

O Clube de Trocas de São Paulo

Organizadores do texto : Maria Julia Pascali, Heloísa Primavera,
Stella Whitaker e Carlos Henrique de Castro

“A troca como atividade social existe desde o princípio dos tempos e consiste numa atividade essencialmente baseada na negociação entre duas partes - pessoas ou grupos de pessoas - que chegam a um acordo acerca de que algo é equivalente a outro algo e passível de troca. Como tal, é anterior a própria existência da moeda. Mais ainda, com a complexidade dos intercâmbios, é a própria moeda que aparece para tornar as trocas mais ágeis e convenientes para ambas as partes: com ela, torna-se dispensável completar a transação no momento o que passa a ser feito de forma diferenciada, no tempo e no espaço. O "equivalente" ao que se está deixando é uma convenção estabelecida entre as partes ou no seio da comunidade, segundo o momento histórico que se considere.”(Heloísa Primavera)

O Clube de Trocas surgiu em São Paulo em setembro de 1998, no bairro de Santa Terezinha, Pedreira, Santo Amaro. É um espaço onde os associados trocam entre si produtos, serviços e saberes, de uma forma solidária, promovendo a auto-ajuda, num sistema alternativo à economia vigente, que respeita normas éticas e ecológicas.

O Clube de Trocas tem uma característica familiar; é formado por pessoas que se conhecem por afinidade e que procuram uma alternativa econômica para promover uma melhor qualidade de vida para todos.

Com nosso Clube buscamos contribuir para a construção de uma sociedade justa, onde as pessoas vivam em harmonia, desfrutando de todos os direitos da vida em comunidade. Somos membro da Rede Global de Trocas que abrange vários países, entre os quais , Argentina, Bolívia, Equador, Colômbia, Uruguai e Espanha: e participamos também do Fórum de Economia Solidária.

O clube de trocas não é uma invenção nossa, mas é nossa iniciativa promover um resgate da história brasileira que utilizou (e ainda utiliza em alguns recantos mais afastados) as trocas para movimentar a economia . Hoje, ainda, utilizamos as trocas mas não diretamente, trocando um produto por outro, e sim através de moeda oficial (que aqui no Brasil chamamos de Real). O comércio se passa tão alienada e automaticamente que não percebemos que estamos trocando.

A organização das trocas no Brasil tem duas etapas. Na primeira, a experiência praticada foi inspirada no modelo Francês, que promove as trocas de Saber (com um contingente, hoje, na França, de aproximadamente 25.000 pessoas). Este modelo foi iniciado aqui no Brasil, no ano de 1991, com o apoio da ADI - Associação para o Desenvolvimento da Intercomunicação, entidade que vem promovendo diversas trocas de saber até hoje. A segunda etapa começou no ano de 1998 e foi inspirada no modelo Argentino: às trocas de saber foram acrescentadas as trocas de produtos e serviços.

“Na Argentina, o primeiro Clube de Trocas nasceu em Bernal, Província de Buenos Aires, no dia 1º de Maio de 1995, com cerca de 20 pessoas "trocando" entre elas seus distintos produtos e serviços: comida, roupa, artesanato, serviços odontológicos e médicos, pinturas e consertos para a casa, etc. “ (Heloísa Primavera)

Este modelo, hoje com o nome de CLUBE DE TROCAS, já completou um ano de existência na Zona Sul de São Paulo, e vem se propagando por várias comunidades, pois se trata de um modelo sem complicação, simples na sua organização.

Cada sócio se torna responsável por um produto, serviço ou saber, que oferece, e recebe em troca um outro produto, serviço ou saber. Para facilitar as trocas, utilizamos um vale que só tem valor dentro do clube. Nós o chamamos de **bônus**, e o consideramos uma moeda social porque ela é produzida, distribuída e controlada pelos próprios usuários. O bônus é, pois, o instrumento que substitui o dinheiro.

O Clube de Trocas tem a finalidade de criar um espaço - a feira de trocas - onde os sócios podem negociar seus produtos, serviços e saberes. Para isto alugamos um espaço com mesas ou bancadas onde os produtos são expostos.

Os produtos, serviços e saberes que os sócios têm negociado nas feiras de trocas até agora são: açúcar, ovos, farinha de trigo, salsinha, cheiro verde, alface, cenoura, feijão, macarrão caseiro, macarrão industrial, bolo, pão, pudim, mousse, chocolate, doces, bolachas, suco mupy, leite, refrigerante, cerveja, torta, sequilhos, bolacha, salgadinhos para festas, amendoim, ervilha, vinagre, milho, massa de tomate, óleo, maçã do amor, canudos recheados, camisas, calças, vestidos, roupas infantis, colcha, lençol, biquíni, maiôs, roupas íntimas, meia-calça, sapatos, chinelos, xaropes caseiros, produtos de Beleza das marcas Natura e Avon (perfumes, shampoo, batons), tupperware, material de limpeza, sabão em pedra, sabonete, cotonete, papel higiênico, papel toalha, pano de prato, toalha de crochê, tapetes bordados, toalha bordadas, chapéu de praia, fitas de vídeo, enfeite de geladeira, puxa saco, cartão de aniversário, material de papelaria, material pedagógico, caixinhas de presentes, um quadro pintado a óleo, kit de primeiros socorros, bicicleta, colares, presilhas, brincos, jóias em prata, bonecas, arranjos de flores, artesanatos, bijuterias, linha, zíper, corte de cabelo, manicure, trança africana, serviços de manutenção para máquinas de costura, manutenção de computador, serviços técnicos em eletrônica, TV, vídeo e Cd, costureira, tapeceiro, psicóloga, confeitaria, pedreiro, cozinheira, encanador, marceneiro, carpinteiro, pintor de portas e portões, serralheiro, contador, auditor fiscal e contábil, serviços de repórter, filmagens de aniversários e casamentos, economista, engenheiro em projetos mecânicos, eletricista, professor informática, professora de português, escolinha e creche.

São os próprios sócios que buscam individualmente a matéria prima, os produtos e os serviços para colocar nas feiras de trocas. Direta e indiretamente 500 pessoas estão envolvidas neste trabalho, atualmente, em São Paulo.

Não giramos nossa economia em Reais, e sim com os bônus, mas se fossemos compará-la ao Real, acreditamos estar girando em torno de R\$ 60.000,00 por mês.

“Os "prossumidores" (produtores que são TAMBÉM consumidores) são quase sempre 'polifuncionais' na Rede: produzem e consomem uma grande variedade de produtos e serviços, segundo as necessidades próprias e o descobrimento de suas potencialidades, em função das necessidades de seu mercado cativo. Na Argentina, estimam-se em mais de 500 Clubes, em 17 províncias, vinculados, diretamente ou não, a Rede Global de Trocas. Estima-se em 230.000 pessoas as que estão envolvidas nessa atividade, correspondendo a um total de 1.500.000 a 2.000.000 de pesos conversíveis (a dólares americanos) de transações anuais, o que não é tanto, na economia do país, mas também não é tão pouco.”(Heloísa Primavera)

Não há circulação de dinheiro ou remuneração nas feiras. Os sócios do clube promovem as trocas ficando com o resultado delas em bônus. O clube não interfere nas negociações. A quantidade de bônus que um sócio pode ganhar depende do volume de trocas que ele promover. Já se registraram casos em que o sócio ganhou, em menos de um mês, mais de 500 em bônus (o que equivaleria a quinhentos reais).

Nossa política de recrutamento se realiza através de uma palestra, feita em todas as feiras, para os novos sócios, explicando o que é o clube, quais seus objetivos, destacando o espírito de solidariedade e a liberdade que o sócio tem de sair se não estiver satisfeito.

Nosso empreendimento conta com muita força de vontade, ainda assim, temos alguns obstáculos. Entre as dificuldades, ressaltamos um aspecto da cultura de nosso povo. Devido aos séculos de exploração a que fomos submetidos, desenvolvemos um ardil de querer sempre levar vantagens. Este traço cultural de cunho egoísta, está bastante arraigado no nosso comportamento. Convivemos com este problema e procuramos enfrentá-lo, sempre lembrando aos sócios que o clube é um espaço para pessoas **solidárias** que buscam **juntas** uma alternativa em que **todos ganhem**, sem exploração, mas com justiça.

Nossa primeira meta de desenvolvimento é divulgar ao máximo o Clube de Trocas no país. A segunda é chegar, em um curto prazo, a uma situação em que todos os sócios do clube encontrem nas feiras uma diversidade na oferta de produtos, serviços e saberes, que satisfaçam ao máximo suas necessidades.

Nossas metas vem sendo sempre discutidas entre os associados, procurando observar as necessidades existentes para poder projetar o crescimento do clube.

Declaração de Princípios Éticos

1. Nossa realização como seres humanos não necessita estar condicionada pelo dinheiro.
2. Não procuramos promover artigos ou serviços, mas sim nos ajudar mutuamente para atingirmos um sentido de vida superior, mediante o trabalho, a compreensão e o intercâmbio justo.

3. Acreditamos que é possível substituir a competição estéril, o lucro e a especulação pela confiança e reciprocidade entre as pessoas.
4. Acreditamos que nossos atos, produtos e serviços podem responder a normas éticas e ecológicas, e não aos ditames do mercado, do consumismo desenfreado e da busca de benefícios a curto prazo.
5. Os únicos requisitos para ser membro da Rede Global de Trocas são: assistir as reuniões grupais, capacitar-se e ser produtor e consumidor de bens, serviços e saberes, dentro das recomendações de Círculos de Qualidade e Auto-ajuda.
6. Consideramos que cada membro é o único responsável por seus atos, produtos e serviços.
7. Pertencer a um grupo não implica nenhum vínculo de dependência, já que a participação individual é livre e extensa a todos os grupos da Rede.
8. Consideramos que não é necessário que os grupos se organizem formalmente, de modo estável, já que o caráter de Rede implica na rotação permanente de papéis e funções.
9. Acreditamos que é possível combinar a autonomia dos grupos organizados em forma de Clubes, na gestão de seus assuntos internos, com a vigência dos princípios fundamentais da Rede.
10. Consideramos recomendável que os integrantes não respaldem, patrocinem ou apoiem, ideológica ou financeiramente - como membros da Rede - uma causa alheia a ela, para não nos desviarmos de nossos objetivos fundamentais.
11. Nosso melhor exemplo é nossa própria conduta no âmbito da Rede e em nossa vida fora dela. Guardamos confidência sobre nossos assuntos privados e prudência no tratamento público dos temas da Rede que possam afetar seu crescimento.
12. Acreditamos profundamente numa idéia de progresso como consequência do bem-estar sustentável do maior número de pessoas do conjunto das sociedades.

Como formar um Clube de Trocas

A experiência de formação de um Clube de Trocas varia conforme a realidade da área de atuação. As situações são diferentes em cada local, devido a cultura, o grau de formação e as diferentes necessidades das pessoas envolvidas. Por isso, podemos dizer que nem tudo que é utilizado em um local funciona no outro, sendo necessário verificar se a estratégia até então utilizada precisa ou não ser alterada. Procuramos adotar procedimentos específicos para cada local, para concretizarmos os nossos objetivos.

Em geral, os primeiros passos são os seguintes:

- 1 - Explicar o que é Clube de trocas e qual é o seu objetivo.
- 2 - Fazer um levantamento das pessoas que podem colaborar de forma direta ou indireta na formação do clube.
- 3 - Fazer um levantamento dos produtos, serviços e saberes que poderão ser levados para a primeira feira.

Mesmo antes das feiras estarem funcionando, o Clube de Trocas pode promover as trocas de produtos e serviços, diretamente por outros produtos e serviços. Em São Paulo, ao iniciarmos a formação do Clube de Trocas, ao mesmo tempo que íamos passando de casa

em casa para apresentar a idéia, fomos promovendo uma divulgação do que cada um sabia fazer. Então, resolvemos criar um “classificados” em que o anunciante autorizava a publicação do seu nome e sua profissão e/ou o que ele sabia fazer. Este material foi deixado nas casas de pessoas que pudessem vir a ser futuros participantes do clube.

Podemos observar um exemplo através deste relato: “Passei na casa do Sr. João que é pedreiro. Depois de explicar o funcionamento do clube, pedi a ele autorização para anunciá-lo junto aos outros futuros sócios do clube. Expliquei que o anúncio que ele estaria divulgando não o forçaria a participar do clube. Esta decisão ele faria depois, quando o clube organizasse a primeira feira. Por aquele momento, seria apenas uma promoção pessoal que estaríamos fazendo junto à comunidade. Depois da casa do Sr. João, foi a vez da casa da Dona Ifigênia, que é costureira. Da mesma forma, a ela foi explicado o funcionamento do clube de trocas e também solicitada a autorização para anunciá-la no “classificados” da comunidade. Já deixamos com ela o anúncio do Sr. João Pedreiro.”

E assim foi feito com mais de 100 pessoas da comunidade. O interessante deste “classificados”, é que muitas pessoas que já se conheciam há tempos na comunidade, na verdade, não sabiam o que aquele morador sabia fazer, nem sua profissão. Este material também serviu para troca e informação de telefones de muitas pessoas que haviam perdido contato já há algum tempo. Assim, aconteceu que antes mesmo do clube realizar a primeira feira, este “classificados” ajudou muitas pessoas a resolverem suas necessidades de consertos ou reformas que estavam paradas.

Algumas dicas para fazer a Primeira Feira

A proposta de formar um Clube de Trocas é altamente atraente. Sempre que apresentamos este modelo, as pessoas que recebem a informação aprovam sua implantação de imediato, mas a teoria está sempre distante da prática. Este talvez seja o maior obstáculo na formação de um clube - A TEORIA . Mas como tirar do papel o que pensamos ser bom para nossas vidas? Quando assumimos o compromisso de montar um clube, orientamos as pessoas interessadas a não fazerem muitas reuniões para discutir como vai ser o clube. É mais indicado que se marque uma primeira feira e trabalhe-se com metas para que um maior número de produtos, serviços e saberes cheguem a este primeiro evento. Se fizermos muitas reuniões, o grupo vai se desgastando e perdendo o entusiasmo.

Para realizar a primeira feira, trabalhamos de uma forma mais prática e informal: “O que você vai levar na feira de trocas?” Vamos relacionando e verificando se os produtos não se repetem, pois precisamos de uma diversidade para promovermos as trocas. Se percebemos que um produto está se repetindo procuramos conversar com alguns futuros sócios sobre a possibilidade de trocar o produto que ele pretendia levar na feira. Esclarecemos que a repetição de produtos impossibilita o fluxo das trocas no dia da feira, pois ninguém vai se interessar em trocar um produto pelo mesmo que já está levando.

Organização Administrativa

Algumas coisas precisam estar prontas antes da primeira feira, entre elas estão:

1. carteirinhas - Cada sócio deve receber uma carteirinha com seu número, que deverá estar pronta previamente, com espaço reservado para preencher o nome no ato da inscrição. Exemplo:

CLUBE DE TROCAS DE FLORIANÓPOLIS

SOCIO No. 001

ANA

2. caderno para cadastramento dos futuros sócios - Neste caderno colocamos, nas primeiras páginas, o termo de abertura do Clube, os princípios éticos do clube e as normas de funcionamento. Todas as folhas devem ser numeradas e em cada uma serão registrados de 4 a 5 sócios, com numeração em ordem crescente. Veja o exemplo:

001 - Nome : Ana

endereço:

Bairro:

Produto, serviço ou saber oferecido no clube:

Bônus distribuído: B\$ 5 série 001 a 006, B\$ 2 série 001 a 005,

B\$ 1 série 001 a 005 e B\$ 0,50 série 001 a 010.

Assinatura: _____

002 - Nome : Jalila

endereço:

Bairro:

Produto, serviço ou saber oferecido no clube:

Bônus distribuído: B\$ 5 série 007 a 012, B\$ 2 série 006 a 010,

B\$ 1 série 006 a 010 e B\$ 0,50 série 011 a 020.

Assinatura: _____

3. bônus - Devemos providenciar que os bônus já estejam separados para serem distribuídos para os sócios que vão comparecer na primeira feira. (Material necessário para confeccionar os bônus: um computador, uma impressora HP, Papel sulfite 40, cartucho de tinta preta, cartucho de tinta colorida.) No exemplo acima, *B\$ 5* quer dizer bônus de valor 5, equivalente a 5 Reais. *Série 001 a 006* quer dizer que estamos distribuindo 6 vales de B\$ 5, se somarmos 6 vales de B\$ 5 teremos a quantia de B\$ 30 bônus. Seguindo o mesmo raciocínio para os bônus de *B\$ 2, série de 001 a 005*, quer dizer : estamos distribuindo 5 vales de B\$ 2, o que soma a quantia de B\$ 10 bônus. Para os bônus de *B\$ 1, série de 001 a 005*, estamos distribuindo 5 vales de B\$ 1 - a quantia é de B\$ 5. E, finalmente, *B\$ 0,50, série de 001 a 010*, o que quer dizer que estamos

distribuindo 10 vales de B\$ 0,50, uma quantia de B\$ 5. Se somarmos todos os bônus distribuídos veremos que o total vai ser de B\$ 50, veja a soma abaixo:

B\$ 5 x 6 vales = B\$ 30

B\$ 2 x 5 vales = B\$ 10

B\$ 1 x 5 vales = B\$ 5

B\$ 1 x 10 vales = B\$ 5

total de bônus distribuído = B\$ 50

Porque distribuimos os 50 bônus para cada sócio a título de empréstimo?

O primeiro motivo é que nem sempre os produtos, serviços e saberes oferecidos por um sócio são necessários ao outro, assim, se este segundo sócio se interessou por algum produto do primeiro, ele poderá utilizar o bônus para facilitar a troca. No caso, o associado oferece o seu produto pelos bônus sem ter que trocar por algo que ele não necessita, e, com os bônus que receber ele poderá procurar o que realmente lhe interessa.

O segundo motivo é que um sócio, quando tem dinheiro, não espera a feira de trocas para gastá-lo. Existem milhões de alternativas fora do Clube de Trocas, que o acabam seduzindo e ele gasta este dinheiro fora do clube. Com o bônus isto não acontece: quem tem bônus só pode gastá-lo no clube.

O que acontece economicamente nestes dois casos?

No primeiro, se tivéssemos 100 sócios e cada um recebesse a quantia de R\$ 50,00 cinquenta reais, e estes sócios gastassem o dinheiro fora do clube, em pouco tempo um clube que iniciou com uma movimentação de R\$ 5.000,00 reais, no final de um mês já não teria quase nada de reais em circulação.

No segundo caso se o clube tem 100 sócios e cada sócio recebe B\$ 50 bônus, no final de um mês o clube continuará com os B\$ 5.000 bônus com que o clube iniciou.

Aqui falamos de caderno, de crachá e bônus; quem vai financiar estas despesas? Este também foi nosso problema inicial que resolvemos da seguinte forma:

Relacionamos abaixo o material mínimo para ser utilizado pelo clube e seu custo em reais:

2 cartolinas = R\$ 1,00

1 caderno = R\$ 5,00

200 crachás = R\$ 20,00

500 folhas de sulfite 40 = R\$ 15,00

1 cartucho HP preto recondicionado em SP = R\$ 30,00

1 cartucho HP colorido recondicionado em SP = R\$ 30,00

total de despesas iniciais = R\$ 101,00

Procuramos uma maneira de financiar as despesas iniciais entre os sócios. Se um sócio financiar a implantação do clube de trocas, após serem confeccionados os bônus, ele

receberá o pagamento em bônus correspondente ao que gastou em reais, ou seja, ele receberá 101 bônus para gastar na feira de trocas. Se 10 sócios financiarem as despesas, o mesmo processo será realizado; ou seja, além dos cinquenta bônus que lhe são emprestados na admissão ao clube, cada sócio que empregou R\$ 10,00 (Dez reais) receberá dez bônus, também para poder gastar no clube.

Estes bônus, que serão distribuídos para pagar o financiamento de implantação do clube deverão ser contabilizados como despesa do clube. Se temos saída de bônus para pagar as despesas do clube, precisamos promover receita para recuperá-los, não deixando o clube com prejuízo. Aqui em São Paulo, nós promovemos durante as feiras, um bingo em bônus. A metade fica com o ganhador e a outra metade fica com o clube para pagar as despesas .

A Primeira Feira.

É necessário chegar antes do início da feira para organizar o espaço físico. Independentemente do local, que pode ser um quintal, uma rua , um galpão, uma escola., precisamos de mesas para expor os produtos durante a feira e cadeiras para as pessoas se sentarem. Na hora em que se inicia a primeira feira, fazemos uma palestra rápida onde informamos às pessoas que elas irão receber cinquenta bônus como empréstimo; que estes bônus são de modelos diferentes e que correspondem, se comparado ao real, a cinquenta reais; que os preços que as pessoas vão colocar em seus produtos deverão observar o valor de mercado.

No modelo escolhido pelo grupo de São Paulo, no verso do bônus cada sócio deve colocar o seu número de sócio quando estiver trocando estes bônus por produtos . O objetivo desta anotação no verso do bônus é criar uma dificuldade para alguma pessoa que queira falsificar os bônus.

Exemplo:

Ana, que e a sócia número 001, quer comprar um blusa de Maria que custa B\$ 20 vinte bônus. Ana precisa, então, colocar em 4 vales de B\$ 5, o seu número no verso do bônus.

Todas as vezes que se faz uma troca, é preciso verificar se o sócio que está levando o produto colocou no verso do bônus o número dele de inscrição no clube, e se o número colocado no verso corresponde com o do seu crachá.

Esclarecemos também aos futuros sócios, que, como se trata de um projeto em fase inicial de implantação, ainda não teremos tudo que precisamos, nas primeiras feiras. É necessário que se tenha paciência para observar, pelo menos, o funcionamento de 3 feiras para tomar alguma decisão sobre a permanência ou não no clube. Caso o sócio queira, no final destas feiras, sair do clube, ele será orientado a devolver os bônus que recebera quando da sua admissão no clube. Se o sócio já tiver gasto os bônus, ele poderá devolver em produtos ou outro valor que permita ao clube ressarcir-se dos bônus gastos por este sócio que deseja sair do clube.

Vejamos o exemplo:

Se temos 10 sócios e distribuimos cinquenta bônus para cada sócio, teremos uma movimentação econômica de quinhentos bônus no clube. Caso um sócio desejar sair do clube, ele deverá devolver os cinquenta bônus, que o clube rasga e joga fora. Então o clube ficará com 9 sócios e 450 bônus em circulação. Se mais um sócio desejar sair, ele deverá fazer o mesmo, ou seja, devolver também os 50 bônus. O clube recebe os bônus, rasga e joga fora. Então, teremos 8 sócios e 400 bônus em circulação. Se 7 sócios resolvem sair do clube, cada um deverá devolver os 50 bônus, e o clube ficará com 1 sócio e 50 bônus de movimentação. Como não existe clube com um sócio, este, que também recebeu os cinquenta bônus, rasga-os e joga fora. Este exemplo permite visualizar que o clube, caso venha a terminar, não provoca o prejuízo de nenhum sócio.

Orientamos ainda aos futuros sócios, que ao ingressar no clube de trocas, eles estarão aceitando os princípios éticos do clube e se comprometendo a participar das feiras de uma forma regular.

Encaminham-se, então, as pessoas para o registro dos novos sócios e a distribuição dos bônus. Antes do sócio assinar o livro de adesão, ele deverá contar se realmente está recebendo os cinquenta bônus, e será orientado a anotar num cartaz de entrada e saída (afixado em local visível), a quantidade de bônus que tem ao entrar na feira. Será informado também que, quando estiver saindo da feira, deverá anotar no mesmo cartaz, a quantidade ainda restante de bônus em seu poder.

CLUBE DE TROCAS DE FLORIANÓPOLIS
FEIRA REALIZADA NO DIA 08/11/1999

LOCAL:

Sócio	Entrada	na Saída	Quantidade de Bônus	na
001		50	80	
002		50	20	
003		50	15	
004		50	48	
005		50	50	
006		50	30	
007		50	64	
008		50	23	
009		50	100	
010		50	70	
	TOTAL	500	500	

Este controle serve para verificarmos se houve alguma falsificação de bônus. No exemplo acima, o clube tem 10 sócios, que multiplicados pelo valor dos 50 bônus distribuídos por cada sócio, revelará um total de 500 bônus. Este total deverá aparecer tanto na entrada como na saída.

Com as pessoas já filiadas e portando seus bônus, orienta-se os sócios a colocarem os preços em seus produtos, serviços e saberes, de uma forma solidária, e, se possível, respeitando os preços utilizados no mercado formal. Mais uma vez informamos que um bônus corresponde a um real.

Liberam-se os sócios para iniciarem as trocas. Durante a feira, muitas pessoas irão apresentar dúvidas que devem ser solucionadas através de bom senso. A única diferença de uma feira de trocas para o mercado formal é que, ao invés de usar dinheiro, os sócios utilizam bônus.

Aproximando-se do final da feira, faz-se uma interrupção para uma pequena reunião. Ninguém negocia mais nada até o final da reunião. Esta é uma prática que realizamos durante todas as feiras de trocas. Paramos as atividades de troca para fazer uma avaliação do que aconteceu durante a feira, orientados pela seguinte questão: - O que você achou da feira? Esta resposta é solicitada de todos os sócios, se possível por escrito.

É recomendado também elaborar um pequeno questionário. O importante, antes do término, é saber se os sócios gostaram do evento, e, criando-se um processo democrático, votar as datas e locais de preferência dos sócios para a realização da feira seguinte. Outra eleição que deverá acontecer é para escolher o nome do clube bem como o sócio que vai coordená-lo por um prazo igual ou inferior a um ano. Este coordenador precisa ser uma pessoa que tenha características de conciliador, pois ele vai enfrentar muitas situações que podem provocar a saída de um sócio. Não é necessário que a pessoa escolhida tenha curso superior. O importante é que esta pessoa seja responsável e que tenha facilidade de se relacionar com todos os sócios. Com estas metas cumpridas pode-se dar por encerrada a feira.

Responsabilidades do coordenador

1. Abrir e fechar as feiras;
2. Nomear auxiliares para confecção, registro e distribuição dos bônus aos novos sócios;
3. Promover arrecadação de bônus, para cobrir as despesas do clube;
4. Recepcionar os novos sócios com uma palestra sobre o que é o clube, seu princípios, seu objetivo e as responsabilidades de cada sócio;
5. Saber que ele não é o dono do clube, e que foi eleito para coordenar as atividades do clube, procurando conciliar os problemas, e, de forma democrática, fazer os sócios discutirem os assuntos do clube;
6. Ter um controle sempre atualizado dos bônus distribuídos para os sócios e das Receitas e Despesas do clube, disponível para consulta dos sócios.

A comunicação

Acreditando que a comunicação é a alma do negócio, aqui em São Paulo, nós criamos um **JORNAL DO CLUBE DE TROCAS**, que na realidade é um boletim informativo, onde contamos as coisas que acontecem no clube. É simples: uma folha de sulfite, com 4 a 5 textos sobre diversos temas ligados à comunidade, política, e decisões do clube. Este informativo serve também de propaganda para as próximas feiras. Seu principal objetivo é manter os sócios atualizados mesmo que eles não compareçam nas feiras.

A distribuição deste jornal é realizada por um sócio que está desempregado. Ele recebe envelopes endereçados com o jornal dentro. Por cada envelope entregue ele receberá B\$ 0,30 trinta centavos. No caso dele entregar 100 envelopes, ele receberá B\$ 30,00 em bônus, podendo utilizá-los nas trocas da próxima feira .

Este jornal não é distribuído somente para sócios do clube, ele também vai para pessoas da comunidade, que mesmo não sendo filiados ao clube de trocas, ficam sabendo das nossas atividades. Existem muitas pessoas que gostariam de participar do clube, mas por já estarem envolvidas em várias atividades na comunidade, elas fazem a opção de participarem somente de algumas feiras. Outro motivo de se mandar o jornal para outros é que existem pessoas que não sabem o que oferecer no clube e através do jornal elas vão acompanhando e descobrindo suas tendências. Há um caso em que o sócio entrou no clube somente depois de seis meses que estava recebendo o jornal. Se uma pessoa que recebe o jornal não for ver como funciona o clube, devemos respeitar seu direito em não querer participar. É compreensivo, nos dias de hoje, desconfiar de projetos novos, cujo funcionamento não conhecemos. Na realidade, para nós, que estamos participando do clube, há uma verdadeira aprendizagem que se dá a cada feira que realizamos. Vamos melhorando e tornando as feiras parte de nossas vidas.

Outras referências mundiais

“Nessa cruzada solidária, não estamos sós. Há processos similares, desenvolvidos até antes mesmo que o da RGT - Rede Global de Trocas, mas especialmente ao longo da última década são mais ou menos convergentes, no mundo inteiro : no México ("La "otra" Bolsa de Valores"), nos Estados Unidos (as «horas» de Ithaca e afins), no Canadá (« LETSystems » de Michael Linton) e as transformações que se produziram na Europa (Inglaterra, Escócia, Noruega, Finlândia, Bélgica, Holanda y França - SELs).

Mas o que não podemos deixar de destacar é que o processo da RGT caracteriza-se por dois traços fundamentais que lhe deram uma extraordinária velocidade de crescimento (de 20 pessoas a 230 mil em quatro anos e meio, na Argentina), talvez responsável pela transformação de quantidade em qualidade:

** o caráter social e permanente das feiras e;*

*** a criação de uma moeda social como substrato da reconstrução do mercado.*

Estamos diante da definição de um novo modelo de desenvolvimento, progresso e qualidade de vida, frente ao qual todos os sistemas são válidos, se o objetivo é melhorar a qualidade de vida dos que não a tem... porque não tem dinheiro. “(Heloísa Primavera)

Concluindo...

“ A Rede Global de Trocas, que já tem mais de 500 clubes e mais de 230.000 pessoas envolvidas de diferentes formas, foi apresentada na Bélgica, Holanda e França, despertando grande interesse por causa de algumas de suas características:

- grande número de participantes;
- grande velocidade de crescimento;
- grande variedade de produtos e serviços intercambiáveis em 100% de moeda complementar;
- grande sociabilidade dos grupos envolvidos.

A explicação seria então que o êxito se deve a que o processo é feito em sua absoluta integridade pelas mesmas pessoas; editam, distribuem, regulam e controlam a moeda as mesmas pessoas que as usam! Em outras palavras, curiosamente, se decide uma privatização radical da produção e controle, deixando com os usuários o monopólio desta moeda que permite fazer - em pequenos grupos - o que o mercado formal não permite.

Uma interpretação adicional, que leva em conta a existência de duas moedas simultâneas, mostra que, na verdade, introduz-se uma certa quantidade de moeda complementar de circulação restrita que permite compensar os desequilíbrios do próprio mercado. ...Trata-se pois, no caso da moeda social, de mudança para uma lógica de reciprocidade, solidariedade e inclusão.

De (re)interpretação em (re)interpretação, em seus quase cinco anos de vida, a Rede Global de Trocas se propôs e vai demonstrando que:

- o dinheiro NÃO é condição de satisfação de nossas necessidades;
- solidariedade e reciprocidade desenvolvidas num grupo de pessoas são capazes de gerar a CONFIANÇA necessária para que qualquer papel substitua o dinheiro nos intercâmbios feitos entre elas. Quando essas condições se dão, é possível privatizar a moeda que utilizamos para essas operações. A essa nova moeda denominamos **moeda social**.
- qualidade de vida tem pouco a ver com quantidade de coisas e muito com a QUALIDADE DAS RELAÇÕES entre as pessoas...

Nossa visão é que o decorrer deste ano 2000 - assombrado com a criatividade e o compromisso dos membros da RGT e agora da REDLASES - Rede Latino Americana de Sócio Economia Solidária e seus aderentes de todas as latitudes - verá a circulação de

uma nova moeda social ao longo e ao largo de todo o continente, desde o Canadá até a Patagônia.

Não se trata (somente) de uma tentativa de ‘remediar’ individual o familiarmente nossa qualidade de vida, mas também de começar a levar igualdade e reparação histórica aos setores mais desprotegidos das sociedades que queiram acoplar-se a este processo de reinventar a vida, reinventado o mercado.

Não estamos construindo um muro de contenção para nossas quebradas economias familiares ou de pequena escala, mas sim os alicerces e as paredes de uma grande catedral que o milênio nos reclama ! Com compromisso. Mas, principalmente, imaginação.”(Heloísa Primavera)

Serviço

No Brasil, já existem 10 clubes:

Todo primeiro domingo de mês, das 14 às 17h, na Rua Valentino Fioravante, 79, Jardim Rubilene, Pedreira, Santo Amaro, SP.

Todo segundo domingo de mês, das 14 às 17h, no Colégio Ayres Neto, na Rua José Flávio Pereira, 173, Parque Dorotéia, Pedreira, Santo Amaro, SP.

Todo terceiro domingo de mês, das 14 às 17h, na Rua Delfin do Prata, 15-A , Jardim Santa Terezinha, Pedreira, Santo Amaro, SP.

No litoral norte de São Paulo, em Ubatuba, há duas feiras por mês: uma na Rua Principal, 120, e outra na Rua Delta, as duas no bairro do Taquaral.

E, no Rio de Janeiro, há tres feira de trocas por mês!

Outros Estados com clubes de trocas funcionando, o local das feiras ainda não tenho: Porto alegre – RS, Florianopolis – SC, Curitiba –PR, Fortaleza – Ce, Espirito Santo, Piauí.

Com clubes em formacao, Minas Gerais e Bahia.

Telefones e e-mail para contatos:

Carlos e Sueli (São Paulo) 5560-3726 e 9341-5202, e-mail Carlos clubedetrocas@ig.com.br

e-mail Heloisa Primavera (Argentina) - heloisaprimavera@infovia.com.ar

Página na Internet do CLUBE DE TROCAS : <http://clubesdetrocas.org>

Nosso site : trocasbr@yahoogrupos.com.br