



O Faces do Brasil tem como objetivo fomentar a criação de um ambiente favorável à construção e à implementação de um sistema brasileiro de Comércio Ético e Solidário, que promova a equidade e a inclusão social e aproxime quem produz e quem consome, a partir de valores e de motivações relacionados à cooperação.

Para cumprir essa missão, o Faces do Brasil, desde novembro de 2001, já organizou quatro seminários internacionais, produziu dois livros e realizou uma dezena de oficinas regionais sobre Comércio Ético e Solidário. Também como forma de disseminação desse conceito, o Faces esteve presente na IV Reunião Ministerial da OMC, em Cancun, III, IV e V Fórum Social Mundial, na Reunião Estratégica do Comércio Ético e Solidário da XI UNCTAD (Brasil). Também participou das II e III Expo Brasil de Desenvolvimento Local e promoveu três missões técnicas internacionais (México, Itália e França).

www.facesdobrasil.org.br

Alguns atores do Comércio Ético e Solidário no mundo:

International Federation for Alternative Trade - IFAT - www.ifat.org

European Fairtrade Association - EFTA - www.eftafairtrade.org

Network of Europeans World Shops - NEWS - www.worldshops.org

Fairtrade Labelling Organizations International - FLO - www.fairtrade.net

Fair Trade Federation - FTF - www.fairtradefederation.com

Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria - RELACC

Texto: Renata Pistelli e Fabíola Marono Zerbiní

Projeto gráfico: Estúdio Girassol

Desenhos: Beth Kok

Dez/2004



O Comércio Ético e Solidário no Brasil

“Um Mundo desigual,

A crise socioambiental de nossos tempos tem se tornado assunto comum. Todos sabemos que algo não está bem, principalmente para a grande maioria da população do planeta. Entretanto, perceber essa crise na sua totalidade, o processo histórico que nos trouxe até aqui e o nosso envolvimento com tudo isso parece ainda um grande desafio para homens e mulheres de todos os cantos do planeta.

Afinal, como explicar que...

...as **3 pessoas** mais ricas do mundo detêm uma fortuna superior ao Produto Interno Bruto - PIB dos **48 países** mais pobres?...

...mais de **1,4 bilhão** de pessoas vivem com menos de **R\$ 5,00** por dia?...

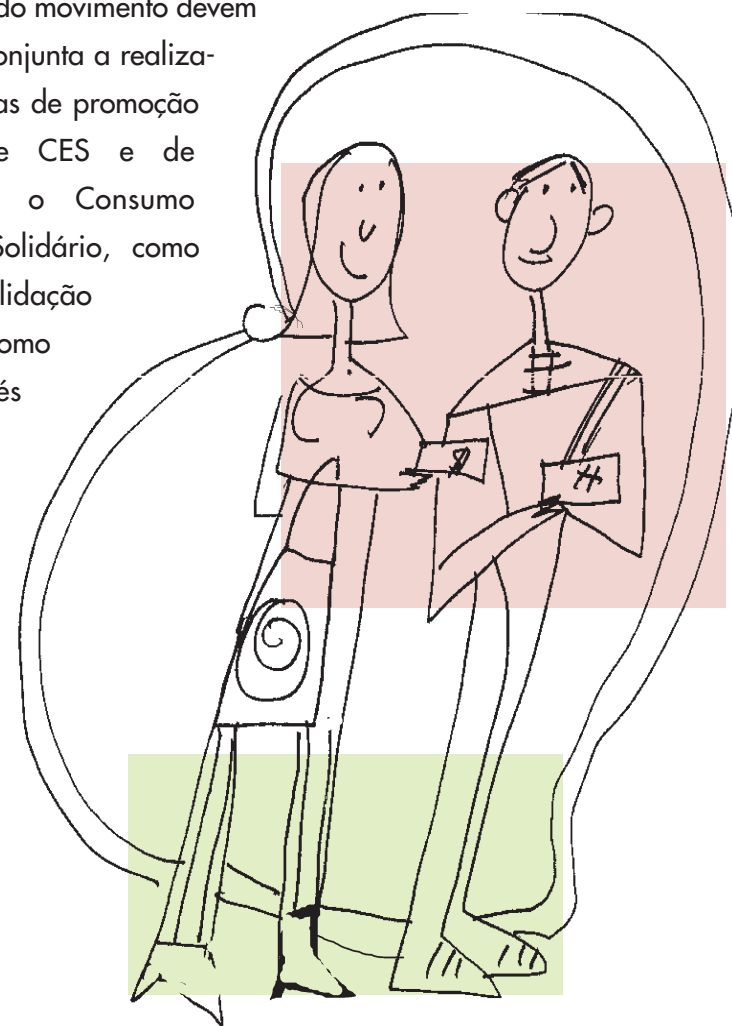
... mais de **211 milhões** de crianças e adolescentes entre **5 e 14 anos** são obrigadas a trabalhar todos os dias?...



Infelizmente, o que explica em grande parte os dados acima são os valores que permeiam e constroem a vida em sociedade, e, portanto, as relações econômicas e comerciais. Perceber esses (des)valores no sistema econômico atual e nas práticas comerciais, bem como suas conseqüências, é o **primeiro passo** para entendermos o porquê do Comércio Ético e Solidário.

Alguns DESAFIOS dos consumidores éticos e solidários

- A adoção, por parte de entidades públicas e privadas, da prática de compras institucionais éticas e solidárias tanto para produtos de consumo interno como para brindes corporativos etc;
- Os consumidores devem exigir dos produtores e comerciantes éticos e solidários transparência em relação à composição do preço e ao processo produtivo;
- Todos os atores do movimento devem ter como tarefa conjunta a realização de campanhas de promoção do conceito de CES e de Educação para o Consumo Responsável e Solidário, como forma de consolidação do movimento como um todo, através da ampliação do seu mercado consumidor.



Consumidores Éticos e Solidários

Quem são?

Os consumidores éticos e solidários podem ser quaisquer pessoas, físicas ou jurídicas, que consumam bens e serviços, tais como: empresas, governo (compras públicas), profissionais de qualquer área, produtores, comerciantes, crianças, jovens e idosos...

Como atuam?

Não existem critérios de atuação específicos ao consumidor ético e solidário, mas sim, o pressuposto de que este entenda e assuma o seu papel de corresponsável na concretização da cadeia comercial ética e solidária, através do exercício do Consumo Responsável.

A prática de compras governamentais éticas e solidárias deve ser estimulada e ampliada. Para isso, uma revisão nos processos licitatórios se faz urgente, bem como, a regulamentação e implementação de políticas públicas referentes ao tema.

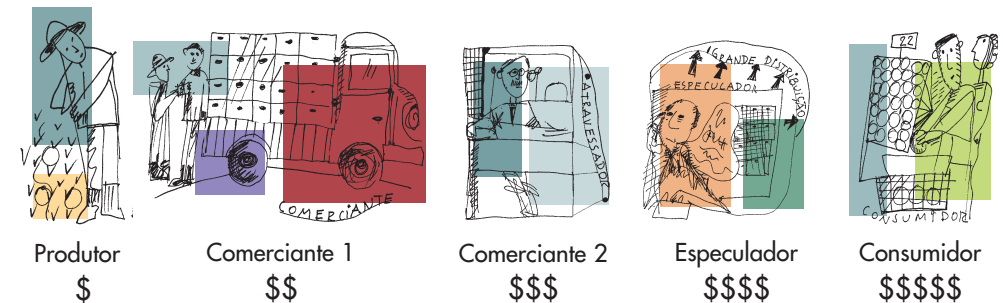
Consumo como ato de escolha pressupõe um consumidor informado sobre os produtos e serviços que está adquirindo. Entretanto, a publicidade e o marketing não são veículos de informação, sendo, muitas vezes mais de ilusão e persuasão. Assim, devemos ser críticos e criativos para exigir das empresas transparência nas suas ações.

Consumo responsável é...
" a capacidade de cada pessoa ou instituição pública ou privada, escolher serviços e produtos que contribuam, de forma ética e de fato, para a melhoria de vida de cada um, da sociedade, e do ambiente"

Em cada ato de consumo apoiamos uma cadeia inteira por trás, que pode ser exploratória ou baseada em justiça, ética e solidariedade. Cabe a nós escolher!

um COMÉRCIO desigual.."

O problema não está na economia e no comércio em si, mas na forma como os mesmos vêm se desenvolvendo a partir do modelo capitalista neoliberal, ao tratar os seres humanos e a natureza como mercadorias, ao colocá-los a seu serviço e a serviço do capital sem se preocupar com as consequências ambientais e sociais dessas atitudes.



Se perceber isso é o primeiro passo, o segundo é exatamente começar a **agir** e assim participar da construção de um **outro mundo**, de uma **outra economia** e de um **outro comércio possíveis**.

Essa construção deve ter como base os valores éticos e a afirmação de que podemos, sim, promover a justiça, a liberdade, o respeito e a cultura de solidariedade de forma a recolocar o ser humano no coração da economia.

E é essa a proposta do Comércio Ético e Solidário!

Um outro mundo e um outro comércio são possíveis

O que é o movimento do Comércio Justo?

A partir da reivindicação de produtores dos países ditos do "Sul" do planeta - "Queremos Comércio, não Ajuda!" -, surgiu, há 40 anos, o movimento de Comércio Justo com a missão de promover maior igualdade social através de parcerias comerciais baseadas na proximidade, transparência e respeito entre produtores e consumidores, o que chamamos no Brasil de Comércio Ético e Solidário (CES).

Histórico - Comércio Justo	
anos 40 e 50	Iniciativas pessoais de missionários levando artesanato comprado em países do sul para vender em países europeus.
anos 50 e 60	Iniciaram-se campanhas de sensibilização sobre as desigualdades mundiais provocadas pelo comércio internacional;
anos 60 e 70	Surgem as primeiras lojas de Comércio Justo;
anos 80	Surgimento da primeira entidade certificadora (a Max Havelar);
final dos anos 80	Produtos de Comércio Justo passam a ser comercializados em grandes canais de distribuição;
anos 90	Surgimento de novas certificadoras - nacionais - e entidades internacionais;
2000	Sistemas Nacionais de Comércio Justo começam a ser desenvolvidos também em países do Sul do planeta (que até então figuravam somente como produtores);
2004-2005	Atualmente os produtos de Comércio Justo podem ser comprados em mais de 40 mil pontos de venda, representando, aproximadamente, 0,02% do total de transações comerciais internacionais.



Os **canais de comercialização** de produtos éticos e solidários são múltiplos, variando desde lojas específicas até feiras permanentes ou temporárias, vendas por catálogo ou internet, rodada de negócios etc.

Alguns DESAFIOS da comercialização ética e solidária

- Criar canais integrados de comercialização de produtos provenientes da produção ética e solidária, da agricultura familiar, dos orgânicos etc.
- Ampliar o público consumidor sensibilizado para o consumo solidário e responsável, via estratégias combinadas de abertura e integração de diferentes canais de comercialização e campanhas de comunicação e educação;
- Fomentar a criação de espaços específicos de comercialização de produtos éticos e solidários;

Comercialização Ética e Solidária

Quem são os agentes?

São denominados comerciantes ou transformadores de produtos do Comércio Ético e Solidário todos os compradores(as) que comercializam os produtos oriundos dos(as) produtores(as) primários(as), varejistas ou atacadistas.

Como atuam?

Alguns princípios devem ser obedecidos para que o comerciante se enquadre na cadeia ética e solidária. São eles:

O Preço Justo...

- Oferece uma remuneração justa ao produtor;
- É formulado de comum acordo entre produtor e comerciante;
- Incorpora como custo, os impactos socioambientais envolvidos no processo produtivo.

- Respeito e valorização do produtor
- Pagamento do Preço Justo
- Manutenção de uma relação comercial duradoura;
- Não praticar a Consignação;
- Garantir a informação do consumidor acerca do que é o CES, quem são os produtores e do próprio produto, assim como a composição do preço final;

A Consignação é uma prática comercial exploratória, pois o produtor acaba assumindo, sozinho, os riscos da venda, além de contribuir, eventualmente, para o seu endividamento.

Um importante mecanismo de informação ao consumidor é a certificação, de origem ou de qualidade, sendo certo que esta é uma ferramenta possível, mas não a única, devendo ser tratada dentro de uma discussão sobre garantias de qualidade que sejam participativas, pouco onerosas, inclusivas e auto-reguladas.

Hoje, o movimento internacional do Comércio Justo tem pela frente o desafio de transcender a lógica da solidariedade internacional - que define os países do Sul como produtores e os do Norte como consumidores -, para também atuar na valorização de mercados e de produções nacionais.

O modelo internacional de Comércio Justo é assim uma referência, mas cabe a cada país, região e continente pensar estratégias condizentes com a sua realidade para avançar na construção de Sistemas Nacionais de Comércio Justo que consigam aliar as possibilidades do mercado internacional com aquelas presentes no mercado interno.



O Comércio Ético e Solidário no Brasil

O que é?

“Considera-se **Comércio Ético e Solidário** o fluxo comercial diferenciado que, a partir do estabelecimento de **relações éticas e solidárias entre todos os elos da cadeia produtiva**, resulta em uma forma de **empoderamento dos(das) trabalhadores(as)** assalariados(as), agricultores(as) familiares, indígenas, quilombolas, extrativistas e camponeses(as) que estão em desvantagem ou marginalizados(as) pelo sistema convencional das relações comerciais.” (FACES do Brasil)

Esse é um conceito que, para se tornar uma prática concreta e cotidiana, ainda necessita de muito trabalho, diálogo, políticas públicas, marcos regulatórios, sistemas integrados de certificação participativa, comercialização etc. Enfim necessita de um conjunto de ações combinadas e integradas ao Sistema Nacional de Comércio Ético e Solidário.

O Sistema Nacional de CES no Brasil

Após três anos de discussão com trabalhadores, ong's, empresas, governo e outros representantes de movimentos próximos ao CES, o **FACES do Brasil** sistematizou um conjunto de **Valores, Princípios e Critérios**, com o objetivo de orientar a elaboração e a implementação participativas de um Sistema Brasileiro de Comércio Ético e Solidário, que podem ser conhecidos na ínte-



Alguns desafios para os produtores éticos e solidários *

- Formalizar seus empreendimentos;
- Produzir com qualidade e em escala, de forma a atender às exigências do mercado;
- Buscar assessoria técnico-profissional (incubação, capacitação técnico-mercado-lógica, educação etc), e cursos de formação para melhoria do processo produtivo;
- Buscar linhas de crédito que permitam o acesso a tecnologias e a equipamentos;
- Desenvolver e exercitar a cultura cooperativa e associativa;
- Respeitar a legislação ambiental e, quando possível, fazer mais do que o exigido para preservar o meio ambiente;
- Exercitar a construção conjunta do preço justo e exigir o seu pagamento efetivo;
- Criar canais de aproximação com consumidores finais e formas alternativas para escoamento da sua produção;

*Os desafios apontados aqui e nas páginas seguintes, resultaram de uma oficina realizada com produtores, comerciantes e consumidores em nov/2004, Olinda/PE.

Produtores Éticos e Solidários

Quem são?

Produtores(as) ou executores(as) de serviço, agricultores(as) familiares, extrativistas, pescadores(as) artesanais, quilombolas, comunidades indígenas, artesãos(as) e pequenos(as) empreendedores(as) urbanos(as) e rurais.

Como atuam?

Em um ambiente de bem estar social...
Com dignidade humana e profissional...
Com respeito aos trabalhadores e trabalhadoras...
Em uma estrutura organizacional horizontal, transparente e democrática...
Com igual respeito e valorização de homens e mulheres...
Com seus filhos e demais crianças da comunidade estudando e brincando...
Respeitando o meio ambiente...
Com valorização da sua cultura e do conhecimento local...
De maneira integrada e preocupada com a comunidade a que pertencem...

Por exemplo, é proibida a utilização de Organismos Geneticamente Modificados (OGM) por técnicas (transgênicos) para a composição ou fabricação de produtos éticos e solidários.

Cooperativas e Associações são a estrutura mais recomendada para a organização de grupos produtores. Para saber um pouco mais consulte a Lei do Cooperativismo (nº 5.764/71) e os Princípios do Cooperativismo:

1. Livre adesão dos sócios
2. Gestão democrática
3. Participação econômica do sócio
4. Autonomia e Independência
5. Educação, treinamento e informação
6. Cooperação entre as cooperativas (intercooperação)
7. Interesses pela comunidade

gra a partir do documento: “Elementos para discussão e construção conjunta de um Sistema Brasileiro de Comércio Ético e Solidário” (atualizado até agosto de 2004, disponível no www.facesdobrasil.org.br), do qual extraímos os princípios até então pactuados, para apresentar a face brasileira do CES. São eles:

Princípio 1. Fortalecimento da Democracia, Respeito à Liberdade de Opinião, de Organização e de Identidade Cultural, na constituição, na gestão e no desenvolvimento de grupos produtores(as) e prestadores(as) de serviços ligados ao CES.

Princípio 2. Condições Justas de Produção, Agregação de Valor e Comercialização, visando à sustentabilidade socioambiental da cadeia produtiva.

Princípio 3. Apoio ao Desenvolvimento Local e Sustentável, de forma comprometida com o bem-estar socioeconômico da comunidade e com sua sustentabilidade.

Princípio 4. Respeito ao Meio Ambiente, por meio do fomento a práticas mais responsáveis e menos prejudiciais ao meio ambiente.

Princípio 5. Respeito aos Direitos das Mulheres, das Crianças, dos Grupos Étnicos e dos Trabalhadores(as), promovendo equidade de gênero e de etnias.

Princípio 6. Informação ao Consumidor, de forma a garantir transparência na cadeia comercial e a educação para o consumo responsável, além de estimular uma aproximação maior entre produtores(as) e consumidores(as).

A cadeia comercial ética e solidária

Para que a proposta do Comércio Ético e Solidário possa ser concretizada, os três elos desta cadeia - produtor, comerciante e consumidor - devem atuar de maneira ética e solidária, seguindo com os princípios e critérios de CES, de forma isolada, naquilo que lhes competir individualmente, e de forma integrada e interdependente, naquilo que for comum a mais de um dos elos da cadeia. É a partir da integração da cadeia que a relação ética e solidária consolida-se.

