



Formação de Formadores e Formadoras sobre Comércio Justo e Solidário

Brasília, março de 2011

realização:



Secretaria Nacional
de Economia Solidária

Ministério do
Trabalho e Emprego



parceria:



Faces
do Brasil
POR UM COMÉRCIO
ÉTICO E SOLIDÁRIO

Apresentação

Caras/os formadoras/es, há dois anos o Instituto Marista de Solidariedade (IMS) promove, em parceria com o Fórum Brasileiro de Economia Solidária – FBES e a Secretaria Nacional de Economia Solidária (Senaes/MTE) o Projeto Nacional de Comercialização Solidária (PNCS). Esta iniciativa surgiu a partir da I Conferência Nacional de Economia Solidária (CONAES), em um contexto que colocava entre as prioridades do movimento a consolidação de uma política pública em economia solidária. A problemática da comercialização levou à implementação do referido Projeto como estratégia para consolidar uma política nacional.

Com o objetivo de se tornar espaço de referência, de suporte, de integração e de fortalecimento para a comercialização solidária no país, o projeto foi implementado envolvendo cinco metas. Entre elas o apoio e estruturação do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SCJS). Para a execução dessa meta, o IMS conta com a parceira do Faces do Brasil – Plataforma de Articulação do Comércio Justo e Solidário (CJS). Juntos realizaremos um amplo trabalho envolvendo 150 empreendimentos econômicos solidários (EES), que serão os pioneiros no processo de capacitação e adequação para atendimento aos princípios do SCJS no Brasil.

De acordo com a meta prevista no Projeto Nacional de Comercialização Solidária, a atividade de preparação dos EES para adequação aos princípios e critérios do SCJS envolve a realização de diagnósticos, elaboração de planos de adequação e melhoria, bem como articulação de parceiros, alçando esses empreendimentos à categoria de selo organizacional do Sistema. Tudo isso sempre com o objetivo final de fomentar as relações de produção, comercialização e consumo entre os empreendimentos e entre os próprios consumidores.

O processo de construção do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário está num importante momento de implementação. Após sua institucionalização, com o decreto 7.358, de 17 de novembro de 2010, realizaremos as primeiras ações de construção prática dos mecanismos de funcionamento do mesmo.

Essas ações envolvem o trabalho com os 150 EES, que estão sendo assessorados e, ao mesmo tempo, contribuindo para a criação das referências metodológicas para a modalidade de auto-declaração do selo organizacional do SCJS. A metodologia desenvolvida se beneficia de um processo de construção coletiva iniciado há cerca de 10 anos, no qual fazem parte diversos atores do movimento do comércio justo e solidário do nosso país, que têm se dedicado a trabalhar pela criação de um sistema público brasileiro e estão articulados na Plataforma de CJS – Faces do Brasil.

Destacamos as pesquisas e oficinas para construção e validação de critérios para o CJS, realizadas em 2008 pelo FACES do Brasil, com 25 experiências. Já em 2010, foi iniciado o trabalho com os 10 primeiros EES (dos 150) com oficinas que permitiram aprimorar as estratégias de sensibilização para o tema, os

métodos e instrumentos de apoio para a auto-avaliação dos EES com relação aos princípios do CJS e o planejamento de ações de melhoria e, ao mesmo tempo, contribuíram para a avançar na criação dos procedimentos e mecanismos de funcionamento do Sistema, tudo isso em um processo pedagógico.

A nossa tarefa agora é avançar no aprimoramento desse referencial metodológico e estendê-lo para os 140 EES envolvidos nessa nova etapa, de forma que ao final desse processo consigamos construir, de maneira participativa, um referencial metodológico e uma base social forte para atuar pela implementação do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário.

Vocês, formadoras/es de Comércio Justo e Solidário, serão fundamentais nesse processo, na realização das atividades de campo, na atuação com os empreendimentos e na sistematização dessas atividades. De um lado, buscando garantir que a proposta do SCJS se dissemine entre os EES que fazem parte do movimento de economia solidária brasileiro, trazendo-lhes alguns resultados imediatos, seja de forma limitada ao âmbito das atividades formativas e de assessoria do projeto, seja através de parcerias a serem estabelecidas localmente. E, por outro lado, propiciando que os empreendimentos envolvidos, possam através dessa ação, expressar suas opiniões e dar sua contribuição para que a construção do SCJS reflita efetivamente a realidade brasileira.

Para contribuir com a realização dessa tarefa, essa apostila está dividida em três seções:

- **Seção 1**, que é composta de orientações e materiais diretamente relacionados a realização das oficinas e execução do projeto, e contém:
 - uma proposta detalhada para a organização da oficina;
 - os instrumentos para auto-avaliação e elaboração de planejamento dos grupos de acordo com princípios e critérios do CJS;
 - os instruções para a relatoria e avaliação da oficina.

- **Seção 2**, que é composta de textos para a reflexão sobre o comércio justo e solidário:
 - o primeiro texto é a introdução de uma tese de doutorado na qual o autor aborda a problemática do CJ e propõe suas hipóteses a respeito de como o Brasil adapta à sua realidade as diferentes vertentes do comércio justo internacional, introduzindo o conceito de comércio justo e solidário;
 - o segundo texto, produzido pela equipe do FACES do Brasil, bastante atual, parte da história do movimento do CJS no Brasil e trata das recentes conquistas com relação ao SCJS e dos processos formativos em desenvolvimento para criar as referências metodológicas para sua implementação.

- **Seção 3**, que inclui documentos para informação e consulta: como o Decreto Presidencial do SCJS, a Resolução do CNAES, o Termo de Referência para o SCJS e links e contatos.

Índice

Seção 1: Orientações para o trabalho em campo

Orientações iniciais	4
Planejando o trabalho de campo	7
Instrumentos de Campo	8
Orientações para Relatórios	15

Seção 2: Textos de apoio

O Movimento do Comércio Justo e Solidário no Brasil: Entre a solidariedade e o mercado (Gilberto Mascarenhas)	18
O Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário: do sonho à prática (Fabíola Marono Zerbini, Felipe Pateo e Vanessa Moreira Sígolo)	29

Seção 3: Documentos para consultas

Decreto 7.358, de 17 de Novembro de 2010	36
Resolução do CNAES de 18 de novembro de 2010	40
Links e contatos indicados	41

Seção 1: Orientações para o trabalho em campo

1. Orientações iniciais

O trabalho em campo com os 140 empreendimentos no âmbito da meta 04, relacionada ao SCJS, do Projeto Nacional de Comercialização Solidária tem como objetivos:

- promover espaços de reflexão e debate sobre economia solidária (ES), comércio justo e solidário (CJS) e o Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário - SCJS (avaliar a ênfase conforme o grupo);
- fomentar uma auto-avaliação (diagnóstico) sobre a realidade da inserção comercial do empreendimento no mercado, como subsídio para a análise sobre como o CJS pode contribuir;
- propor uma auto-análise do EES (empreendimento econômico solidário) com relação aos princípios da ES e do CJS e apoiar a elaboração de um Plano de Ações para o CJS, com base nas dificuldades identificadas;
- e convidar o EES para participar da implantação do SCJS.

Nesse sentido, consideramos que a **metodologia** adequada para alcançar esses objetivos deve partir de métodos participativos de construção e apreensão dos conteúdos e conhecimentos propostos, referenciados nos princípios da educação popular, sobretudo em Paulo Freire. As atividades formativas desenvolvidas deverão se basear no diálogo, buscando partir das experiências anteriores dos participantes e dos grupos.

Outro aspecto importante é associar o discurso e a prática na atividade formativa, ou seja, como nos pautamos no princípio da autogestão, busca-se que o espaço de formação seja também de participação, inclusive na definição de priorização de conteúdo e na construção da dinâmica das atividades de formação. A ideia central passa por aproximar o conhecimento abstrato da realidade, para que os participantes possam, a partir da vivência, compreender e se apropriar de conhecimentos para atuar pelo fortalecimento de seus EES.

As atividades formativas com os EES devem se orientar pelo reconhecimento das suas características singulares. Por isso, cada oficina em campo deverá ser planejada, considerando a realidade do grupo, partindo do universo cognitivo de seus participantes, buscando adaptar a linguagem e as estratégias de abordagem dos temas, para que o conteúdo tratado faça sentido no dia a dia do grupo. O trabalho em campo deve ser criado e recriado, a partir das demandas, questões ou limites identificados, pautando-se na valorização da autonomia e autogestão do grupo.

As oficinas são espaços de construção participativa e coletiva de conhecimento, reconhecendo que todo processo de ensino-aprendizagem é uma via de mão dupla. Até porque, juntamente com os espaços de formação, as oficinas possuem o objetivo de propiciar momentos de auto-avaliação, planejamento estratégico do grupo e reflexão sobre a proposta de funcionamento do Sistema Nacional de Comércio

Justo e Solidário - SCJS.

Vejam os então a **programação** sugerida para que o trabalho em campo alcance seus objetivos através da metodologia proposta.

1.1 Proposta de programação do trabalho em campo

Estão planejados três momentos para o trabalho em campo, sendo que o primeiro e o terceiro são presenciais, e o segundo uma atividade acompanhada à distância.

Momento I: Seminário Estadual (Presencial 1)

1º dia: Evento Aberto

Manhã: Formação e Debate sobre Economia Solidária, Comércio Justo Solidário (CJS), Sistema Participativo de Garantias (SPG) e o Sistema de Comércio Justo e Solidário (SCJS).

Sugestões para a Atividade:

- Apresentação dos participantes.
- Apresentação de vídeos sobre economia solidária e CJS.
- Debate: sistematização coletiva dos princípios e características do CJS. Conforme a realidade do grupo, poderão ser utilizadas dinâmicas participativas e apresentação em PPT sobre CJS e o SCJS.
- Propõe-se organizar o evento em parceria com outros projetos (ex. CFES, Brasil Local, Universidade etc.), e envolver parceiros, como por exemplo organizações de finanças solidárias.

Tarde: “Roda Viva” sobre os Princípios do CJS e Encaminhamentos: estratégias estaduais do Fórum para o SCJS.

Sugestão para a Atividade:

- Convidar 4 EES, por exemplo, entre aqueles que já participaram do processo no Projeto Faces

2º dia: Oficina com EES selecionados (3 a 4 pessoas por EES, contemplando os diferentes setores internos)

Manhã: Apresentação e retrato da comercialização por EES.

Sugestões para a Atividade:

- Apresentação dos objetivos da Oficina e estabelecimento de acordos.
- Para o Retrato da Comercialização:
 - Debate com o grupo sobre todos os seus produtos e produção (sugestão: utilizar um roteiro de questões como apoio para conduzir o debate livre, além de destacar os pontos principais em um quadro);
 - Trabalho em grupos sobre os mercados acessados. (sugestão: distribuir tabelas sobre os mercados acessados para preenchimento em grupos)
 - Apresentação dos grupos e debate.

Tarde: Orientações sobre atividade à distância

Apresentação dos instrumentos para auto-avaliação sobre os princípios do CJS e para a construção da FOFA sobre os princípios. Momento para os acordos de compromissos mútuos e do próximo encontro presencial (Momento III).

Sugestão para a atividade:

- Apresentação das Questões de Apoio para Auto-Avaliação sobre os princípios e critérios do CJS e seu objetivo para a auto-avaliação do grupo (destacar que ao final haverá uma avaliação sobre as questões analisadas e sua pertinência para o CJS, com base na realidade do EES).
- Orientação para o trabalho no empreendimento, sobre a importância de que seja o mais participativo possível, envolvendo pessoas de diferentes setores do empreendimento. O debate que poderá se dar em sub-grupos, se necessário, para tratar dos seguintes eixos das Questões de Apoio, e depois socializado e consensuado entre todos:
 - Eixo 1: Gestão e Formação
 - Eixo 2: Segurança, condições de trabalho e integração da cadeia produtiva
 - Eixo 3: Meio Ambiente
 - Eixo 4: Participação de crianças e jovens e relações entre homens e mulheres
- Além de responder as Questões de Apoio, os grupos são solicitados elencar, que serão a base para a construção do FOFA (Fortalezas, Oportunidades, Fragilidade e Ameaças):
 - Pontos fortes: as principais práticas e qualidade que o grupo possui, percebidas após a resposta das perguntas dos eixos;
 - Pontos à melhorar: aspectos em que o grupo poderia estar melhor com relação ao tema do eixo;
 - Ações de melhoria: ações identificadas pelo grupo e que poderão ser postas em prática afim de melhorar os pontos identificados como insuficientes e frágeis.
- Solicitar o envio de um relatório do debate no empreendimento e a lista de presença, e acordar a forma e o prazo para o envio.

Materiais de Apoio para Momento I:

- Lista de presença;
- Kit sobre o SCJS para EES
- Tarjetas com perguntas da tabela de mercados para utilizar com o grupo

Momento II: Auto-avaliação do EES (atividade acompanhada à distância)

Reunião de debate no grupo sobre os princípios do CJS (utilizando as Questões de Apoio para auto-avaliação) e construção do FOFA sobre os princípios do CJS. Monitorar a atividade e orientar para o posterior envio do relato do debate e a lista de presença, antecipadamente ao próximo encontro presencial.

Sugestão para a atividade:

- Recomendamos que neste momento, o formador mantenha o máximo possível de contato com os grupos acompanhados, através de telefonemas e meios virtuais. Recomenda-se também que sejam realizados acordos para que os trabalhos a serem realizados pelos grupos sejam entregues com certa antecedência ao encontro presencial, de forma que o formador possa avaliar e propor

complementos e alterações antes mesmo do segundo encontro presencial.

Momento III: Oficina com os EES (Presencial 2)

Sugerimos que cada estado avalie a duração, de 1 ou 2 dias, e a necessidade de organizar essa 2ª oficina por região ou outros critérios do estado. A proposta é que sejam organizadas com o máximo de 5 EES e com 3 pessoas por EES.

Apresentação da auto-avaliação sobre os princípios do CJS e do FOFA de cada EES e construção de Plano de ações para o CJS (por EES e coletivo), com prioridades e identificando ações que dependem do grupo e ações que envolvem parceiros (identificar quais). Essa atividade poderá envolver a participação de parceiros, a ser planejada em cada estado.

Sugestão para a atividade:

- Cada EES apresenta o relato da atividade realizada e o FOFA construído no grupo.
- Propõe-se criar uma dinâmica participativa para a construção de Planos de Ação por EES e coletivo para o CJS (com responsáveis e prazos)
- Essa atividade deverá ser planejada com base na experiência dos Momentos I e o acompanhamento realizado do Momento II. orientação para a Carta de Auto-declaração para o SCJS, a ser enviada posteriormente pelo grupo para habilitar para o Selo Organizacional.
- Ao final, propõe-se que haja uma avaliação da atividade e o preenchimento da Ficha de Avaliação.

Materiais de Apoio para MOMENTO III

- Kit do SCJS para EES
- Ficha para avaliação da oficina.

2. Planejando o trabalho de campo

Destacamos alguns pontos importantes que devem ser levados em conta quando da preparação e execução da oficina, recomendamos que eles sejam revistos no momento de planejamento de cada oficina:

- É importante que os articuladores se apropriem previamente do máximo de informação possível sobre os EES de seu estado com os quais atuarão (através do cadastro utilizado para a seleção, sites, etc.);
- A reflexão sobre ES e CJS deve ser planejada conforme a realidade dos grupos, variando se estes já tiverem conhecimento e formação sobre os temas, por isso o contato e conversa prévios às oficinas são de fundamental importância para o seu planejamento;
- As oficinas devem ser adaptadas para o contexto dos EESs de cada estado
- Durante todo o processo de debate e auto-análise provocado pela trabalho de campo é importante promover um ambiente de respeito à realidade dos EES, buscando ter sensibilidade às especificidades e contexto dos grupos;

- É recomendável envolver parceiros locais em todo o processo (por exemplo, Incubadoras Universitárias, Ongs, Centros Públicos ou outro parceiro que tenha atuação junto com o EES, e relação com o tema da economia solidária), inclusive no planejamento e organização das oficinas com os EES, se possível. Esses parceiros também poderão contribuir com o desenvolvimento do Plano de Melhoria posteriormente à oficina e outras atividades de apoio a participação do EES na construção do SCJS;
- É fundamental não gerar expectativas nos EES para além do alcance do projeto, deixando claro que a construção do SCJS é coletiva, para a qual estão convidados a contribuir e participar;
- É fundamental garantir a relatoria de todo o processo, podendo contar para isso com a contribuição dos próprios EES, e que esta relatoria seja devolvida ao grupo para servir de subsídio para a auto-declaração do EES para o selo organizacional do SCJS, e também usada nos relatórios do projeto.

3. Instrumentos de campo

3.1 Roteiro de questões sobre o produto: Retrato da comercialização

Questões para o debate:

- a) Quais são os produtos oferecidos pelo empreendimento?
- b) Quais são os produtos mais vendidos?
- c) Existe uma análise sobre o custo/benefício da produção de cada um deles? Quais são os mais e os menos rentáveis?
- d) O grupo sabe construir o preço de seu produto considerando o valor hora de remuneração, a matéria prima e todos os insumos utilizados no processo produtivo?
- e) Os produtos são vendidos com marca própria?
- f) A imagem do grupo produtivo, ou seu saber tradicional, são mostrados no rótulo do produto ou nos materiais de comunicação e marketing do mesmo? Caso positivo, como são feitos os acordos?
- g) O produto já possui certificação de diferencial (orgânico/comércio justo)? Vocês têm conhecimento de algum canal de comercialização que reconheça/exija esse tipo de certificação?
- h) Quais são as maiores dificuldades que o grupo apresenta na produção de seus produtos?
- i) Quais são as maiores vantagens que o grupo apresenta na produção de seus produtos?

Pontos Fortes	Pontos que podem melhorar	Ações de melhoria

- j) Quais os canais de comercialização mais utilizados (feiras, mercados, super mercados, lojas, grupos de consumo, mercado internacional, outros...)?

Tabela para trabalho em grupo sobre mercados: Inserção dos produtos/serviços do EES nos diferentes mercados.

Tipos de mercados	Produtos Mais Vendidos	Como são construídos os preços?	Quais são os outros atores que comercializam nesse mercado?	Se a produção for maior, esse mercado pode comprar mais?
1)				
2)				
3)				
4)				
5)				
6)				
Tipos de mercados	Como o grupo promove seus produtos nesse mercado?	Como são oferecidas informações para os consumidores? E informações sobre o CJS?	O pagamento é: pré-financiamento, a vista, parcelado ou em consignação? São divididos os riscos de perda?	Há contratos de compra e venda regular? Como foram construídos?
1)				
2)				
3)				
4)				
5)				
6)				
Tipos de mercados	Vantagens e oportunidades de cada mercado	Desvantagens e desafios de cada mercado	Ações a serem realizadas	
1)				
2)				

3)			
4)			
5)			
6)			
Considerações Gerais			

Questões de Apoio para auto-avaliação no Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SCJS).

PRÁTICAS DE COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO

Caros trabalhadores e trabalhadoras,

Este questionário possui várias questões sobre o dia a dia do seu grupo, o processo produtivo e os princípios e critérios do Comércio Justo e Solidário (CJS), ou seja, desta forma diferenciada de produzir, comercializar e consumir que o Sistema Nacional de CJS pretende estimular e promover.

Responder o mesmo é uma forma de reflexão e auto-crítica que pode ser aproveitada por todos os participantes do grupo como processo formativo. Assim, não se trata de uma avaliação ou fiscalização, mas de um exercício de pensar coletivo que pode trazer muitos benefícios ao grupo e ao comércio justo e solidário!

Sugerimos que essas questões sejam debatidas e respondidas pelo maior número de pessoas possíveis do empreendimento, envolvendo as diferentes áreas e funções existentes no grupo. Propomos que a partir desse debate, o grupo sistematize os seus pontos fortes, os pontos nos quais o grupo precisa melhorar e para estes destaque ações de melhorias, aproveitando esse momento formativo também como um espaço de planejamento.

Além disso, o debate das Questões de Apoio deverá contribuir para a elaboração do texto de auto-declaração do empreendimento constando seu interesse e compromisso em participar do Sistema Nacional de CJS.

Bons debates!

Eixo I - Gestão e Formação

1. Existem no seu grupo acordos coletivos (tipo estatutos, regulamentos)? Se sim, quais são? Como são construídos?
2. Como se dão as tomadas de decisão do seu grupo? Quem propõe os temas?
3. Com que frequência o grupo se reúne? As reuniões são planejadas e executadas de forma participativa e produtiva? Qual a frequência de participação?
4. Como o grupo se organiza? Em conselho, grupos de trabalho, etc.? (Poderá ser utilizado um desenho da estrutura organizativa do grupo)
5. Com qual frequência ocorrem as eleições, e como ocorre a sucessão (substituição dos cargos de direção)?
6. Como e para quem é feita a prestação de contas do grupo?
7. Existe algum mecanismo de registro e divulgação de resultados de venda, bem como de reuniões estratégicas etc., para todos os integrantes do grupo? E para parceiros?
8. Quais são espaços de formação que o grupo participa? Quais os temas abordados? Já fizeram formação para

autogestão; economia solidária; comércio justo e solidário e consumo responsável?

9. O grupo conhece os Princípios e Critérios do comércio justo e solidário?

10. O grupo participa de alguma rede ou de movimentos sociais? De que forma? As representações nessas redes se dão a partir de decisões coletivas?

11. O empreendimento tem alguma atuação com a comunidade do entorno?

Pontos Fortes	Pontos que podem melhorar	Ações para melhoria

Eixo II – Segurança, Condições de Trabalho e Integração da Cadeia Produtiva

12. A atividade desenvolvida pelo grupo envolve algum risco à saúde do trabalhador ou trabalhadora? Se sim, todos usam os equipamentos de proteção individual (EPI's)? Se não, por quê?

13. O ambiente de trabalho tem boas condições de higiene e segurança?

14. Os grupos que utilizam produtos tóxicos (como adubos e fertilizantes, descolorantes, etc.) sabem dos riscos e dos cuidados que os envolvem? E como lidam com esses riscos?

15. O tema da segurança no trabalho é tratado nas reuniões coletivas no grupo? Há no grupo uma proposta de manutenção e preservação da saúde do trabalhador?

16. Os benefícios conquistados pela legislação trabalhista são todos eles praticados no empreendimento? Em caso negativo, existem acordos coletivos relacionados ao que o grupo entende como benefícios importantes?

17. Quais as formas de remuneração do trabalho? Há diferentes faixas e quais os critérios?

18. A remuneração garante uma vida digna e sustentável (acesso a saúde, moradia, alimentação, segurança, acesso a educação, lazer e cultura)?

19. Os trabalhadores têm condições de pagar o preço final dos seus produtos? Costumam comprar?

20. O grupo já foi penalizado por descumprir algum contrato de venda? O que o grupo acha de contratos de longo

prazo?

21. Quais produtos consumidos pelo EES/CJS são oriundos da própria economia solidária?

22. O preço construído é debatido com seus compradores na hora de estabelecer o preço final? Aliás, o grupo sabe o preço final de seus produtos quando vendidos a intermediários?

Pontos Fortes	Pontos que podem melhorar	Ações de Melhoria

Eixo III - Meio Ambiente

23. O grupo se preocupa com a qualidade ambiental das matérias primas que consome para seu processo produtivo?

24. Que tipo de fonte energética é utilizada no processo produtivo? (para os casos de energia gerada no próprio empreendimento, favor citar o tipo e as razões para tal investimento). O grupo se preocupa em reduzir o uso de energia e em utilizar energias renováveis?

25. Como são destinados os resíduos gerados? Há práticas de reaproveitamento?

26. Vocês possuem algum plano ambiental com dicas que dizem respeito às questões levantadas acima?

27. Vocês conhecem as leis ambientais relacionadas ao seu processo produtivo ou região? Vocês estão de acordo com elas?

28. Vocês fazem algum trabalho de educação ambiental no próprio grupo ou com os consumidores?

29. O produto ou serviço vendido ou produzido tem algum certificado ambiental?

Perguntas específicas para empreendimentos rurais:

30. O grupo produz com semente transgênica? Se sim, informa aos seus clientes e sabe os riscos desse processo produtivo? Se não, sabe de alguma propriedade próxima da sua que utiliza este tipo de semente?

31. O grupo privilegia em seu processo produtivo práticas adequadas de manejo dos recursos naturais, ou mesmo adota a produção agroecológica ou orgânica? Se sim, tem algum certificado nesse sentido?

32. Se é produtor orgânico, o grupo conhece alguma propriedade vizinha que utiliza agrotóxicos ou sistema de pulverização aérea?

Pontos Fortes	Pontos que podem melhorar	Ações de Melhoria

Eixo IV – Participação de Crianças e Jovens e Relações entre Homens e Mulheres

33. Os jovens e as crianças da comunidade participam das atividades produtivas? Se sim, de que forma, e qual a idade deles?

34. Tais jovens e crianças, quando envolvidos nas atividades produtivas, conseguem manter suas atividades na escola e no lazer?

35. Para as atividades que envolvem produtos ou serviços tradicionais, os jovens se interessam pelos mesmos? Tem vontade de seguir a tradição da comunidade ou estão tomando outros caminhos?

36. Como é feita a divisão do trabalho entre homens e mulheres? Os papéis são definidos ou todos exercem as mesmas atividades?

37. Como é a remuneração da mão de obra feminina e masculina: todos ganham o mesmo valor/hora? E todos trabalham a mesma quantidade média de horas? Se não, por que motivo?

38. As decisões do grupo, bem como os cargos de liderança – são ocupados por homens e mulheres? Em que proporção (quantidade de homens e mulheres nas últimas duas gestões)?

39. O grupo possui algum apoio ou estratégia para auxiliar os trabalhadores no cuidado com os filhos, como creches ou escolas?

40. Como o grupo lida com as questões relacionadas ao trabalho doméstico?

41. No caso da produção familiar, homens e mulheres decidem juntos o destino da renda?

Pontos Fortes	Pontos que podem melhorar	Ações de melhoria

Roteiro para carta de adesão:

Corpo: Identificação do grupo – nome, dados, endereço, CNPJ se tiver.

Declaração de participação no Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário.

- Quem se declara – grupo, objetivo dele ou o que são e fazem.
- O que fica sobre CJ e porque o grupo quer estar no sistema.
- Como são praticados os critérios do Sistema dentro do grupo.
- Como vai planejar e se compromete com as adequações.
- Paralelo – Uma lista de adequações levantadas na oficina e pessoas responsáveis e data prevista para adequação.
- No final fecha seu pedido de adesão e tira uma pessoa do grupo que será o coordenador das ações e contato com o formador estadual no primeiro momento, ou com o Conselho Gestor do Sistema, para avaliar e prestar contas das adequações e andamentos.

Fechamento da carta.

Os participantes da oficina são os responsáveis por levar o compromisso coletivo para o grupo refletir.

4. Orientações para Relatórios

Planejou-se a entrega de 5 relatórios:

4.1 Relatório de planejamento do Momento I, que deve conter:

- a) previsão de gastos;
- b) listagem de parceiros contatados para participação na oficina;
- c) proposta de programação e organização da oficina nas datas e horários propostos (com previsão do número de participantes por empreendimento).

4.2 Relatório analítico descritivo do Momento I, que deve conter:

- a) listas de presença;
- b) relato do Seminário e da oficina, incluindo as informações obtidas no Retrato da Comercialização de cada EES;
- c) fichas de avaliação preenchidas;

4.3 Relatório de planejamento do Momento III e do acompanhando da atividade à distância (Momento II), que deve conter:

- a) previsão de gastos;
- b) listagem de parceiros contatados para participação na oficina;
- c) proposta de programação e organização da oficina nas datas e horários propostos (com previsão do número de participantes por empreendimento);
- d) relato das dificuldades e avanços ocorridos com relação a atividade de auto-avaliação do grupo (Momento II).

4.4 Relatório analítico descritivo do Momento III, que deve conter:

- a) listas de presença;
- b) relato da oficina, incluindo as informações obtidas no Auto-avaliação e no FOFA de cada EES sobre CJS, e sobre os Planos de Ações para o CJS construídos.
- c) fichas de avaliação preenchidas.

4.5 Sugestões gerais para os relatórios:

- a) para cada uma das etapas:
 - I. descrição dos procedimentos adotados;
 - II. impressão sobre a participação do grupo;
 - III. impressão sobre a qualidade do debate e dos instrumentos utilizados.
- b) específico por etapa:
 - I. *Retrato da Comercialização:* Na sua opinião, qual era a percepção do grupo sobre suas estratégias de comercialização e sua relação com o comércio justo antes da oficina? Quais impactos positivos puderam ser percebidos? Impressões sobre como o sistema nacional de comércio justo e solidário pode ajudar a desenvolver a comercialização do grupo?
 - II. *Formação sobre CJS:* Impressões sobre a receptividade do grupo a proposta do Comércio Justo e Solidário.
 - III. *Auto-avaliação do EES sobre os princípios do CJS:* Na sua opinião qual era a percepção que os grupos tinha sobre os princípios do comércio justo e solidário (quais são e a sua aplicação prática na realidade do grupo) antes da oficina? Você acha que os grupos perceberam as aplicações práticas dos princípios ao longo da oficina? Impressões sobre o nível de aprofundamento e sinceridade do debate (foram debatidos temas polêmicos? O grupo realmente olhou para si mesmo a partir das questões?). Percepção do mediador sobre a adequação ou não do grupo aos princípios e critérios do comércio justo. Construção do FOFA e do Planos de Ações para o CJS: Impressões sobre a

construção dos Planos de Ações: como foi feito o processo de construção? O grupo conseguiu planejar como o plano será aplicado?

4.6 Relatório estadual final

O relatório estadual final deve englobar os mesmos tópicos do relatório de cada oficina (gerais e por etapa), porém apresentando um panorama geral da realidade dos empreendimentos que participaram do projeto no seu Estado (podendo usar análises comparativas). Recomenda-se ainda enfatizar as potencialidades e desafios da construção do SCJS no seu estado.

Seção 2 – Textos de apoio

1. Do Comércio Justo ao Comércio Justo e Solidário - Introdução da Tese: O Movimento do Comércio Justo e Solidário no Brasil: Entre a Solidariedade e o Mercado (Gilberto Mascarenhas)¹

As Assimetrias no Comércio Norte-Sul

Com o processo de globalização da economia, ficam mais evidentes as relações de troca desfavoráveis aos países do Sul, no que se refere ao comércio de mercadorias agrícolas, de bens com menor nível de elaboração ou mais intensivos em recursos naturais e mão-de-obra, em contraposição a produtos e serviços do Norte. A redução dos termos de troca no comércio Norte-Sul se potencializa pela perda de importância relativa das matérias-primas e commodities exportadas pelos países do Sul em comparação a produtos com maior aporte de tecnologia, capital e serviços, provenientes do Norte. Os fatores que incrementam essa debilidade decorrem da tendência histórica de queda de preços das commodities, seja em função de problemas estruturais, refletidos no crescimento da oferta exportável no Sul, superior ao consumo nos países importadores, como pela baixa elasticidade-renda da demanda por esses produtos nos países do Norte.

Além disso, mesmo em países do Sul onde as condições tecnológicas e a infra-estrutura existente possibilitam a exportação dessas matérias-primas com maior nível de elaboração, políticas comerciais protecionistas de setores primários e agroindustriais menos eficientes no Norte impõem tarifas que restringem o livre comércio de mercadorias. Essa situação cristaliza um status quo no qual o comércio internacional, contrariamente ao que era esperado pelos economistas neoclássicos, aprofunda o distanciamento entre os países ricos e pobres, reduz o bem-estar dos consumidores e cria desvios de mercado, independentemente de vantagens comparativas e competitivas existentes.

Os programas de ajuda e de financiamento aos países pobres sob as diretrizes das instituições de Bretton Woods provocaram, na maioria dos casos, situações de dependência, elevação do endividamento externo e efeitos danosos ao ambiente, principalmente em atividades ligadas à exploração dos recursos naturais. No âmbito dos países destinatários, muitos desses programas contribuíram para o aumento da concentração de renda e priorizaram regiões, setores e atividades com maior potencial de retorno econômico. O caráter impositivo e homogêneo das medidas, sem levar em conta as especificidades de cada país e o perfil político-estratégico que muitas delas assumiram, como uma contrapartida contra a “ameaça” do bloco socialista, não encontrou, nos países do Sul, as mesmas condições tecnológicas que permitiram a recuperação dos países europeus combatidos após a segunda Guerra Mundial.

Tais programas contribuíram para intensificar os superávits da oferta, em decorrência da obrigatoriedade de se

¹ A tese completa com as referências pode ser acessada em http://www.facesdobrasil.org.br/midioteca/cat_view/902-comercio-justo-no-brasil/909-dissertacoes-e-teses.html

gerar divisas com a exportação de commodities para o atendimento dos compromissos das dívidas externas, muitas vezes com prejuízos para as metas domésticas de segurança alimentar. Mesmo iniciativas mais recentes desses programas, voltadas para a diversificação da produção nos países do Sul, não obtiveram os resultados desejados, seja pela falta de estudos mais aprofundados em relação às demandas de tecnologias alternativas (evitando-se problemas ambientais e sociais) ou pela sua baixa viabilidade econômica e insuficiência de mercados domésticos para o escoamento da produção. No âmbito do mercado externo, a exportação desses novos produtos tem sido dificultada, mesmo na condição de matérias-primas, pela concorrência com produtos similares das economias do Norte, pesadamente subsidiados.

O Comércio Alternativo Norte-Sul: as ATOs e o Comércio Justo

O fracasso desses programas e o aprofundamento das diferenças entre Norte e Sul foram sentidos, principalmente por países europeus, com relação às suas ex-colônias (CANTOS, 1999). Nesse sentido, diversas iniciativas da sociedade civil e de governos do Norte buscaram amenizar o quadro desfavorável percebido com relação à debilidade econômica e ao empobrecimento das nações do Sul, a partir da constatação de que nem os programas de ajuda nem o comércio internacional foram suficientes para solucionar tais problemas. Assim, a partir da década de 50, diversas organizações procuraram, através do comércio de produtos entre o Sul e o Norte em bases mais equitativas, atender em parte essas deficiências. Essas entidades constituem o que se convencionou chamar de Organizações de Comércio Alternativo. Muitas delas surgiram com motivação caridosa, política, ou mesmo com objetivos sociais e éticos, tendo como finalidade principal ajudar povos menos favorecidos ou em situações de crise.

Gradualmente, muitas dessas instituições apoiadas por consumidores deixaram de lado o aspecto assistencialista de suas ações e passaram a buscar, através de uma nova forma de comércio, uma saída para os desequilíbrios no comércio Norte-Sul, tendo como base não apenas o valor de mercado dos produtos, mas também os atributos ligados a processos produção socialmente corretos e ambientalmente adequados. Tais atributos refletiram-se em preços diferenciados, visando remunerar de forma mais adequada o trabalho humano. Esse comércio, seus produtos e processos de produção passaram a incorporar, gradualmente, convenções culturais da humanidade, como os princípios da Organização Internacional do Trabalho, a Carta dos Direitos Humanos e, posteriormente, as dimensões do desenvolvimento sustentável.

Embora as ATOs desenvolvessem trabalhos pontuais em diversos continentes, o crescimento do número dessas organizações nos últimos anos estabeleceu os contornos de um movimento social, de base voluntária e motivações altruísticas, mais comumente denominado de Comércio Justo ou fairtrade. Esse movimento se cristalizou, nos últimos 20 anos, em organizações de certificação de produtos, importadores, lojas dedicadas e mecanismos de comercialização, com incentivos para o desenvolvimento de comunidades de pequenos produtores e trabalhadores no Sul e preços diferenciados para os produtos (RANSON, 2001).

Além das estratégias comerciais, as organizações do Comércio Justo também passaram a atuar em campanhas, denúncias de práticas comerciais abusivas (*advocacy*), grupos de pressão e estratégias visando modificar as relações comerciais entre Norte e Sul. Consoante com esses propósitos, o movimento do Comércio Justo, nos

últimos anos, passou a se constituir num dos principais padrões de referência na busca de equidade nas relações de troca internacionais, em contraposição ao comércio tradicional. Empresas privadas, governos, instituições multilaterais de comércio e ONGs procuram incorporar nas suas ações, em diversos graus de adesão, princípios de equidade social e coerência ambiental defendidos pelo movimento do Comércio Justo e pelas convenções internacionais voltadas para os direitos humanos, o trabalho e o meio ambiente.

A Trajetória do Movimento: da Solidariedade ao Mercado

O aparecimento de formas voluntárias de ação coletiva (como o Comércio Justo) é atribuído, por Melucci (2001), às crises do estado de bem estar social (welfare state) que punham a descoberto um crescente nível de desigualdade. Essas crises envolveram não apenas uma parte da população nos países do Norte (principalmente as minorias) como também uma grande parcela da população mundial situada nos países do Sul. Para d'Orfeuil (2002, p. 45), os movimentos sociais voluntários tiveram raízes mais antigas:

Pode-se reconhecer aos liberais do final do século XVIII o fato de terem desejado combater a miséria de sua época. Diante do absolutismo do poder real, seu combate pelo liberalismo econômico era também um combate político pelas liberdades individuais. Mas pudemos constatar, nos últimos dois séculos, que um erro (de monta) se revelara na demonstração dos pais do pensamento liberal e que este tinha dificuldade para corrigi-lo. Não, decididamente, a busca de cada indivíduo por seu interesse pessoal não leva naturalmente à promoção do interesse coletivo. Ela não produz, necessariamente, o que se chama de interesse geral.

Em termos de motivação para a ação, diversos autores situam os primórdios do movimento de Comércio Justo nas tentativas de ajuda cristã. Segundo Tallontire (2000), as iniciativas mais visíveis de Comércio Justo datam da década de 50, quando as ATOs procuravam, através do comércio, ajudar produtores empobrecidos em todo o mundo. Para essa autora, o Comércio Justo transformou-se, de uma atividade que compreendia um grupo desarticulado de ações voltadas à solidariedade nos anos iniciais, para um movimento social que, em sintonia com o mundo contemporâneo, passou a incorporar demandas culturais e atuar através do mercado.

Segundo Bowen (2001), a preocupação quanto ao estabelecimento de relações comerciais mais eqüitativas entre produtores do Sul e consumidores do Norte data da década de 1940, com as primeiras iniciativas na América do Norte, onde os EUA, através da iniciativa da organização Ten Thousand Villages, procuraram desenvolver fluxos de comércio com populações mais pobres do Sul. Já na Europa, elas teriam ocorrido na década de 1950, quando o diretor da OXFAM visitou Hong Kong e teve a idéia de vender artesanatos de refugiados chineses em suas lojas no Reino Unido. A partir de 1964, várias iniciativas de Comércio Justo ocorreram em países da Europa, e o movimento se expandiu de forma contínua.

A partir da década de 70 um grande número de pontos de venda de produtos do Comércio Justo se estabeleceu na Europa. Em 1994 foi criada uma rede denominada Network of European World Shops (NEWS), com mais de 2700 lojas, pertencentes a 15 associações nacionais em 13 países europeus. Em 1989 estabeleceu-se a IFAT (Associação Internacional para o Comércio Justo), incluindo organizações européias, africanas, asiáticas, australianas e das Américas do Sul e Norte. Até a segunda metade da década de 80, os produtos do Comércio Justo eram vendidos em lojas dedicadas, as chamadas Lojas do Mundo (World Shops), passando, no final da

década, a ser também distribuídos em canais convencionais (atacadistas e varejistas) e no mercado institucional. Isso ocorreu através da criação de um selo de Comércio Justo denominado Max Havelaar, em 1988, na Holanda. A partir dessa iniciativa, diversas outras instituições visando certificação dos produtos começaram a aparecer, como a Transfair International e a Fair Trade Foundation, entre outras². Desde abril de 1997 todos os selos de Comércio Justo passaram a ser coordenados pela FLO (International Fairtrade Labelling Organisation), organização que passou a determinar as diretrizes de certificação para o Comércio Justo selado em todo o mundo. Com a unificação de diversas iniciativas nacionais sob esse selo, foram definidos critérios básicos para o enquadramento de entidades de produtores, empresas e importadores participantes do movimento³.

A certificação possibilitou um alargamento do mercado para os produtos do Comércio Justo, que passaram a ser comercializados nos mercados de massa, em grandes redes de varejo da Europa⁴, onde tais produtos são comercializados em cerca de 64.800 pontos de venda e as receitas anuais superam 300 milhões de euros. Para alguns deles, a linha de Comércio Justo obteve uma boa penetração mercadológica, como foi o caso das bananas com uma parcela de mercado (market share) de 15% na Suíça, e o café, que na Áustria representa até 70%. Apesar da expansão do movimento do Comércio Justo nos últimos anos, se considerados os resultados apenas pelas cifras relativas ao comércio de mercadorias, ele ainda se constitui num mercado de nicho, absorvendo apenas 0,02% de todo o comércio internacional (BOWEN, 2001). A atuação no mercado constitui a principal forma de objetivação da proposta do Comércio Justo, embora ela seja parte de um leque de iniciativas cujo objetivo é a mudança das regras do mercado internacional entre países do Norte e do Sul, configurando um movimento social de base altruística.

Objetivos e Princípios do Movimento

Longe de representar um movimento homogêneo, o Comércio Justo tem assumido diversas formas de atuação, o que fez com que sua definição fosse variável até o início do século XXI. Em outubro de 2001, um grupo de organizações ligadas ao Comércio Justo, sob a denominação de FINE⁵, estabeleceu uma definição que foi aceita por todos os integrantes dessa plataforma. Segundo essa definição:

Comércio justo é uma parceria de mercado, baseada no diálogo, transparência e respeito, que busca a equidade no mercado internacional. Sua contribuição ao desenvolvimento sustentável se dá através do oferecimento de melhores condições de comercialização e garantia dos direitos de produtores e trabalhadores marginalizados, especialmente os do Sul (FLO, 2002, p.2).

Além da definição do movimento, os atores ligados ao FINE também chegaram a um consenso em relação a uma orientação estratégica e a um grupo de princípios que são referenciais para todos os atores do movimento. A orientação estratégica define os três principais objetivos do movimento:

² Dados do final de 2006 apontam para um crescimento recorde dessas estruturas e mostram que a cadeia certificada do Comércio Justo era responsável por mais de 80% do valor das vendas do varejo na Europa.

³ É preciso observar que os critérios da FLO não se aplicam integralmente a uma outra corrente do Comércio Justo, dita alternativa ou voltada para lojas dedicadas, que entre outras coisas, não exige a certificação dos produtos e têm critérios diferenciados com relação aos seus credenciados do Sul ou aos processos de produção.

⁴ Esse fato até hoje constitui um dos principais pontos de discórdia entre as duas principais correntes do movimento, como se verá adiante.

⁵ FINE é uma organização guarda-chuva que representa os pontos de convergência de quatro principais atores do Comércio Justo na Europa, cujas iniciais formaram seu nome: FLO, IFAT, NEWS e EFTA.

1. Ter como público prioritário trabalhadores e produtores marginalizados, buscando desenvolver sua segurança e auto-suficiência.
2. Empoderar produtores e trabalhadores como stakeholders em suas organizações
3. Lutar por maior equidade no comércio internacional

Os princípios a serem seguidos por todas as organizações ligadas ao movimento são os seguintes:

- Ter um compromisso central com o movimento.
- Apoiar financeira, técnica e organizacionalmente os produtores.
- Participar de campanhas de conscientização no Norte e no Sul.
- Fazer campanhas para mudanças nas regras e práticas do comércio internacional

Na parceria com as organizações de produtores, o movimento pretende:

- Desenvolver uma parceria comercial: praticar o respeito mútuo preservando culturas; transparência e accountability; dar informações para acesso a mercados; ter uma comunicação aberta e construtiva; facilitar o diálogo e arbitragem na resolução dos conflitos; melhorar as condições comerciais; pagar um preço justo; financiar a colheita e promover relações comerciais de longo prazo .
- Na área de direitos humanos: assegurar direitos de trabalhadores e produtores; possibilitar uma remuneração justa e boas condições de trabalho; cumprir leis nacionais e manter os direitos humanos de acordo com a ONU; assegurar que os padrões de trabalho da OIT sejam cumpridos; proibir o trabalho forçado; e promover o direito de organização e negociação coletivas; remunerar de forma igualitária o trabalho de homens e mulheres; evitar, no acesso ao trabalho, discriminação de raça, cor, sexo, religião, política; proibição do trabalho infantil.
- Promover o desenvolvimento sustentável das organizações de produtores: fortalecer as organizações de pequenos produtores, bem como o direito de participação nas decisões de produtores e trabalhadores; financiar a capacitação e o desenvolvimento de recursos humanos, especialmente mulheres; encorajar ativamente melhores práticas ambientais e métodos responsáveis de produção.

Esses princípios estão em sintonia com as principais convenções culturais da humanidade, seja em relação aos direitos humanos da ONU, ou às convenções da OIT e, além disso, critérios ambientais também vêm sendo crescentemente incorporados.

As Tensões do Comércio Justo: Entre Movimento e Mercado

Apesar de sua evolução e da sintonia com as demandas culturais da sociedade contemporânea, o movimento do Comércio Justo enfrenta vários desafios no que concerne à implantação de seus princípios, decorrentes de sua dupla função de atuar dentro e contra o mercado (RENARD, 2004). Um dos maiores desafios é a necessidade de inclusão de um maior número de produtores e trabalhadores como beneficiários de suas ações, já que o número de produtores do Sul envolvidos é ainda pequeno para atender aos objetivos de uma mudança significativa.

Nesse contexto, o movimento defronta-se com a necessidade de elevar sua parcela de mercado e, ao mesmo

tempo, preservar seus objetivos originais, no que se refere à manutenção de relações comerciais eqüitativas, voltadas para processos de produção socialmente adequados e assegurando aos produtores um preço que remunere seu trabalho e promova maior sustentabilidade na atividade que executam. Isso coloca em confronto, de um lado, o Comércio Justo, caracterizado por uma demanda limitada que deixa de fora a quase totalidade dos pequenos produtores rurais e, de outro, um mercado mainstream poderoso e sedimentado, onde a maioria dos agentes visa o lucro e trabalha sob uma ótica de mercado determinada pelo jogo da oferta e da demanda. Para fazer frente a tais desafios, algumas mudanças na forma de organização do movimento têm ocorrido como suas alianças com outros movimentos, o seu reconhecimento (mesmo que parcial) a outras iniciativas, como as ligadas ao comércio ético, a venda de produtos certificados em cadeias de supermercados e, finalmente, a coalizão com outros movimentos visando mudanças no comércio internacional.

Segundo o Comitê Católico contra a Fome e pelo Desenvolvimento-CCFD (CCFD, 2000), tais iniciativas⁶ têm como objetivo inserir os princípios do Comércio Justo no mercado convencional através de atos de negociação e lobbying, a criação de um mercado alternativo e a utilização dos canais convencionais do mercado mainstream para venda dos produtos do Comércio Justo. Na área de expansão do Comércio Justo existem dois enfoques principais, segundo o CCFD (ibidem, p. 1):

1. Uma via “reformista”: que trata de intervir no coração do sistema para fazer evoluir as regras atuais das trocas mundiais; e 2. uma via alternativa, através da qual os atores promovem, dentro de um espaço mais ou menos protegido, as inovações alternativas à economia dominante.

O enfoque “reformista” defende a necessidade de que os atores tradicionais do comércio internacional (mainstream market) adotem critérios favoráveis aos pequenos produtores no sentido de promover um comércio Norte-Sul mais justo. Ele se opõe ao credo do livre comércio, pois defende que o “livre” jogo entre oferta e demanda não leva ao aumento do bem-estar, pendendo para o lado dos mais fortes, o que demanda a necessidade de regulação (CCFD, 2000). Entretanto, postula que apenas os cidadãos devem assegurar este equilíbrio, através de movimentos que levem a posicionamentos de contra-poder (resistência) e por forças de propostas (lobbying) contra as decisões de organismos econômicos internacionais. Um outro posicionamento é o de resgatar o papel dos consumidores tornando- os elementos ativos – “consumatores” – através do poder político do ato de consumo consciente e engajado.

Os enfoques “reformistas” atuam em três frentes principais:

- informam sobre os acordos comerciais e pressionam as instituições multilaterais que regem o comércio internacional;
- introduzem a ética no comércio, pressionando as empresas da grande distribuição (varejo) a introduzir critérios relativos à melhoria das condições de trabalho dos produtores e assegurar um controle social por parte dos consumidores; é o exemplo das campanhas “ética na etiqueta” deflagradas no continente europeu e a definição de selos sociais, através de códigos de conduta, a exemplo do SA 8000, que estabelece um padrão ético de atuação de empresas que desejam enquadrar-se na categoria de socialmente responsáveis; é também o caso de

⁶ São comuns desde negociações, manifestações públicas, divulgação, até denúncias e boicotes a empresas e marcas.

redes de varejo e manufaturas que adotam códigos de conduta visando atender tanto os fornecedores e trabalhadores como os consumidores;

- procuram introduzir no sistema clássico de comércio (seja grandes supermercados ou lojas não dedicadas) produtos do Comércio Justo identificados por selos próprios e decorrentes de sistemas de certificação.

Já os atores de Comércio Justo que defendem o enfoque “alternativo” buscam criar um espaço próprio, através de pontos de venda específicos para a comercialização dos produtos e de uma clientela fiel. Além das características ligadas a pontos de venda próprios, essa corrente busca a mudança da base atual que rege as atividades comerciais, incorporando princípios de solidariedade, apoio ao desenvolvimento dos países do Sul e educação para o consumo consciente. Nesse caso, além dos produtos tradicionais incluídos no Comércio Justo, essas lojas procuram comercializar artigos étnicos, artesanatos e outros produtos tropicais. Essa corrente também atua no nível local, desenvolvendo espaços de comercialização para contrabalançar a situação de produtores que sofrem a concorrência internacional, a qual induz preços baixos para seus produtos. Fazem parte dessas iniciativas as lojas dedicadas a produtos étnicos, lojas de instituições de ajuda cristã, algumas iniciativas nacionais com selo próprio e lojas dedicadas, e várias organizações não-governamentais (ONGs).

Entretanto, a flexibilização dos princípios para atender às novas demandas de empresas, do mercado convencional ou para adaptar-se a diferentes contextos culturais é um campo delicado para o movimento. Uma radicalização em torno da defesa da integridade dos princípios originais ou da construção de formas de atuação que não se coadunem com mecanismos voltados para o mercado (como no caso de cadeias de loja específicas) pode significar a perda de espaços ou a incorporação apenas parcial ou cosmética no comércio mainstream.

Tais negociações poderiam também resultar em estratégias de “mudar para não mudar”, isto é, uma espécie de “conversão conservadora” por parte dos agentes do mercado convencional, que aproveitariam a confusão de selos e o atendimento apenas parcial de códigos de conduta para aumentarem sua parcela de mercado, reputação e lucros, diluindo os princípios do movimento.

A radicalização na obediência aos princípios originais (muitas vezes decorrentes de outras culturas) sem sua adaptação aos diferentes contextos culturais e econômicos de cada país também pode se constituir em obstáculos à ampliação do movimento, bem como erigir barreiras artificiais à importação dos produtos pelo Norte. Isso acarretaria prejuízos para os produtores do Sul, e acabaria realimentando a manutenção do padrão de comércio convencional. No âmbito dos países do Sul, principais alvos do movimento, a flexibilização desses princípios e a sua permeabilização a contextos locais tornam-se imperativos para a disseminação do movimento em escala mais global, tanto no Norte como no Sul, e abrem uma perspectiva de inovação e maior legitimidade.

O efeito demonstração do movimento em escala internacional e a necessidade de adaptação do modelo a contextos do Sul têm resultado na discussão e implantação de iniciativas de Comércio Justo também nesses países.

A Nova Frente do Movimento: O Comércio Justo nos Países do Sul

Um movimento que crescentemente vem sendo alvo de discussão e implementação em alguns países do Sul é o Comércio Justo Sul-Sul, ou iniciativas de Comércio Justo nacionais, visando o mercado doméstico. A implantação de iniciativas de Comércio Justo nos países do Sul pode representar um caminho importante no sentido de alargar o mercado para os produtos já comercializados no sistema Norte-Sul, a inclusão de novos produtos que não são consumidos nos mercados do Norte e, principalmente, favorecer uma maior autonomia econômica e o desenvolvimento em bases locais (LAFORGA, 2004). Nesse sentido, diversas iniciativas estão sendo implantadas ou adaptadas na América Latina, Ásia e África. No México foi criado um selo específico “Comércio Justo México”, que já tem certificação local e, através do qual, uma pequena parte dos produtos é comercializada no país, sendo que atualmente esse selo faz parte das iniciativas sob a organização da FLO.

Na visão dos atores do Sul, dentre os motivos que estão na base desses movimentos e iniciativas, estão os seguintes:

- o pequeno nicho de mercado em relação à totalidade da produção familiar nos países do Sul - isso leva a uma seletividade maior das iniciativas de produção familiar em termos de elegibilidade para associação ao movimento mostrando-se, dessa forma, excludente;
- as baixas escalas de oferta de produtos de organizações do Sul no contexto de um mercado de exportação - mesmo no âmbito de uma cooperativa ou associação, demandando elevados custos de transferência, de organização e de exportação;
- os possíveis efeitos de enclave - nesse caso, o isolamento principal ocorreria na constituição de “ilhas” de produção sem quaisquer interligações comerciais com as economias regionais, voltando-se exclusivamente para o mercado externo, em função do sobre-preço do Comércio Justo ou de atendimento a contratos;
- a exclusão do consumidor regional ou doméstico - em função de uma menor capacidade de compra desses atores vis-a-vis consumidores externos ou economicamente mais poderosos;
- uma tendência a priorizar a exportação de um determinado produto – o que indiretamente incentiva a monocultura, traz riscos de mercado e atua na direção contrária à sazonalidade da oferta agrícola.
- a baixa clareza do movimento com relação às estratégias de sobre-preço – isso dificulta o entendimento do grau com que esses preços estariam remunerando adequadamente os recursos naturais, o trabalho e as vantagens intangíveis decorrentes dos processos de produção;
- o baixo grau de transparência e comunicação dos atores do Norte em relação aos produtores – o que tem reduzido o alcance de experiências que, mesmo bem sucedidas numa etapa inicial, não conseguem ir adiante por deficiência de informações;
- a pequena participação dos produtores nas decisões da FLO e de outros órgãos de representação do movimento – o que tem levado à formação de facções e de frentes organizadas visando à conquista desses espaços;
- a possibilidade de a médio ou longo prazo ocorrer redução dos sobre-preços - (horizonte pós-contrato) o que inviabilizaria muitos investimentos familiares ou comunitários (atuais ou futuros);
- as indefinições - quanto ao alargamento do mercado nos próximos anos e, portanto, a dificuldade para incluir novos produtores;
- o protecionismo comercial - de base econômica, tecnológica ou de saúde por parte dos países do Norte;
- uma possível reação - de produtores dos países do Norte ao crescimento das importações de produtos

similares;

- os custos de certificação e de controle – o elevado custo da certificação para organizações de produtores com baixo poder econômico funciona como barreira à sua entrada no movimento; o posicionamento dos produtores do Sul é por processos de certificação alternativos desenvolvidos nas regiões de produção dos países do Sul;
- a falta de territorialização das ações – um movimento, conduzido pelos produtores do Sul e que a cada dia se expande, sendo referente à necessidade de que o Comércio Justo assuma também um caráter Sul-Sul, ou seja, que os processos de produção e comercialização, além de terem como referencial os mercados do Norte, incorporem a cada dia o conceito de território e a necessidade de se criar um maior vínculo entre produtores e consumidores no mercado doméstico, evitando-se a dependência em relação ao Norte como única fonte de comércio a preços justos.

O Movimento do Comércio Justo e Solidário no Brasil

A necessidade de adaptação e flexibilização de diretrizes e formas de atuação do movimento do Comércio Justo para potencializar suas ações nos países do Sul também pressupõe a necessidade da incorporação de experiências locais em comércio alternativo ou a negociação com movimentos similares visando sinergias e coalizões. Diversas iniciativas existentes no Brasil, ligadas a sistemas de produção alternativos (agricultura orgânica, agroecologia) e comercialização solidária (lojas alternativas, pontos de venda da Economia Solidária e de organizações sindicais, cooperativas de produtores) vêm há muito tempo exercitando sistemas de produção e comercialização que não fogem muito das linhas de Comércio Justo. Há inclusive uma iniciativa que inovou com a proposta de um sistema de garantia participativo, a Rede Ecovida. Essa organização, como outras de diversas regiões brasileiras, já vem implementando práticas de Comércio Justo e consumo solidário voltados para processos de produção socialmente justos e baseados na agroecologia, associativismo e cooperativismo. O movimento da Economia Solidária e algumas redes que visam o desenvolvimento de formas de Comércio Justo, finanças solidárias e desenvolvimento local também vêm contribuindo para a discussão e implementação princípios do Comércio Justo a serem aplicados no País.

Apesar dessas iniciativas e da atuação de algumas organizações de produtores no Comércio Justo Norte-Sul no País, uma plataforma voltada para a implantação do movimento do Comércio Justo em base nacionais surgiu apenas em 2001, com a constituição do Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário no Brasil (FACES do Brasil). Esse Fórum tem realizado diversas reuniões e participado de iniciativas mistas, governamentais e empresariais com o objetivo de lançar as bases do movimento do Comércio Justo no Brasil. Nos anos de 2004 a 2006, outros atores passaram também propor plataformas específicas referentes à formação de um mercado justo doméstico para os produtos, à defesa dos interesses dos produtores frente às organizações do Norte e a até a proposta de uma iniciativa nacional da FLO, em 2006.

Entretanto, na área acadêmica, são poucos os trabalhos que tratam do tema dentro de uma realidade nacional. Dentre os principais estudos estão os de Laforga (2004), Lagente (2005). Afora isso, uma série de artigos (position papers) em uma publicação do Faces (FRANÇA, 2003), buscaram analisar o movimento a partir da perspectiva dos próprios atores. Outro estudo do Sebrae (2004) fez uma análise do movimento sob o ângulo do mercado. Levantamentos da empresa Altereco (2004), analisaram a viabilidade do mercado brasileiro para a

comercialização de produtos sob as diretrizes do Comércio Justo. Nos últimos dois anos, trabalhos de pesquisa e capítulos de livros como os de Wilkinson & Mascarenhas (2007a; 2007b) além de diversas dissertações e teses em andamento vêm tratando do tema de forma mais sistemática.

Em geral, o que se depreende das publicações referentes ao movimento no Brasil, é que, a exemplo da iniciativa de Comércio Justo do México, vários atores vêm se articulando no intuito de criar um sistema de Comércio Justo nacional. Sob a denominação de Comércio Justo e Solidário, esse movimento vem incorporando fortemente a ênfase ao mercado doméstico, a inclusão dos princípios da Economia Solidária e um direcionamento para sistemas mais participativos de certificação. Além da ênfase ao mercado interno, a proposta brasileira vem sendo construída com a participação de outros movimentos sociais e do governo, o que confere ao movimento brasileiro uma característica nova ainda não verificada em outros países do Sul: o seu caráter público-privado. Além disso, os quatro principais atores do movimento brasileiro representam setores diferentes, como o da produção, as ONGs, atores do Norte e, crescentemente, estruturas do Estado. A multiplicidade de atores e a negociação de propostas distintas parecem estar imprimindo ao movimento brasileiro elementos do contexto sócio-econômico e cultural do Sul, o que pode tanto significar uma fonte de inovação para o movimento internacional como resultar num distanciamento da sua proposta original em direção a elementos muito específicos da realidade dos países do Sul. Ou seja, ou a proposta do movimento internacional poderá estar, em certo grau, sendo absorvida, negada ou adaptada por esses atores.

A necessidade de estudos de caráter acadêmicos sobre o movimento brasileiro se justifica pelo fato de que a maioria dos trabalhos conhecidos é prioritariamente desenvolvida sob uma perspectiva dos atores do Norte, havendo uma carência de informações e de pesquisas sistematizadas referentes à visão do Sul. A maior parte dos trabalhos existentes sobre o tema, no contexto do Sul, refere-se a estudos de impactos geralmente realizados sob a ótica de avaliação de projetos, sendo raras ou inexistentes análises de elementos ligados às percepções dos atores e à adaptação da proposta do movimento a esses contextos. Segundo Murray e Reynolds (2003), embora o movimento do Comércio Justo venha se expandindo rapidamente nos últimos anos, apenas casos isolados têm sido objeto de pesquisas, e não se dispõe de estudos que realizem análises sistematizadas ou comparativas considerando diferentes produtos, regiões e mercados.

Esta pesquisa visa contribuir para suprir parte dessa lacuna, direcionando-se à análise do movimento do Comércio Justo no Brasil, envolvendo seus atores centrais, organizações de produtores e diferentes produtos e sistemas de produção. Dado aos diferentes rumos que o movimento vem tomando com relação à aplicação dos seus princípios e ao desafio de expandir o mercado para os produtos, a pesquisa busca analisar, além de iniciativas de Comércio Justo “tradicional” referentes à cadeia integrada, experiências ligadas à cadeia certificada.

O estudo da gênese e adaptação de propostas sejam elas convergentes ou divergentes do movimento internacional, bem como a forma com que os atores se articulam, torna-se um objeto sociológico relevante, pelo fato de permitir uma reflexão sobre como uma sociedade do Sul reage à implantação e adaptação de um modelo do Norte. Nesse sentido, o tema da presente pesquisa foi o nível de especificidade da proposta brasileira, num contexto global do movimento ou em relação a outras iniciativas do Sul. Essa análise se complementou ao se

estudar a situação dos produtores, que vivenciando uma realidade distante do ativismo do movimento nacional exercitam uma prática a partir da sua participação no movimento do Comércio Justo Norte-Sul. No nível desses atores, torna-se interessante compreender como eles percebem o movimento do Comércio Justo Norte-Sul e em que medida os princípios e objetivos da FINE vêm sendo exercitados no seu dia-a-dia. A partir dessas percepções, pode-se também avaliar o grau de convergência entre as propostas do movimento nacional com as aspirações desses atores.

Com base no exposto, as questões relevantes para essa pesquisa foram as seguintes:

- a) Em que medida o movimento brasileiro se diferencia do movimento global e de outras iniciativas dos países do Sul?
- b) Qual a relação das propostas do movimento brasileiro com a realidade dos produtores que já participam do Comércio Justo Norte-Sul?

As hipóteses exploratórias e direcionadoras do estudo foram:

H1 - O movimento brasileiro adota mecanismos de tradução e bricolagem na adequação dos princípios do movimento internacional à sua própria realidade, seja no intuito de fazer frente às necessidades de diferenciação e variabilidade como pela necessidade de negociar com outros atores características que compõem o seu excedente cultural.

H2 - O grau de convergência das propostas dos atores das principais plataformas do movimento brasileiro com as demandas dos produtores que participam do Comércio Justo Norte-Sul será maior na medida em que elas incorporem elementos do mundo doméstico da produção e possibilitem a esses atores um maior acesso ao mercado justo.

2. O Sistema nacional de Comércio Justo e Solidário: do sonho à prática!

Por Fabíola Zerbiní⁷, Felipe V. Pateo⁸ e Vanessa Moreira Sígolo⁹

1. Um pouco de história...

O Brasil participa há muitos anos do movimento internacional do Comércio Justo (CJ), produzindo e exportando produtos como café, castanha de caju, peças artesanais, roupas, suco de laranja, brinquedos educativos, cacau entre muitos outros produtos, representando benefícios para grupos produtivos que passaram a acessar um mercado privilegiado, com preços e condições únicos.

Mas o movimento brasileiro em torno da proposta do CJ não se esgotou no apoio e na promoção do acesso ao mercado internacional Norte - Sul. Desde 2000, atores dos movimentos da economia solidária e da agricultura familiar mobilizam-se pela construção de uma nova forma de fazer comércio também no mercado interno (Brasil – Brasil), um comércio que busca garantir sustentabilidade financeira e aprimorar a capacidade organizacional e autogestionária dos empreendimentos marginalizados pelos sistemas convencionais de produção, comercialização e consumo em nosso país.

Desta forma, o que hoje chamamos de **comércio justo e solidário**, se desenvolveu de forma articulada entre a proposta e a trajetória internacional do comércio justo, e as demandas dos movimentos sociais brasileiros por respostas à problemática da desigualdade social e da precariedade nas relações de trabalho.

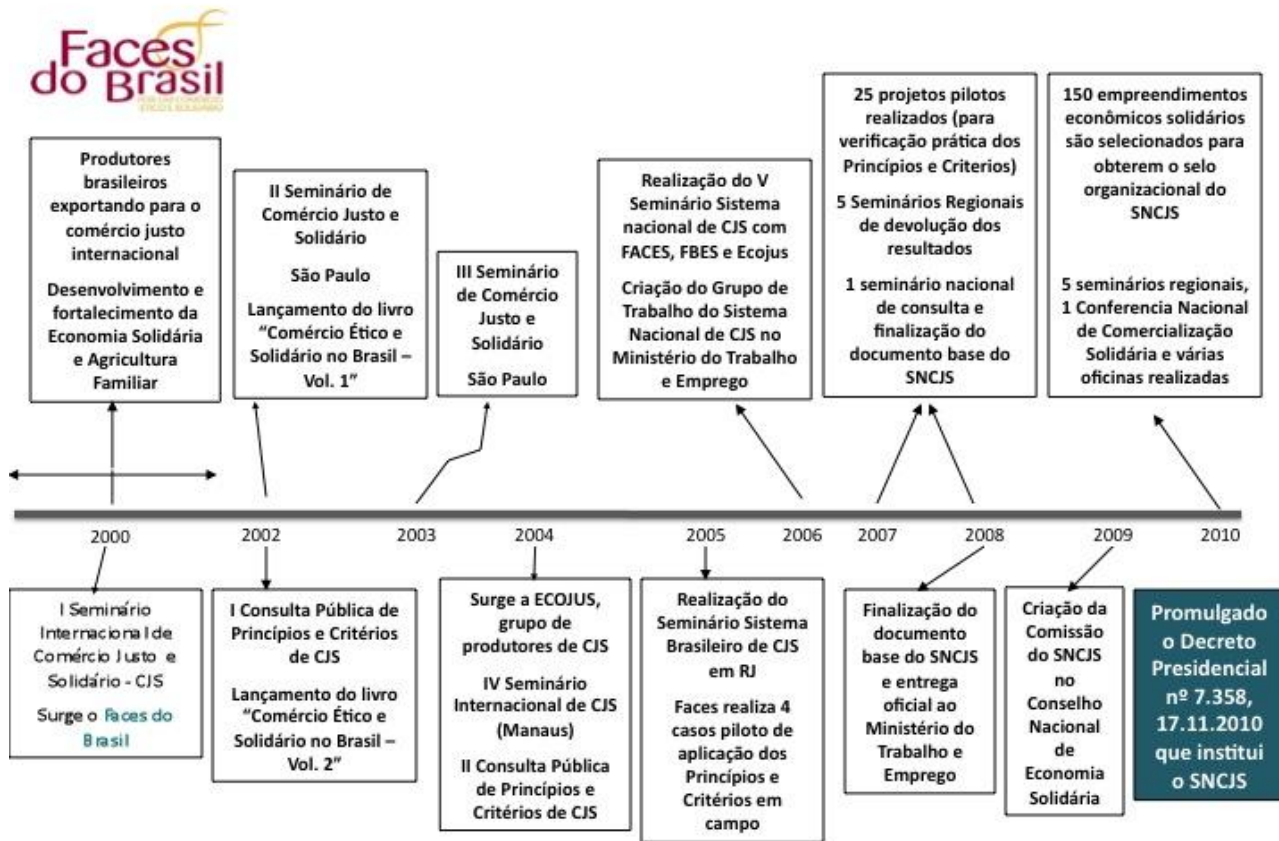
Tal articulação se deu através do envolvimento de milhares de atores nacionais e internacionais (interessados e interessantes ao tema) em seminários, consultas públicas e projetos pilotos, direcionados a construir os termos do documento base do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário – um projeto de muitas mãos, muitos anos, idas e vindas, em um processo que convidou o público alvo a figurar como protagonista da política que o atenderia.

O próprio conceito brasileiro demonstra isso, ao afirmar que CJS é: ***“o fluxo comercial diferenciado, baseado no cumprimento de critérios de justiça e solidariedade nas relações comerciais, que resulte no protagonismo dos Empreendimentos Econômicos e Solidários (EES) por meio da participação ativa e do reconhecimento da sua autonomia”***.

⁷ Advogada, doutora em Ciência Ambiental pelo PROCAM-USP, diretora do Instituto Kairós e membro do Conselho Político do FACES do Brasil.

⁸ Economista, mestrando em Ciências para Integração da América Latina pela USP e Coordenador de Projetos do FACES do Brasil.

⁹ Socióloga, mestre em Integração da América Latina, doutoranda em Sociologia pela USP, pesquisadora do Núcleo de Economia Solidária da USP e atual Secretária Executiva do FACES do Brasil.



O documento oficial finalizado em fevereiro de 2008, e, assinado pelo presidente Lula em 17 de novembro de 2010 como Decreto Presidencial nº 7.358 (com conteúdo parcial), coloca o Brasil em uma posição pioneira no mundo do comércio justo e dos movimentos sociais que buscam relações econômicas inclusivas, democráticas e promotoras de desenvolvimento equitativo. E isso por três razões:

Uma, pela combinação em uma única política, de mecanismos de regulamentação e fomento. Ou seja, não se trata apenas de reconhecer boas práticas (oficializando princípios norteadores destas boas práticas e mecanismos de garantia e comunicação entre produtor e consumidor), mas também, de fomentar que as mesmas se tornem realidade nos empreendimentos econômicos solidários, através de projetos de apoio direto à melhoria da capacidade organizacional, infra-estrutura, à formação e capacitação, promoção de acesso ao mercado, ampliação de programas de compras públicas sustentáveis, regulação de preço etc.

Outra pela proposta de levar o sentido da Justiça Social e da Solidariedade para os métodos e instrumentos, não apenas conceitos -, garantindo que o sentido maior da política fosse mantido na sua execução. A linha que separa o reconhecimento e o estímulo de boas práticas da construção de um nicho de mercado isolado e acessado por poucos é muito tênue, sendo tarefa de todos cuidar para que o comércio justo e solidário brasileiro não se torne um comércio de poucos e elitizados produtos. E neste caso, são os métodos e instrumentos de

aplicação prática da proposta que podem fazer grande diferença: os sistemas participativos de garantia para certificação de produto ou a isenção de certificação para as relações de compra e venda direta são exemplos desta afirmação.

A terceira e última razão está no mecanismo de controle social que conseguimos manter no texto final, e que garante a permanência do processo coletivo que envolveu a construção do SCJS desde o início. Apesar de não termos garantido a proposta inicial de ter uma comissão gestora do SCJS formada 75% de sociedade civil e 25% de governo, 50% dos votos e 70% das vozes da comissão serão formados por atores da sociedade civil diretamente interessados na execução e melhoria deste instrumento de justiça social.

E aqui estamos, ao final de 2010, com uma conquista consolidada, e muitos desafios pela frente. Uma vez superada a fase de construção e consolidação política de um conceito próprio de Comércio Justo, o desafio que se coloca agora é o da prática, o de dar materialidade à tanta inovação e sonhos reunidos, sem descuidar da característica emancipatória de um projeto que convida seus beneficiários à sua construção, controle e melhoria contínua.

2. O Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário na atualidade: o desafio da prática!

O dia 17 de novembro de 2010 tornou-se um marco histórico no desenvolvimento do comércio justo e solidário no Brasil. Nessa data, durante a reunião do Conselho Nacional de Economia Solidária – CNES, ocorreu no Palácio do Planalto a reunião plenária na qual foi assinado o Decreto que institui o Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário - SCJS. Pelas razões já apontadas, essa importante vitória do movimento do comércio justo e da economia solidária no país, torna-se referência e uma experiência pioneira no mundo.

Mas do que trata esse Decreto? Esse documento cria o SCJS “para coordenar as ações do governo federal voltadas para o reconhecimento de práticas do comércio justo e solidário e à sua promoção”, e estabelece a adesão voluntária ao Sistema de Estados, municípios, empreendimentos econômicos solidários, organizações de acreditação e organização de avaliação de conformidade.

Entre seus principais pontos, o texto inclui definições de conceitos fundamentais, como: comércio justo e solidário, empreendimentos econômicos solidários, organismo de acreditação, organismo de avaliação de conformidade e preço justo. Apesar de não incluir os princípios e critérios do CJS, que faziam parte do texto do Termo de Referência (referido anteriormente), o Decreto orienta-se pela definição de comércio justo e solidário como as práticas de comercialização pautadas em valores de justiça social e solidariedade que promovem o desenvolvimento de empreendimentos econômicos solidários, compreendendo-os como organizações econômicas de caráter associativo geridas democraticamente.

O texto também esclarece a ampla abrangência do Sistema, ao destacar que nos termos do decreto, compreende-se no conceito de comércio justo e solidário os termos *fair trade*, comércio justo, comércio equitativo, comércio equo, comércio alternativo, comércio solidário, comércio ético e comércio ético e solidário.

A partir dessas referências, o Decreto apresenta que o SCJS tem a finalidade de fortalecer e promover o comércio justo e solidário no Brasil, por meio: do fortalecimento da identidade nacional do CJS; do favorecimento da prática de preço justo para quem produz, comercializa e consome; da divulgação de produtos, experiências e organizações envolvidas com o CJS; do acesso à informações sobre as práticas reconhecidas pelo SCJS, pelo Sistema de Informação da Economia Solidária (SIES); de ações para a melhoria das condições de comercialização dos EES; do incentivo à colaboração econômica entre EES; e do apoio a processos de educação para o consumo responsável. Nesses grandes objetivos, encontramos o duplo caráter: normativo e de fomento do nosso Sistema, e a partir deles deverá ser orientada a sua implementação.

Para dar vida e colocar em prática o Sistema, temos como primeiro passo a criação da Comissão Gestora Nacional do SCJS. Esta comissão tem como atribuições, reconhecidas no Decreto: subsidiar o Conselho Nacional de Economia Solidária – CNES em assuntos relacionados ao SCJS; reconhecer e monitorar as diferentes metodologias de avaliação de conformidade de produtos, processos e serviços; habilitar os organismo de acreditação e de avaliação de conformidade no SCJS; promover diálogo entre as representações dos atores envolvidos no sistema; manifestar-se sobre a habilitação de organismos de avaliação de conformidade no SCJS; acompanhar o cadastramento de EES com práticas de CJS reconhecidos pelo SCJS; estabelecer diretrizes e acompanhar o desenvolvimento das ações de fomento ao CJS; e disseminar informações e resultados.

A Comissão, em sua composição bipartite (conquistada pela sociedade civil, como destacado anteriormente), será formada por representantes de três Ministérios do Governo Federal (Ministério do Trabalho e Emprego, Ministério do Desenvolvimento Agrário e Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome), e por três segmentos da sociedade civil, com dois titulares, mas apenas um voto (entidades do segmento de empreendimentos econômicos solidários, entidades do segmento de apoio e fomento ao CJS e entidades do segmento das redes da economia solidária).

Os representantes da sociedade civil são indicados pelo Conselho Nacional de Economia Solidária - CNES e designados pelo Ministro do Trabalho e Emprego. Para esta composição, na mesma reunião do CNES foi aprovada uma Resolução específica, que criou uma Comissão Especial, coordenada pela Secretaria Nacional de Economia Solidária (Senaes/MTE), para a seleção das entidades da sociedade civil, com um prazo de 30 dias para a conclusão dos trabalhos. Essa Resolução também definiu critérios para o credenciamento e escolha dessas entidades, tais critérios enfatizam a importância de possuírem experiência com o tema, terem participação em fóruns, redes, plataformas e articulações de economia solidária e/ou comércio justo e solidário, e eles também buscam contemplar representações dos diferentes atores do CJS, como produtores, comerciantes e consumidores.

Como já destacado, temas como a gestão do sistema, os procedimentos, os princípios e critérios para o reconhecimento das práticas do CJS ainda deverão ser disciplinados em outras normativas, como também o regimento interno da Comissão Gestora Nacional, o que nos coloca o importante papel de manter a sociedade civil organizada e os movimentos sociais atuantes, incidindo e controlando os processos de implantação do Sistema.

Inauguramos uma nova etapa em nossa construção. Com a regulamentação do SCJS, o grande desafio atual está em dar vida e movimento ao nosso Sistema! Colocar em prática, criando e fortalecendo suas instâncias de participação social, construindo e aplicando os procedimentos e os instrumentos que vão permitir o reconhecimento por parte do poder público e da sociedade dos empreendimentos que praticam o comércio justo e solidário. Avançando assim no fortalecimento da nossa identidade, na luta pela sustentabilidade dos empreendimentos econômicos solidários e no desenvolvimento de relações comerciais e uma economia mais justa, solidária e democrática.

Nesse caminho, atualmente estamos trabalhando com os primeiros 150 empreendimentos econômicos solidários - EES que estão em processo de habilitação pela auto-declaração para o selo organizacional do SCJS, em projetos desenvolvidos em parceria entre vários atores e redes de empreendimentos do movimento do comércio justo e solidário no país, membros da plataforma Faces do Brasil. No ano de 2010, atuamos com os 10 primeiros EES, em projeto do Faces do Brasil, financiado pelo SEBRAE, desenvolvido conjuntamente com ACS Amazônia - Associação de Certificação Sócio-participativa da Amazônia, ANTEAG - Associação Nacional de Trabalhadores e Empresas de Autogestão, Rede Cerrado, UNICAFES - União Nacional das Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária e UNISOL Brasil.

Ainda esse ano, pelo Projeto Nacional de Comercialização Solidária, coordenado pelo Instituto Marista de Solidariedade (IMS) e financiado pela Senaes/MTE, fizemos a seleção dos demais 140 EES, e no início do próximo ano, daremos andamento ao trabalho de acompanhamento desses, a partir da experiência dos 10 EES do projeto anterior. A partir dessas primeiras experiências coletivas, pretendemos desenvolver as referências metodológicas para o funcionamento do Sistema, que está aberto àqueles que queiram participar e contribuir com a sua construção, implementação e permanente evolução.

3. A certificação no selo organizacional através da auto-declaração como processo pedagógico

O processo de formação para auto-declaração no selo organizacional foi iniciado, conforme relatado anteriormente, com os primeiros 10 empreendimentos, selecionados a partir da indicação das principais redes de empreendimentos de economia solidária do Brasil. É neste processo que os princípios ainda abstratos do comércio justo traduzem-se em perguntas concretas sobre a realidade dos empreendimentos, em um processo que visa a induzir a reflexão e provocar práticas formativas em pelo menos três aspectos.

Em primeiro lugar os empreendimentos são levados a refletir sobre o que pode o comércio justo e solidário ter haver com eles e a sua prática comercial, identificando como eles podem contribuir para divulgar à sociedade que é possível produzir sob princípios e critérios de justiça e solidariedade ao passo em que essa divulgação potencialmente traduz-se em aberturas ou transformações nos mercados em que oferecem seus produtos, de forma a potencialmente garantir mais vendas, relações comerciais mais justas e/ou melhores preços.

É o caso por exemplo da Justa Trama, emblemática cadeia produtiva que envolve desde a plantação do algodão orgânico por uma associação no Ceará, Nordeste do Brasil até a confecção do produto final (roupas e acessórios) por uma cooperativa em Porto Alegre, no Sul, passando pela extração de sementes utilizados como botões na Amazônia e realização da tecelagem e fiação por empresas recuperadas pelos trabalhadores.

A Justa Trama pôde a partir do processo de reflexão sobre a forma como vem comercializando seus produtos reforçar a sua convicção na rejeição da possibilidade de venda através de relações comerciais injustas, mesmo que essas signifiquem uma escala maior. Puderam identificar e diagnosticar suas estratégias de comercialização, participação em feiras, pontos de venda da economia solidária e encomendas para eventos. Para cada uma dessas estratégias percebeu-se a potencialidade de avançar através do desenvolvimento de instrumentos de maior comunicação da identidade própria do grupo e os benefícios que podem ser alcançados com o avanço e a sua inserção na proposta do Comércio Justo e Solidário no Brasil.

Outro exemplo é o da APAEB, associação produtora de tapetes de sisal e diversos outros produtos na cidade de Valente, no estado da Bahia. Membros de diversos núcleos e com diversas funções na associação puderam participar da oficina e perceber que suas vendas, que já ocorrem em grande escala e são feitas aos principais distribuidores de produtos para casa do Brasil, poderiam ocorrer também através de relações mais justas. Não obstante puderam perceber também que a forma como a associação compra o sisal e outras matérias-primas junto aos produtores familiares é nada mais que uma prática de comércio justo e solidário interna a associação com impactos tremendos em termos regionais, provocando um aumento substantivo no valor do sisal e um aumento constante na qualidade de vida dos agricultores, para além de impulsionar o desenvolvimento da sua região de forma adequada à sua realidade e às características de seu meio-ambiente.

A Justa Trama também pôde perceber como uma das suas grandes fortalezas a prática de relações comerciais internas a cadeia baseadas em acordos que estabelecem preços justos que garantam uma remuneração adequada a cada trabalhador de cada um dos empreendimentos que compõem a cadeia produtiva. Para além das relações comerciais percebeu-se como a integração entre os elos da cadeia também ocorre na troca de informações e busca compartilhada por soluções, com por exemplo agricultores explicando o tipo de roupa adequada para a sua região e tipo de trabalho e as costureiras debatendo saídas para os desafios técnicos da produção do algodão de forma orgânica.

Dada a extensa gama de princípios e critérios que compõem o comércio justo e solidário, é de esperar-se que nenhum empreendimento real cumpra a todos de forma perfeita. Desta forma outro aspecto do aprendizado propiciado pelo processo de reflexão para auto-declaração é o da percepção dos desafios que os empreendimentos encaram e do estabelecimento de um plano de melhorias através do estabelecimento de prioridades. Para isso, os empreendimentos servem-se de um instrumento que os ajuda a refletir o que e como podem melhorar de acordo com os princípios.

No caso da Justa Trama percebeu-se a necessidade de melhorias tecnológicas e realizou-se um debate muito aprofundado por exemplo sobre a questão da saúde do trabalhador, estabelecendo-se um diálogo sobre a

relação conflitiva entre o cumprimento de exigências formais, a garantia de qualidade de vida às trabalhadoras e a necessidade de apresentar uma produção competitiva no mercado. Já no caso da APAEB puderam ser percebidos e foram elaboradas estratégias para o desafio de envolver mais os produtores rurais na gestão da associação e estabelecimento de um vínculo maior com os jovens filhos de produtores, de forma a incentivar a continuidade da tradição familiar e a manutenção da produção no campo.

O terceiro aspecto do aprendizado é o da contribuição a partir das experiências dos empreendimentos para a reavaliação e afinamento do que devem ser os princípios e critérios e quais são as dificuldades comuns enfrentadas pelos empreendimentos brasileiros de diversos segmentos em praticá-los, propiciando um guia para a orientação de políticas públicas e ações coordenadas da sociedade civil. Esse aspecto ainda está por ser consolidado a partir da agregação de informações advindas de um número maior de empreendimentos.

De toda forma, o processo realizado com estes dois exemplos, empreendimentos de grande envergadura, são bastante representativos de que no Sistema Nacional de Comércio justo e Solidário, **o processo** de certificação pode ser tão valioso como instrumento de reflexão e reconhecimento das forças do empreendimento e para a elaboração de um planejamento; quanto **o resultado** dessa certificação. Resultado esse que está em construção, através do diálogo com **a sociedade** - de forma que os consumidores valorizem e reconheçam as diferenças fundamentais no modo de produzir desses empreendimentos. E também no diálogo com **o governo**, que a partir do seu reconhecimento legal pode utilizar a sua capacidade de incidir para priorizar tais empreendimentos como atores fundamentais na construção de outro modelo de desenvolvimento, através de políticas públicas de fomento e do direcionamento das compras públicas.

Seção 3: Documentos para informação e consulta

1. Decreto que institui o Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SCJS)

DECRETO Nº 7.358, DE 17 DE NOVEMBRO DE 2010.

Institui o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário - SCJS, cria sua Comissão Gestora Nacional, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso VI, alínea “a”, da Constituição,

DECRETA:

Art. 1º Fica instituído, no âmbito do Ministério do Trabalho e Emprego, o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário - SCJS, para coordenar as ações do Governo Federal voltadas ao reconhecimento de práticas de comércio justo e solidário e à sua promoção.

Parágrafo único. Os Estados, Municípios e Distrito Federal, os empreendimentos econômicos solidários, organismos de acreditação e organismos de avaliação da conformidade poderão aderir ao SCJS voluntariamente.

Art. 2º Para os efeitos deste Decreto, entende-se por:

I - comércio justo e solidário: prática comercial diferenciada pautada nos valores de justiça social e solidariedade realizada pelos empreendimentos econômicos solidários;

II - empreendimentos econômicos solidários: são organizações de caráter associativo que realizam atividades econômicas, cujos participantes sejam trabalhadores do meio urbano ou rural e exerçam democraticamente a gestão das atividades e a alocação dos resultados;

III - organismos de acreditação: organismos que credenciam os organismos de avaliação da conformidade, atestando sua competência para realizar tarefas de avaliação da conformidade de produtos, processos e serviços;

IV - organismos de avaliação da conformidade: são organismos que inspecionam e atestam o cumprimento dos critérios de conformidade de produtos, processos e serviços com as práticas de comércio justo e solidário; e

V - preço justo: é a definição de valor do produto ou serviço, construída a partir do diálogo, da transparência e da efetiva participação de todos os agentes envolvidos na sua composição que resulte em distribuição equânime do ganho na cadeia produtiva.

Parágrafo único. Os termos **fair trade**, comércio justo, comércio equitativo, comércio équo, comércio alternativo, comércio solidário, comércio ético, comércio ético e solidário estão compreendidos no conceito de comércio justo e solidário, nos termos deste Decreto.

Art. 3º O SCJS tem por finalidade fortalecer e promover o comércio justo e solidário no Brasil, o que compreende alcançar os seguintes objetivos:

I - fortalecer identidade nacional de comércio justo e solidário, por meio da difusão do seu conceito, de seus princípios e critérios de reconhecimento de práticas de comércio justo e solidário e de seu fomento;

II - favorecer a prática do preço justo para quem produz, comercializa e consome;

III - divulgar os produtos, processos, serviços, bem como as experiências e organizações que respeitam as normas do SCJS;

IV - subsidiar os empreendimentos econômicos solidários, os organismos de acreditação e de avaliação da conformidade e as entidades de apoio e fomento ao comércio justo e solidário, com base nacional de informações em economia solidária e de empreendimentos econômicos solidários com práticas de comércio justo e solidário reconhecidas pelo SCJS;

V - contribuir com os esforços públicos e privados de promoção de ações de fomento à melhoria das condições de comercialização dos empreendimentos econômicos solidários;

VI - incentivar a colaboração econômica entre empreendimentos econômicos solidários; e

VII - apoiar processos de educação para o consumo, com vistas à adoção de hábitos sustentáveis e à organização dos consumidores para a compra dos produtos e serviços do comércio justo e solidário.

Parágrafo único. A gestão do SCJS, os seus princípios e os critérios de reconhecimento de práticas de comércio justo e solidário serão disciplinados em ato normativo do Ministério do Trabalho e Emprego.

Art. 4º O SCJS contará com uma Comissão Gestora Nacional, que terá as seguintes atribuições:

I - subsidiar tecnicamente o Conselho Nacional de Economia Solidária, previsto no inciso XIII do art. 30 da Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003, em assuntos relacionados ao SCJS;

II - reconhecer e monitorar as diferentes metodologias de avaliação da conformidade de produtos, processos e serviços aos princípios e critérios de reconhecimento de práticas de comércio justo e solidário do SCJS, adequados às diferentes realidades sociais, territoriais e organizacionais, eventualmente propondo aperfeiçoamentos das metodologias;

III - habilitar no SCJS os organismos de acreditação e de avaliação da conformidade, de acordo com os critérios de reconhecimento de práticas de comércio justo e solidário estabelecidos em ato normativo do Ministério do Trabalho e Emprego;

IV - promover o diálogo entre as representações dos diversos agentes envolvidos no comércio justo e solidário;

V - manifestar-se periodicamente sobre a habilitação dos organismos de avaliação da conformidade no SCJS, com base em informações dos organismos de acreditação, de acordo com os critérios de reconhecimento de práticas de comércio justo e solidário estabelecidos no ato normativo do Ministério do Trabalho e Emprego, previsto no parágrafo único do art. 3º;

VI - acompanhar o cadastramento realizado pela Secretaria Nacional de Economia Solidária, do Ministério do Trabalho e Emprego, dos empreendimentos econômicos solidários com prática de comércio justo e solidário reconhecida pelo SCJS;

VII - estabelecer diretrizes para as ações de fomento ao comércio justo e solidário e acompanhar o seu desenvolvimento;

VIII - disseminar informações e resultados relativos ao comércio justo e solidário; e

IX - aprovar o seu regimento interno.

Art. 5º Comporão a Comissão Gestora Nacional um representante de cada um dos seguintes Ministérios:

I - do Trabalho e Emprego;

II - do Desenvolvimento Agrário; e

III - do Desenvolvimento Social e Combate à Fome.

§ 1º A Comissão Gestora Nacional será coordenada pelo Ministério do Trabalho e Emprego, por meio da Secretaria Nacional de Economia Solidária, cujo representante exercerá o voto de qualidade em caso de empate nas deliberações.

§ 2º Serão convidados a integrar a Comissão Gestora Nacional, como membros, representantes da sociedade civil, sendo:

I - dois de entidades do segmento dos empreendimentos econômicos solidários;

II - dois de entidades do segmento de apoio e fomento ao comércio justo e solidário; e

III - dois de entidades do segmento das redes da economia solidária.

§ 3º Para cada membro titular da Comissão Gestora Nacional será indicado um suplente.

§ 4º No caso da sociedade civil, cada segmento representado terá direito a um voto nas deliberações da Comissão Gestora Nacional.

§ 5º Os membros titulares e suplentes da Comissão Gestora Nacional representantes dos Ministérios serão indicados pelos respectivos titulares e designados pelo Secretário Nacional de Economia Solidária.

§ 6º Os membros titulares e suplentes da Comissão Gestora Nacional representantes da sociedade civil serão indicados pelo Conselho Nacional de Economia Solidária e designados pelo Secretário Nacional de Economia Solidária.

§ 7º O Conselho Nacional de Economia Solidária indicará os representantes da sociedade civil na Comissão Gestora Nacional, conforme processo previsto em resolução específica, que definirá os critérios de credenciamento e escolha das entidades representativas de cada segmento previsto no § 2º.

§ 8º A participação dos membros da Comissão Gestora Nacional é considerada serviço público relevante e não será remunerada.

§ 9º Poderão participar das reuniões da Comissão Gestora Nacional, a convite de seu coordenador ou da maioria absoluta de seus membros, representantes de outros órgãos e entidades da administração pública, de instituições de cooperação internacional, bem como pessoas físicas e representantes de pessoas jurídicas que, por sua experiência pessoal ou institucional, possam contribuir para os debates.

Art. 6º A Comissão Gestora Nacional definirá o seu funcionamento em regimento interno, a ser aprovado pela maioria absoluta de seus membros, e reunir-se-á periodicamente, por meio de convocação do seu coordenador.

Art. 7º As despesas necessárias à realização das atividades da Comissão Gestora Nacional, bem como aquelas decorrentes da execução de projetos realizados no âmbito de suas atividades, advirão de dotações orçamentárias próprias consignadas anualmente nos orçamentos dos Ministérios que a compõe, observados os limites de movimentação, de empenho e de pagamento da programação orçamentária e financeira anual.

Art. 8º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 17 de novembro de 2010; 188º da Independência e 121º da República.

2. Resolução Ministério do Trabalho

RESOLUÇÃO No- 2, DE 18 DE NOVEMBRO DE 2010

CONSELHO NACIONAL DE ECONOMIA

SOLIDÁRIA

RESOLUÇÃO No- 2, DE 18 DE NOVEMBRO DE 2010

O MINISTRO DE ESTADO DO TRABALHO E EMPREGO, na qualidade de Presidente do Conselho Nacional de Economia Solidária - CNES, no uso de suas atribuições e com fulcro no inciso III do art. 5º do Decreto nº 5.811, de 21 de junho de 2006, e tendo em vista a Deliberação Plenária em sua IX Reunião Ordinária, realizada nos dias 17 e 18 de novembro de 2010, e, Considerando que a publicação o Decreto nº 7.358, de 17 de novembro de 2010 instituiu o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário - SCJS, e criou sua Comissão Gestora Nacional e deu outras providências.

Considerando que seu art. 5º estabelece a composição da Comissão Gestora Nacional do Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário - SCJS, a ser formada com um representante de cada um dos seguintes Ministérios:

I - do Trabalho e Emprego;

II - do Desenvolvimento Agrário; e

III - do Desenvolvimento Social e Combate à Fome.

Considerando que esta Comissão será integrada também por membros representantes da sociedade civil, sendo:

I - dois de entidades do segmento dos empreendimentos econômicos solidários;

II - dois de entidades do segmento de apoio e fomento ao comércio justo e solidário; e

III - dois de entidades do segmento de redes de economia solidária.

Considerando ainda que, segundo o parágrafo 7º, o Conselho Nacional de Economia Solidária indicará os representantes da sociedade civil da Comissão Gestora Nacional conforme processo previsto em resolução específica que definirá os critérios de credenciamento e escolha das entidades representativas de cada segmento previsto no parágrafo 2º; resolve:

Art. 1º Estabelecer os seguintes critérios de credenciamento e escolha de entidades representativas junto à Comissão Gestora Nacional do Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário - SCJS:

I - Critérios gerais:

a) ter atuação comprovada na temática de economia solidária e/ou comércio justo e solidário por pelo menos 3 anos;

b) ter atuação nacional ou macro-regional; e

c) participar de fóruns, redes e articulações de economia solidária e/ou comércio justo e solidário.

II - Critérios para entidades do segmento dos empreendimentos econômicos solidários:

a) contemplar representantes de produtores, comerciantes e consumidores; e

b) atender às características estabelecidas pelo Sistema de Informação da Economia Solidária - SIES.

III - Critérios para entidades do segmento de apoio e fomento ao comércio justo e solidário:

a) ter capacidade técnica instalada e comprovada para a atuação com a temática; e

b) ter em seus objetivos estatutários e regimentais a definição de atuação com a temática.

IV - Critério para entidades do segmento de redes de economia solidária:

ser signatária e delegada por uma plataforma nacional de economia solidária e/ou comércio justo e solidário;

Art. 2º Criar no âmbito do Conselho Nacional de Economia

Solidária uma Comissão Especial, que em nome deste selecionará as entidades da sociedade civil para serem indicadas ao Ministro de Estado do Trabalho e Emprego para compor a Comissão Gestora Nacional do SCJS.

I - Os membros da Comissão Especial serão indicados e

aprovados em reunião do Conselho Nacional de Economia Solidária;

II - A Comissão Especial deverá receber, analisar e escolher as entidades representativas da sociedade civil na Comissão Gestora

do SCJS com base nos critérios estabelecidos no art.1º desta resolução;

III - A Comissão Especial deverá indicar os membros titulares e suplentes ao Secretário Nacional de Economia Solidária,

para que sejam formalmente nomeados;

IV - A Comissão Especial terá o prazo de 30 dias, a partir da

aprovação dessa Resolução pelo Conselho Nacional de Economia

Solidária, para a conclusão dos trabalhos; e

V - A Comissão Especial será coordenada pela Secretaria Nacional de Economia Solidária- ENAES.

Parágrafo Único - Os membros do Conselho Nacional de Economia Solidária indicados para compor a Comissão Especial não poderão ser indicados para compor a Comissão Gestora Nacional do SCJS.

Art. 3º Esta Resolução entra em vigor na data da sua publicação.

CARLOS ROBERTO LUPI

3. Links e contatos sugeridos

Instituto Marista de Solidariedade (IMS)

www.ims.org.br

Telefones: (61) 3224-1100 / 3321-4955

Endereço: SDS, Bloco F, nº 27, Conjunto Baracat, salas 113/115 – Brasília/DF

FACES DO BRASIL – Plataforma de Articulação do Comércio Justo e Solidário

www.facesdobrasil.org.br

Contato: Felipe Pateo

Telefone: (11) 7427-4921

Email: felipe.pateo@gmail.com

Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES)

www.fbes.org.br

Telefone: (61) 3965-3268

Email: forum@fbes.org.br

Endereço: SCS, Quadra 6, Bloco A, Edifício Arnaldo Villares, sala 514 – Brasília/DF