriamente, um módulo básico sobre a história do bairro e outro sobre noções de Socioeconomia, para garantir a identidade, a cultura da solidariedade e a filosofia da cooperação.

A escola conta com o suporte de um Centro de Documentação disponibilizando informações sobre Socioeconomia Solidária, como publicações locais e nacionais, vídeos, jogos pedagógicos e outros materiais sobre a temática. Encontram-se também algumas monografias e teses de mestrado.

### 4.2 Cursos já Oferecidos

- Formação de Empreendedores Solidários – capacitação para motivar projetos de desenvolvimento local tais como implantação de redes de produção e consumo, bancos populares, feiras entre outros. Tem como público alvo trabalhadores, líderes comunitários, alunos universitários com práticas na comunidade e técnicos interessados no tema da Socioeconomia Solidária.

- Consultores Comunitários para Empreendimentos Solidários – capacitação de jovens da comunidade para oferecerem consultoria aos pequenos empreendedores do bairro, nas linhas de gestão empresarial, marketing, vendas, compras coletivas e outros instrumentos no campo da Economia Solidária. Tem como público alvo jovens entre 15 a 21 anos que tenham o primeiro grau completo.
- Clube de Trocas com Moeda Social – objetiva criar clubes de trocas com moeda social, contribuindo na melhoria da qualidade de vida das pessoas, aumentando renda e garantindo o consumo da população mais pobre. Tem como público-alvo consumidores e produtores em geral (prossumidores), mulheres chefes de família, líderes comunitários e técnicos interessados no tema da Socioeconomia Solidária.
- Seminário ABC da Socioeconomia – sensibilizar para as práticas da Socioeconomia, estimulando produtores e consumidores a se organizarem em suas comunidades em torno de propostas concretas para geração de renda. Foi realizado em diversos bairros simultaneamente com a participação de trabalhadores em geral, jovens estudantes, líderes comunitários e mulheres chefes de família.
- Elaboração de Pequenos Projetos – capacitar entidades comunitárias para elaboração de projetos sociais. Tem como público-alvo líderes comunitários e técnicos de ONGs.
- Os desafios do movimento popular no século XXI – refletir sobre o contexto político-social local e global, contribuindo para identificar ferramentas e criar instrumentos que ajudem o movimento popular a enfrentar os desafios da conjuntura atual. Teve como público-alvo líderes comunitários e moradores com sensibilidade para o trabalho associativo.
- Pesquisadores locais para o desenvolvimento Sustentável – capacitar líderes populares para realizarem pesquisas objetivando a elaboração de projetos para o desenvolvimento local. Tem como foco os líderes comunitários.
- Alfabetização com elevação da escolaridade – certificar o primeiro grau para pessoas da comunidade que estão fora de faixa escolar com um componente de geração de renda.

Durante o período visitado, realizavam-se cursos de capacitação profissional: Projeto Bairro Escola de Trabalho e Academia de Moda, que serão detalhados a seguir.

### 4.3 Academia de Moda

Surgiu após o desfile da Palma Fashion com o apoio da ONG holandesa Strohalm, que tem como objetivo a formação de jovens costureiras. Pretende-se que possam seguir carreira tanto com negócio próprio, trabalhem na Palma Fashion, ou se empreguem na área.

O curso é dado com base semestral com diversos módulos de curta duração: corte, costura, estamparia, customização entre outros. Conta com turmas de 12 jovens entre 18 e 24 anos e que tenham concluído o Ensino Médio, sendo que a maioria é composta por meninas. A inscrição é feita no próprio Banco e atende não só às meninas do Conjunto Palmeiras, mas também de bairros próximos.

Durante o período visitado, a coordenadora do curso, Herlane Rangel, recém-formada em Moda pela Universidade Federal do Ceará, formulou a grade horária e coordena o projeto. As aulas são ministradas no período da tarde todos os dias da semana e também no período da manhã em dois dias da semana. Para alunos e professores é oferecido um lanche no meio da manhã e no meio da tarde e a frequência é bastante controlada: pede-se que avise a coordenadora em caso de faltas ou ausências prolongadas.



Elas possuem amplo maquinário de diversas funções e recebem doações de tecidos ou os compram com os recursos provenientes de seus mantenedores.

### **Bairro Escola de Trabalho**

Surgiu a partir da constatação das dificuldades de conquista do primeiro emprego por parte dos jovens do bairro e também buscando um maior nível de profissionalização desses jovens.

O projeto consiste em facilitar o ingresso desses jovens no mercado de trabalho a partir de alianças com os empreendedores do bairro. Estes assumem o papel de mentores do ofício, ou seja, comprometem-se a ensinar todas as técnicas do trabalho para o jovem. Este, por sua vez, se compromete a ter uma frequência constante ao local de trabalho e realizar as atividades da melhor maneira possível. Tanto o empreendedor quanto o aluno recebem uma bolsa auxílio no valor de R\$70,00 (setenta reais) para o empreendimento e R\$50,00 (cinquenta reais) para o jovem. Muitos deles dependem dessa bolsa mensal. O empreendedor pode escolher reverter sua bolsa para o aluno, porém essa prática não é muito observada.

A demanda pelo bairro escola vem subindo consideravelmente e, no último processo seletivo, houve 600 inscritos para 30 vagas. O processo inicia-se com o preenchimento de uma ficha de inscrição e a posterior realização de uma prova com perguntas associadas ao bairro e atualidades. Os alunos devem atingir uma pontuação mínima para serem selecionados e são chamados a comparecer em uma data específica. Se o número de selecionados ultrapassar os 32 alunos, que é o número máximo permitido por turma, esses jovens ficam automaticamente selecionados para a próxima turma.

O primeiro passo do programa é a presença às palestras realizadas em um espaço da própria Associação em que é ensinado aos alunos o histórico do bairro, informações sobre o projeto, noções de Economia Solidária além de se criar um ambiente de convivência.

As turmas são iniciadas todo mês e o programa possui duração de três meses sendo que existe a possibilidade de efetivação desses jovens após esse tempo se for de interesse do empreendedor. A idéia é fazer com que o maior número de jovens seja efetivado ao final de seu estágio. Para que haja um maior controle e análise da efetividade é feito um acompanhamento com cada empreendedor e com cada aluno em que a coordenadora visita o estabelecimento pelo menos duas vezes durante sua duração e entrevista o empreendedor e o jovem separadamente para avaliar se as expectativas de ambos estão sendo atingidas, se há a ocorrência de algum tipo de problema ou mau relacionamento entre o mentor-aluno, dentre outros possíveis problemas. Na última visita, o empreendedor relata a possibilidade ou não de efetivação e há uma festa de encerramento.

Um ponto importante a ser destacado é que a coordenadora busca inserir os jovens em estabelecimentos de seu agrado, ou seja, eles fazem a opção por comércio, produção ou serviço e são encaixados no estabelecimento específico. Caso não haja um empreendimento escolhido pelo jovem, a coordenadora se responsabiliza por encontrá-lo. Para tal ela faz constantemente um trabalho com os empreendimentos do bairro e bairros vizinhos de forma que tal projeto já é bastante difundido e muito bem aceito pela comunidade.

Há também a Turma de Arte e Cultura, que vem ao encontro do movimento atual da Associação de Moradores de trazer maior cultura e lazer para o bairro. Dessa forma, além do Fórum de Cultura foi criada uma turma especial do Bairro Escola voltada para a arte, mais especificamente para a música. Os alunos têm aulas três vezes por semana e se encontram em um espaço na própria ASMOCONP. Ao invés de trabalharem em empreendimentos, utilizam seu tempo na aprendizagem de construção de objetos musicais, como tambores e surdos. Além disso, ensaiam maracatu, com letras de cordéis, buscando reviver a cultura local.

Uma dificuldade encontrada no projeto é que este depende de subsídios externos, portanto não há uma estratégia definida para continuidade do projeto quando a disponibilidade dos recursos atuais cessar, sendo necessário captar novos recursos ao fim do financiamento atual.

## 5. Impactos

Embora a Associação de Moradores do Conjunto Palmeiras, tenha colaborado intensamente para o desenvolvimento local, especialmente na urbanização do bairro nos anos 80 e 90, e atualmente para o desenvolvimento econômico, o bairro ainda é considerado pobre. De acordo com depoimentos dos moradores: fatores como saúde, educação, lazer e segurança ainda não são atendidos de forma satisfatória. Isso demonstra que ainda faltam políticas públicas de estruturação dos bairros periféricos, de forma que os projetos da ASMOCONP apenas atenuam o quadro de pobreza do Conjunto Palmeiras, mas não atendem a demanda que é estrutural. Seria necessária uma mudança na rede de ensino, saúde, policiamento, dentre outros aspectos, no qual o orçamento seria muito grande para isso. Opta-se, então, por financiar projetos pontuais advindos de ONG's e associações locais.

Embora seja difícil precisar o impacto na economia local, fica claro, a partir dos depoimentos obtidos e visitas prestadas, que boa parte do comércio do bairro foi ampliada ou viabilizada graças ao apoio do Banco Palmas. Quanto aos empreendimentos da Rede Palmas, conforme descrito anteriormente, ainda concorrem com os produtos industrializados de empresas de grande porte, tendo baixa participação no mercado local.

Já as capacitações da PalmaTech foram eficazes em disseminar entre os jovens da comunidade, as bases de Economia Solidária. Diversas vezes as pessoas que trabalhavam no Banco Palmas faziam a distinção entre a Economia Capitalista e a Economia Solidária, praticada pelos empreendimentos da Rede Palmas. Muitos jovens, inclusive, objetivavam mais que a geração de renda, mas uma forma diferente de sociedade, conforme os princípios da Socioeconomia Solidária. “Nunca gostei simplesmente de trabalhar por uma remuneração. É muito fácil. Quero trabalhar para salvar o mundo.” (depoimento de Elias Lino – atual coordenador da PalmaLimpe). E quando perguntado sobre os ex-membros da Palma Limpe, afirmava que “alguns são os atuais consultores de bancos comunitários, mas têm outros que foram tentar a vida no Capitalismo”. Essa visão de mundo, de uma Economia que se propõe Solidária, de cooperação em detrimento à competição, se traduz no cerco da Associação de Moradores como uma idealização que procura sobreviver em meio a um “oceano capitalista”. Trata-se de uma maneira de “emancipação política”.

Essa se daria pelo consumo, que de acordo com o Banco Palmas, “o consumo determina a sociedade onde queremos viver”. Consumir os produtos da PalmaLimpe, cuja qualidade se equipara aos melhores produtos industrializados, implica tanto no enriquecimento do bairro, como uma forma de emancipação do fetichismo consumista, este viabilizado pelas estratégias de Marketing e propaganda. O mesmo acontece para os produtos da PalmaFashion. De acordo com a coordenadora, os produtos que são vendidos nos shoppings a preços altos, são confeccionados por eles (se referindo ao trabalho de fabricação). Contudo, quando um produto é feito com a marca PalmaFashion, com a mesma qualidade das grandes grifes, a demanda é significativamente menor, por não possuir a “magia da marca”.

## 6. Considerações Finais

O Banco Palmas, bem como a Rede Brasileira de Bancos Comunitários de Desenvolvimento, e os outros projetos da ASMOCONP têm pontos fracos, como a dependência financeira de recursos externos, baixo nível de escolaridade dos executores, entre outros já mencionados. Entretanto, são frutos de um tipo de empreendedorismo social, que embasado na Socioeconomia Solidária, inovam diante de contextos desfavoráveis, como a falta de políticas públicas de redução da pobreza, baixa auto-estima da comunidade, bem como sua baixa escolaridade. Talvez o maior trunfo do Conjunto Palmeiras tenha sido sua alta capacidade de se organizar e se mobilizar, já que esse foi o fator que atraiu os diversos parceiros a colaborarem para os projetos implantados. Essa capacidade de mobilização e organização, por sua vez, se deve ao alto grau de empreendedorismo das lideranças locais. O empreendedorismo social, fomentando o desenvolvimento local endógeno, se mostra no Conjunto Palmeiras de forma notável: uma endogenia comunitária e consensual entre as diversas opiniões dos moradores. Trata-se de uma militância para empoderar a comunidade na determinação dos rumos do bairro, demonstrado pelos fóruns locais, planejamentos estratégicos e seminários comunitários e, por fim, através das capacitações desenvolvidas pela PalmaTech. É importante, contudo ressaltar que parte do bairro ainda não se comoveu para o senso de comunidade, não se relacionando com a Associação de Moradores, nem com as lideranças locais, que do contrário, poderia potencializar ainda mais as ações da ASMOCONP.

Outra questão observada é a visão diferenciada da Economia Solidária por parte dos moradores. Ficou claro que para alguns se tratava de uma alternativa socioeconômica. Esses idealizavam a construção de uma economia que se baseia em valores “mais humanos”, de solidariedade e cooperação. Para outros, tratava-se de uma oportunidade de geração de renda, que comparado ao “Capitalismo” (conforme os moradores se referiam à economia convencional, de mercado) é menos atrativo, já que não fornece seguranças como FGTS e outros direitos trabalhistas. Não se trata de determinar se a Economia Solidária é apenas uma alternativa de geração de renda, ou uma alternativa de modelo econômico, muito menos de analisar sua eficácia frente ao modelo atual de economia, mas de pontuar a diversidade política dos atores. Observa-se que essas visões diferentes convivem harmoniosamente, demonstrando uma integração comunitária, que garante um modelo de organização popular eficaz.

## Referências Bibliográficas

DOWBOR, Ladislau. – Artigo Redes de apoio ao empreendedorismo e tecnologias sociais, São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://www.clad.org.ve/fulltext/0053045.pdf>> Acesso em 1 nov. 2007

FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de; SILVA JÚNIOR, Jeová Torres. Uma dinâmica associativa emblemática no Nordeste Brasileiro – o caso do Banco Palmas. In: MEDEIROS, Alzira; LAVILLE, Jean- MAGNEN, Louis, Jean-Phillipe Ação Pública e Economia Solidária: uma perspectiva internacional. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2006

MARX, Karl Heinrich. O Capital. Livro I Vol. I 4.ed. Tradução de Reginaldo Sant’Anna. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 1980

MELO NETO SEGUNDO, João Joaquim de. Cartilha Memórias de Nossas Lutas vol. II. Fortaleza,

MELO NETO SEGUNDO, João Joaquim de; BODINAUX, Pascale; MENEZES FILHO, Ruy Abitbol org. Cartilha Memórias de Nossas Lutas vol. I Fortaleza, 1991

MELO NETO SEGUNDO, João Joaquim de; MAGALHÃES, Sandra. Bairros Pobres Ricas Soluções: Banco Palmas Ponto a Ponto. 1.ed. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2007

\_\_\_\_\_. Bancos Comunitários de Desenvolvimento – Uma rede sob controle da comunidade. Fortaleza, 2006

PRIMAVERA, Heloísa Moeda Social e Democracia: Manual para Compreender e Fazer. Buenos Aires, 2006.

TOSCANO, Idalvo O “Banco” Palma\$: uma experiência de Economia Solidária. In: FRANÇA, Cássio Luiz de; SILVA, Ivan Prado; VAT, José Carlos Publicações Polis - Aspectos Econômicos de Experiências de Desenvolvimento Local. n.40 São Paulo: Instituto Pólis, 2002

## **Anexo I: Relação de parceiros do Banco Palmas e da ASMOCONP**

### **Governamentais**

- Secretaria do Trabalho e Ação Social (SETAS)
- Fundação da Criança e da Família Cidadã (FUNCI)
- Sistema Nacional de Empregos (SINE-Ce)
- Secretaria Nacional de Economia Solidária – SENAES/MTE

### **Não Governamentais**

- Redes Cearense e Brasileira de Socioeconomia Solidária
- Instituto de Desenvolvimento do Trabalho – IDT
- Universidade Federal do Ceará
  - Núcleo de Psicologia Comunitária – NUCOM
  - Núcleo de Estudos sobre Gênero, Idade e Família – NEGIF
  - Curso de Economia Doméstica
  - Curso de Arquitetura e Urbanismo
  - Incubadora de Cooperativas Populares de Autogestão da UFC
- Serviço de Apoio a Micro e Pequena Empresa do Estado do Ceará – SEBRAE-Ce e SEBRAE Nacional
- Agência de Desenvolvimento Solidário – ADS/CUT
- Coordenadoria Ecumênica de Serviços (CESE)
- OXFAM
- DED
- Cooperação Alemã GTZ
- Instituto Strohalm/Strobin
- Instrodi
- Ágora XXI