

**XXVII ENCONTRO NACIONAL DO  
CONPEDI SALVADOR – BA**

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE  
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

**EVERTON DAS NEVES GONÇALVES**

**MARIA CLAUDIA DA SILVA ANTUNES DE SOUZA**

**MARIANA RIBEIRO SANTIAGO**

**CLAUDIA LIMA MARQUES**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

**Diretoria – CONPEDI**

**Presidente** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina

**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás

**Vice-presidente Sudeste** - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG – Minas Gerais

**Vice-presidente Nordeste** - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS – Sergipe

**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul

**Secretário Executivo** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - Unimar/Uninove – São Paulo

**Representante Discente – FEPODI**

Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo

**Conselho Fiscal:**

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro

Prof. Dr. Aires José Rover - UFSC – Santa Catarina

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP – São Paulo

Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF – Distrito Federal (suplente)

Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP – São Paulo (suplente)

**Secretarias:**

**Relações Institucionais**

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - IMED – Santa Catarina

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR – Ceará

Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM – Distrito Federal

**Relações Internacionais para o Continente Americano**

Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG – Goiás

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão

**Relações Internacionais para os demais Continentes**

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo

Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB – Paraíba

**Eventos:**

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch (UFSM – Rio Grande do Sul)

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho (Unifor – Ceará)

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta (Fumec – Minas Gerais)

**Comunicação:**

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro (UNOESC – Santa Catarina)

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho (UPF/Univali – Rio Grande do Sul)

Dr. Caio Augusto Souza Lara (ESDHC – Minas Gerais)

**Membro Nato** – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP – Pernambuco

---

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UFBA

Coordenadores: Everton das Neves Gonçalves; Maria Cláudia da S. Antunes de Souza; Mariana Ribeiro Santiago; Cláudia Lima Marques – Florianópolis: CONPEDI, 2018.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-654-3

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Direito, Cidade Sustentável e Diversidade Cultural

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Assistência. 3. Isonomia. XXVII Encontro Nacional do CONPEDI (27 : 2018 : Salvador, Brasil).

CDU: 34



# **XXVII ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI SALVADOR – BA DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

---

## **Apresentação**

É com grande satisfação que introduzimos o grande público na presente obra coletiva, composta por artigos criteriosamente selecionados, para apresentação e debates no Grupo de Trabalho intitulado “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo I”, durante o XXVII Encontro Nacional do CONPEDI, ocorrido entre 13 e 15 de junho de 2018, em Salvador/Bahia, sobre o tema “Direito, cidade sustentável e diversidade cultural”.

Os aludidos trabalhos, de incontestável relevância para a pesquisa em direito no Brasil, demonstram notável rigor técnico, sensibilidade e originalidade, em reflexões sobre o tema das relações de consumo, no contexto da globalização, à luz da ética, da sustentabilidade e da solidariedade social, paradigmas da Constituição Federal.

De fato, não se pode olvidar que a as questões da contemporaneidade implicam num olhar atento para o direito das relações de consumo, mas, ainda, extrapolam tal viés, com claro impacto em segmentos ambiental, social e econômico, envolvendo as figuras do Estado, do consumidor e da empresa, demandando uma análise integrada e interdisciplinar.

Os temas tratados nesta obra mergulham nos ideais de consumo justo e de consumo sustentável, no fenômeno do consumismo enquanto cultura, nas práticas abusivas observadas em determinados seguimentos do mercado, na proteção dos dados pessoais do consumidor, no impacto da publicidade sobre o consumo e sua autorregulação, nos aspectos da responsabilidade civil etc.

Nesse prisma, a presente obra coletiva, de inegável valor científico, demonstra uma visão lúcida e avançada sobre questões do direito das relações de consumo, suas problemáticas e sutilezas, sua importância para a defesa de uma sociedade equilibrada e das gerações futuras, pelo que certamente logrará êxito junto à comunidade acadêmica. Boa leitura!

Everton Das Neves Gonçalves (UFSC)

Maria Claudia da Silva Antunes De Souza (UNIVALI)

Mariana Ribeiro Santiago (UNIMAR)

Claudia Lima Marques (UFRGS)

Nota Técnica: Os artigos que não constam nestes Anais foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals, conforme previsto no artigo 8.1 do edital do evento. Equipe Editorial Index Law Journal - [publicacao@conpedi.org.br](mailto:publicacao@conpedi.org.br).

## **CERTIFICAÇÃO FAIR TRADE E AS ETAPAS FLOCERT: ETIQUETAGEM E CONSUMO RESPONSÁVEL**

### **FAIR TRADE CERTIFICATION AND THE FLOCERT STEPS: LABELLING AND RESPONSIBLE CONSUMPTION**

**Joana Stelzer <sup>1</sup>**  
**Guilherme Camozato <sup>2</sup>**

#### **Resumo**

Buscou-se demonstrar um dos possíveis meios de candidatura à obtenção de Certificação Fairtrade, conforme os ditames da FLO e da FLOCERT. Em termos específicos, houve empenho em: a) apresentar o desenvolvimento do movimento de Fair Trade, que surgiu como alternativa comercial contra a ordem hegemônica do mercado; b) diferenciar padrões de Comércio Justo; c) descrever os passos necessários ao processo para a obtenção da certificação. Quanto à finalidade, a pesquisa apresenta-se como descritiva. O método utilizado foi o descritivo. A bibliografia foi coletada em produção científica de reconhecidos autores e sites. Os resultados foram expostos em forma de textos.

**Palavras-chave:** Comércio justo, Certificação fairtrade, Fairtrade international, Flo, Flocert

#### **Abstract/Resumen/Résumé**

The present article aims to demonstrate one of the feasible ways to apply for a Fairtrade Labelling Certification, according to the rules established by FLO and FLOCERT. In specific terms, it was sought to: a) demonstrate the Fair Trade movement development, which started as a commercial alternative against the hegemonic market order; b) distinguish Fair trade Standards; c) list the steps to be followed by during the Certification Application. Regarding to the purpose, the research is presented as descriptive. The bibliography was collected in scientific production of recognized authors and sites.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Fair trade, Fairtrade labelling, Fairtrade international, Flo, Flocert

---

<sup>1</sup> Doutora e Mestre em Direito, na área de Relações Internacionais pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professora credenciada no Programa de Pós-Graduação em Direito (PPGD/CCJ/UFSC).

<sup>2</sup> Advogado. Graduado em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). Pós Graduado em Direito da Aduana e do Comércio Exterior Brasileiros, pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI)

## INTRODUÇÃO

A globalização motivou trocas comerciais no âmbito de um sistema multilateral de comércio, no qual ampla gama de produtos é constantemente ofertada e negociada pelas mais variadas cadeias de suprimento. Na seara das relações de consumo, o cenário não é diferente. O crescimento exponencial de novas tecnologias em diversos setores, em especial após o advento da Revolução Industrial, fez com que a economia, a indústria, o comércio e as relações interpessoais enfrentassem desafios diários, no escopo de encontrar um ponto de estabilidade socioeconômica.

A partir dessa preocupação, emerge a necessidade de informação acerca de todo o processo que envolve um determinado produto. Muitos consumidores passaram a exigir uma produção que respeitasse determinados padrões éticos, tanto pela preocupação ambiental quanto social, na qual a divisão de lucros seja distribuída de maneira mais equânime. Diante desse cenário, emergiu um contramovimento ao neoliberalismo denominado *Fair Trade* e organizações que se encarregam dessa promoção, a exemplo da Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) e sua certificadora Certifier for Fairtrade International (FLOCERT).

A essência do fenômeno consiste no estabelecimento de *standards* socioambientais em cadeias produtivas pelo cumprimento de, basicamente, três práticas: a) a sustentabilidade, em que o ecossistema é preservado; b) o estabelecimento de preços justos, em que trabalhadores recebem remunerações além da mera subsistência; e, c) a competitividade, que garante a pequenos e médios produtores uma parcela do mercado, reservada majoritariamente a grandes latifundiários e organizações.

Tendo em vista tais considerações, o estudo foi assim problematizado: de que forma ocorrem as diversas etapas da certificação *Fair Trade* no âmbito da FLOCERT e qual sua importância na identificação de produtos para relações de consumo responsáveis? Sob tal ótica, a hipótese é que a certificação desse modelo, embora despolitizado, no qual se busca reforma e aperfeiçoamento do sistema de trocas, possui o condão de aproximar consumidor responsável, embora não garanta reflexão acerca dos fundamentos originais do movimento.

Para verificação da hipótese, o objetivo geral consiste em verificar o processo de certificação denominado *Fairtrade*, no intuito de avaliar sustentabilidade. Os objetivos específicos serão assim concentrados: descrever a construção histórica do movimento de *Fair Trade*; apresentar a controvérsia que a certificação FLOCERT possui; e, evidenciar determinadas etapas da certificação FLOCERT, segundo orientação FLO.

Entre as teorias que se apresentam para trazer o almejado detalhamento enveredou-se pelas orientações dos organismos internacionais responsáveis pelas diretrizes da certificação FLO e FLOCERT, sem deixar de reconhecer o olhar crítico de Marco Coscione e mesmo da Coordenadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC). Nesse sentido, também se avaliaram as reflexões de Virginie Diaz Pedregal, Laura T. Raynolds e Elizabeth Bennet.

Quanto à metodologia, em relação aos fins foi utilizado o método descritivo, já que havia um forte propósito em evidenciar as diversas etapas da certificação. Os meios foram bibliográficos, coletados notadamente nas orientações da FLO e FLOCERT, sem deixar de considerar a produção científica de reconhecidos autores. Os resultados foram expostos exclusivamente em forma de textos. A interpretação foi de caráter gramatical e sistemático, especialmente visando à busca pelo significado das normas para coerência dentro da ideia que permeia a proposta do Fair Trade, ou seja, sustentabilidade da produção e responsabilidade no consumo.

## **1 O movimento *Fair Trade*: história e consumo responsável**

O fenômeno do Comércio Justo nasce a partir da ideia de liberdade e justiça, em que produtores e trabalhadores passam a almejar espaços para atuar de forma equitativa e participar da obtenção dos benefícios ofertados exclusivamente pela liberalização do comércio mundial. Nesse ínterim, deixa-se de lado o egoísmo de lucros individuais e todo o contexto de uma cadeia produtiva passa a ser relevante em prol da totalidade dos envolvidos. Segundo a Coordenadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC), o Comércio Justo representa “[...] um movimento social global cujas experiências pioneiras iniciaram em fins de 1940 como respostas alternativas ao fracasso do modelo de comércio convencional para promover padrões produtivos-comerciais responsáveis e sustentáveis [...]” (CLAC, 2018).

Em termos históricos, ainda que a Europa seja o berço das primeiras organizações com reconhecimento internacional daquilo do então ‘comércio equitativo’, foi na década de 60 – nos Estados Unidos da América – que o movimento vislumbrou nuances mais concretas. Conforme relatório da Plataforma Espanhola La Coordinadora Estatal de Comercio Justo, foi naquele país norte americano, nas décadas de 1940 e 1950, que começaram a se desenvolver as primeiras iniciativas de vendas de produtos artesanais que tinham por escopo a luta contra

os baixos preços do mercado internacional e a alta dependência face aos intermediários da cadeia de consumo (COORDINADORA, 2018).

Contudo, as ações estavam voltadas basicamente a iniciativas assistencialistas e humanistas, em que os países do Norte almejavam diminuir as injustiças comerciais em relação aos países do Sul, que eram, em geral, ex-colônias europeias. Seus princípios estavam baseados na obtenção de renda digna aos produtores, bem como a venda por um preço justo, de modo a estimular um consumo responsável, de forma diferenciada ao modelo consumista dominante.

Conforme dados da organização Francesa Artisans Du Monde (2018), a criação da United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), em 1964, marca o primeiro reconhecimento internacional daquilo que viria a ser conhecido como Comércio Justo. Na conferência da UCTAD de Nova Déli, em 1968, surge o *slogan* ‘*trade, not aid!*’<sup>1</sup>, assumido posteriormente por diversas organizações para explicar sua visão de negócio, no intuito de romper a lógica de que se estava prestando assistencialismo e, então, assumir o perfil de realização de comércio em si.

Nas décadas seguintes, o comércio equitativo se estruturou rapidamente e de maneira profissional, percebendo-se padronizações nacionais para certificação e comercialização, culminando no desenvolvimento de diversas organizações acerca do tema<sup>2</sup>. Ainda em um primeiro momento, os produtos eram comercializados principalmente por entidades que tinham o comércio equitativo em si como o guia central de suas atividades. Entretanto, conforme dados da World Fair Trade Organization (WFTO), na segunda metade da década de 1980 uma nova maneira de abordagem ao público foi desenvolvida: a oferta de produtos mediante a rotulagem de *Fair Trade*.

A ideia foi concebida por um clérigo (Frans Van Der Hoff) em colaboração com uma Organização Não-Governamental (ONG) holandesa cristã, junto a pequenos produtores cafeeiros no México. Tal café, produzido e comercializado respeitando condições de *Fair Trade*, estaria apto a ganhar o rótulo, de modo que esse se diferenciaria dos demais cafés convencionais disponíveis à venda no mercado. Assim surgiu, em 1988, o rótulo Max Havelaar, que já em seu início garantiu uma boa parcela de *market share* para diversos

---

<sup>1</sup> ‘Comércio, não ajuda!’. Portanto, o Comércio Justo jamais deve ser visto em sentido de ajuda, mas, de oportunidade àqueles que desejam participar do mercado.

<sup>2</sup> Ao longo dos anos, diversas ONGs e outras organizações que já praticavam comércio alternativo foram desenvolvidas. Na década de 90, a união de muitas destas culminou na criação, por exemplo, da European Fair Trade Association (EFTA), a Organização de Certificação de Produtos de Comércio Justo, a International Federation for Alternative Trade (IFAT) a Fair Trade Labelling Organization (FLO), a Fair Trade International-Certification (FLO-CERT), entre outras.



produtos (MAX HAVELAAR NETHERLANDS, 2018). Nos anos seguintes, outras organizações de rotulagem *Fair Trade* começaram a aflorar em outros países europeus, bem como na América do Norte e, no ano de 1997, a associação mundial Fairtrade Labelling International (FLO) foi criada.

No ano de 2002, a referida organização lançou a marca 'Fairtrade' (escrito junto), que passou a identificar os produtos que cumpriam com os critérios previamente definidos, sendo que, em 2004, a FLO divide-se então em duas organizações que passam a atuar de forma independente. A primeira manteve o nome Fairtrade Labelling Organizations International (e Fairtrade International - FLO, após 2011) e passou a ser responsável pela elaboração de critérios de certificação da marca, bem como prestar apoio aos produtores. Já a segunda, denominada FLO-CERT assumiu a função de inspecionar e conceder a certificação às organizações e aos produtores interessados, bem como realizar auditorias constantes com todos os envolvidos (FLO, 2018a).

Atualmente, os principais *players* de Comércio Justo no mercado internacional, segundo dados apresentados pelo Sebrae, são “os produtores, os importadores, os licenciados e as world shops” (SEBRAE, 2018). O foco do presente estudo está justamente voltado aos licenciados, vale dizer, organizações e empresas que adquirem o direito de utilizar o selo *Fairtrade*, mediante o cumprimento de critérios preestabelecidos e pagamento de licenças, que podem ser concedidas por iniciativas nacionais (movimentos organizados que promovem empresas e produtos e também mantêm entidades de certificação) ou por organizações internacionais.

A gama de produtos atualmente certificados pelo sistema FLO/FLOCERT, conforme dados trazidos pelo Sebrae (2018), “inclui café, chá, arroz, cacau, mel, açúcar, frutas frescas e até produtos manufaturados, tais como bolas de futebol. Eles são vendidos em 18 países, com 70 a 90 mil pontos de venda convencionais” (SEBRAE, 2018).

Pelo exposto, é visível o impacto do movimento no mundo, e durante seus mais de 60 anos de existência o movimento *Fair Trade* vem alcançando, ainda que de maneira tímida, cada vez mais notoriedade. Segundo dados recentes do Sebrae (2018), a expectativa da taxa de crescimento para os próximos anos gira em torno de 20% a 25%, o que é justificável, em especial, em um cenário no qual grandes *players* do mercado, políticos e empresários compreendam a demanda existente por um comércio justo e equitativo, por intermédio de profissionalização constante em prol da padronização das certificações *Fair Trade* e transformações do mercado mundial que exigem sustentabilidade.

O movimento de Comércio Justo está presente em diversas nações e a não existência de um órgão central ou legislações nacionais (ou internacionais) a tratar do tema, faz com que conceituá-lo não se encontre no rol das tarefas mais simplistas. Nesse sentido, seu posicionamento e possibilidade de criação de políticas públicas torna-se um desafio. Inicialmente delineado por movimentos humanistas (MAX HAVELAAR NETHERLANDS, 2018)<sup>3</sup>, o *Fair Trade* depositava na caridade a sua essência. Porém, com o seu desenvolvimento ao longo dos anos, um caráter além do caritativo começou a ser adotado, que é o de oposição ao sistema capitalista no comércio.

Como expõe Virginie Pedregal (2005), a atitude então solidária e posteriormente alternativa, acabou por se modificar na virada do último século, tornando o comércio equitativo em movimento despolitizado, no qual se busca reforma e aperfeiçoamento interno do próprio liberalismo econômico, incentivado pelo consumo responsável. As organizações mundiais e os movimentos sociais adotam conceito relativamente similar.

[...] parceria comercial, baseada no diálogo, na transparência e no respeito, que busca maior equidade no comércio internacional [...]; contribui para o desenvolvimento sustentável, oferece melhores condições comerciais e garante direitos aos produtores e aos trabalhadores marginalizados – especialmente nos mercados do Sul – [...].” (WFTO, 2018).

Em semelhante sentido, a Fairtrade International (FLO) conceitua o termo como:

[...] alternativa ao comércio convencional, baseada em parceria entre produtores e consumidores. Quando agricultores podem vender em condições de Comércio Justo, isso lhes proporciona um melhor negócio e melhores condições comerciais, dando-lhes uma oportunidade de melhorar suas vidas e planejar o seu futuro. O Comércio Justo oferece aos consumidores uma maneira poderosa de reduzir a pobreza através de suas compras quotidianas (FLO, 2018a).

Verifica-se que há certa consonância quanto à Teoria acerca do movimento, mas há que se ressaltar que o significado dos termos ‘justiça’ e ‘equidade’ variam em cada organização ou país, uma vez que são estruturas axiológicas e normativas de distintos locais que ditam a maneira como atuam os membros do seu sistema.

[...] políticas domésticas claramente distorcem os mercados globais, mas antes de tudo deve-se considerar que essas políticas são efetivadas segundo

---

<sup>3</sup> Em especial após a disseminação dos ideais do co-fundador da marca Max Havelaar, o missionário Frans van der Hoff, na Holanda.

uma estrutura legal, e é essa estrutura em um contexto multilateral que deve ser avaliada diante do conceito de justiça no comércio (SALDANHA, 2012, p. 17).

Ou seja, em que pese a tendência em pensar e agir conforme ditames do microambiente de produção ou comercialização de um produto *Fair Trade*, há que se considerar que o movimento é mundial e busca convergir para certa uniformidade em sua aplicabilidade.

[...] atuar localmente, pensar globalmente, coloca no centro de sua ação a vontade dos consumidores que desejam romper com a lógica predatória do comércio Norte-Sul. No entanto, não rompe totalmente com a lógica do mercado, mas introduz a reciprocidade, de presente (PEDREGAL, 2005, p. 47).

Portanto, o êxito das práticas de Comércio Justo dependerá de uma lógica combinada pautada por normas globais, mas, adaptada às particularidades locais. Assim, apesar de a seara conceitual não ser o objeto central do presente estudo, a explanação se faz necessária para elucidar que, justamente por não existir uma única organização internacional clássica é que as estruturas axiológicas locais influenciarão o movimento normativo e farão o consumo responsável assumir papel central nesse processo.

Ao conscientizar o consumidor, “cria-se um impacto na vida dos produtores por trás do cultivo, sendo possível desestimular as políticas anti-sociais e dar força àqueles que estabelecem princípios justos em sua produção (STELZER; WIEIRA, 2018, p. 28). Dessa forma, em harmonia com o próprio movimento, o processo de obtenção de certificação não se revela uniforme ao pleiteante interessado, uma vez que diversas organizações (locais, regionais, nacionais ou internacionais) podem também prestar esse serviço. A justificativa do estudo da rotulagem conforme as regras estabelecidas pela FLO e FLOCERT, dessa forma, visa justamente demonstrar uma opção de certificação reconhecida internacionalmente e que pode interessar a consumidores responsáveis em diversos países.

## **2 Padrões e Certificação Fairtrade: a (polêmica) aproximação com o consumidor**

A temática sobre a certificação FLO é controversa, especialmente quando contraposta ao Sistema CLAC, da América Latina. Sob esse aspecto, duas situações devem

ser expressas. De plano, cumpre alertar que a certificação não é necessariamente a única alternativa possível para o consumidor responsável. Afinal, é Comércio Justo toda a mercadoria que cumpre com os 10 princípios de sustentabilidade, com selo ou sem. Segundo Coscione (2015), os principais objetivos da certificação eram essencialmente dois: aumentar os volumes das vendas de pequenos produtores usando os canais convencionais de atacadistas e supermercados; e, “criar uma marca de confiança por intermédio da qual os consumidores pudessem reconhecer facilmente os produtos *Fair Trade* entre todos os produtos oferecidos tradicionalmente”. Com isso, percebe-se a importância que a certificação assume no âmbito da sociedade de consumo.

Uma segunda situação que merece destaque refere-se ao desencontro do sistema FLO como o sistema CLAC, contemporaneamente. Ainda segundo Coscione (2015), quanto o sistema de certificação estava descentralizado e existiam diversas iniciativas nacionais havia maior representatividade do produtor. “Mas, ao se criar a FLO, os produtores do Sul perderam todo tipo de representação, pois juridicamente as iniciativas nacionais do Norte eram as únicas donas do sistema”, centralizando as assembleias gerais e nas quais os produtores não tinham voz.

Tendo em vista a existência desse dilema, passa-se a descrever sobre o processo de certificação. Sob tal aspecto, cumpre fazer breve e importante diferenciação, a título de clareza terminológica, para que não se confunda o movimento de *Fair Trade* com o processo de certificação. Conforme Laura Reynolds e Elizabeth Bennet (2013), o termo “fair trade” está relacionado ao movimento em si, aos seus produtos e organizações que promovem a visão do comércio equitativo pelo mundo, sendo que, grande parte de seu crescimento está relacionado ao seu processo de certificação e pesquisas de produtos realizados pela Fairtrade International. A Fairtrade International é uma organização sem fins lucrativos e define padrões de produção e comércio, bem como estabelece auditorias nos processos de produção e na venda dos produtos certificados.

Já em termos de certificação, diferenciam as referidas estudiosas que o termo “Fairtrade” deve ser escrito em uma só palavra, com a letra inicial maiúscula, reportando assim ao sistema específico de certificação. Para as autoras, os produtos com a referida rotulagem representam, de longe, a maioria das vendas de Comércio Justo, em especial no meio agrícola e alimentício (RAYNOLDS; BENNET, 2013). A obtenção de um certificado Fairtrade é uma garantia aos licenciados de que toda a cadeia produtiva (especialmente o produtor) segue as regras determinadas pelo movimento, sem que haja benefício de sujeitos intermediários, evitando prejuízos e injustiças aos trabalhadores.

Conforme Prado (2011), por intermédio da certificação, pequenas propriedades podem agregar valor ao seu produto, ao cientificar o consumidor final de que aquele bem é oriundo de cadeia produtiva sustentável e que observa os princípios de igualdade e justiça. Tal fato motivaria consumidores (muitos deles em mero processo de aproximação com a responsabilidade no consumo) a pagarem mais por aquilo que consomem, potencializando a rentabilidade e sustentabilidade dos produtores. Os benefícios do cumprimento dos padrões estabelecidos e da candidatura à obtenção da certificação *Fairtrade* residiria, entre outros, em três aspectos: primeiro, o pagamento de preço justo ao produtor; segundo, a facilidade de identificação do produto no mercado tradicional; e, a possibilidade de aproximar o consumidor (alienado) para o consumo responsável. As vantagens da certificação, de qualquer modo, são sempre polêmicas, sendo assunto que merece profunda discussão do mundo acadêmico para otimização do seu uso.

## **2.1 Os padrões Fair Trade conforme a FLO**

Conforme a FLO, a elaboração de padrões para certificação *Fairtrade* tem, como finalidade, o apoio ao desenvolvimento sustentável de organizações de pequenos produtores, visando à melhoria do desenvolvimento socioeconômico e ambiental de uma região. A constituição da associação da FLO determina que consiste em:

[...] parte de um movimento global de Fair Trade que compartilha da visão de um mundo em que a justiça e o desenvolvimento sustentável constituem o centro das estruturas e práticas comerciais, de modo que todos, por intermédio de seu trabalho, possam manter uma vida digna e decente, e desenvolver todo seu potencial humano (FLO, 2018b).

Os padrões a serem observados são, em especial, e de forma não exaustiva, o respeito pelas pessoas, trabalhadores e meio ambiente; condições justas de pagamento aos produtores (nesse caso, entende-se por preço justo aquele acordado por diálogo); a equidade de gênero e igualdade de remuneração justa por trabalho semelhante realizado por homens ou mulheres; a transparência das organizações e das estruturas de suas atividades; o mutualismo de informações entre todos os intervenientes da cadeia produtiva; a proteção dos direitos humanos, meio ambiente e promoção de desenvolvimento sustentável; e, o envolvimento de todos os trabalhadores nas tomadas de decisão de aspectos que lhes afetam (FLO, 2018a). O cumprimento desses critérios busca proporcionar relações comerciais estáveis e de longo

prazo, garantindo aos produtores marginalizados a capacitação para que tenham acesso ao mercado e potencializem seus ganhos, mediante trocas comerciais equitativas.

Além dos padrões *Fairtrade*, cabe ainda à FLO definir, embasada na demanda de produtos, quem são os potenciais participantes ou não dos processos de certificação. Portanto, uma organização de produtores só conseguirá obter êxito no pleito pela rotulagem de seus produtos, caso exista demanda para seu consumo. Em sentido semelhante, as organizações de compradores somente serão certificadas pela FLO mediante a existência de oferta compatível à demanda, de modo a garantir o preço mínimo a ser praticado, evitando desgastes negociais entre fornecedores e compradores.

Além disso, a Fairtrade International esclarece que os entes certificados devem sempre respeitar a legislação nacional do país em que se encontra e aplicar os critérios da Fairtrade International somente quando esses forem mais benéficos e completos do que os locais (FLO, 2018c). O certificado *Fairtrade* será obtido, como observado, somente a partir da satisfação dos requisitos apresentados. As listas de conformidade às quais se submetem os produtores e comerciantes são extensas e detalhadas por espécie de produto e tipo de organização, não sendo oportuno o detalhamento neste estudo.

Aos interessados, o processo de elaboração dos critérios de *Fairtrade* encontra-se pormenorizado no *website* da FLO, cabendo ao presente trabalho somente apresentar os passos principais do processo de candidatura à certificação, pela certificadora FLO-CERT.

## **2.2 A certificação pelos critérios FLOCERT**

A FLOCERT concede certificação a toda uma cadeia produtiva, abrangendo desde o atacado a associações de pequenos produtores. A utilização do selo nos produtos finais configura a única garantia aos consumidores de que os produtores receberam um preço justo que cobrem seus custos de produção, garantem a estabilidade do meio ambiente e auxiliam em seu desenvolvimento socioeconômico.

O interessado deve estar ciente de que os critérios da FLO e os requisitos da certificação não são imutáveis. Portanto, é prudente a verificação constante desses critérios junto às organizações, para que não haja nenhuma surpresa ou pendência a ser superada.

Destaca-se que o sistema de certificação da FLOCERT não possui marca própria de certificado. O seu propósito é a averiguação de cumprimento dos critérios determinados pela Fairtrade International e posterior emissão do certificado. Assim, uma vez que o pleiteante

recebe sua certificação, tanto esse quanto os demais participantes da cadeia produtiva estão aptos a entrar em contato com a FLO para que obtenham o direito de uso da marca Fairtrade International Certification (FLO, 2018a). A organização opera em cinco diferentes idiomas: inglês, francês, espanhol, português e alemão. Toda a documentação e a prestação de serviço ao cliente poderão ser realizadas nesses idiomas, contudo, conforme informado pela entidade, em caso de conflito de interpretação de normas, o inglês será utilizado como língua principal.

Assim, antes que se passe a descrever a obtenção da certificação, cumpre esclarecer que se almeja traçar um panorama geral, somente com o fito de ilustrar a que processo os produtos são submetidos no afã de articular os pressupostos de um consumo com responsabilidade. Afinal, a FLOCERT concede o serviço a mais de quinze categorias de produtos, desde agrícola a industrializados, e a cada um desses produtos aplicam-se particularidades diferentes no momento da solicitação. Nesse sentido, os critérios de *compliance* estabelecidos pela FLOCERT estão voltados à auditoria de Trabalho Contratado, Certificação Comercial e Organização de Pequenos Produtores, sendo que, somente o arquivo que contém o *checklist* (FLOCERT, 2018a) referente à essa última, possui 167 páginas de critérios a serem checados.

A obtenção da certificação divide-se, basicamente, em cinco fases, o registro, a auditoria, a avaliação, a decisão e o acompanhamento (FLOCERT, 2018a). Inicialmente, o interessado deverá atentar ao tópico Área de Candidatura que, além de tratar da questão de uso da marca, explicita quem precisa se candidatar à Certificação *Fairtrade*, vale dizer:

Todas as organizações/empresas (produtores e comerciantes) que desejam negociar sob condições Fairtrade precisam ser certificadas Fairtrade e, portanto, candidatar-se à certificação Fairtrade. Organizações/empresas que recebem ou manuseiam os Prêmios Fairtrade também devem se candidatar para a certificação Fairtrade. (FLOCERT, 2018a).

O escopo Fairtrade de aplicabilidade deve também estar em consonância com as definições da Fairtrade International, quanto ao produto àquela para qual a certificação é solicitada, quanto ao país onde o produto é cultivado e/ou comercializado e quanto à configuração da empresa solicitante. Portanto, conforme norma da organização:

A fim de obter a certificação Fairtrade, você é solicitado a comprovar a conformidade com os Critérios Fairtrade aplicáveis. A FLOCERT aconselha você a se familiarizar com os requisitos dos Critérios Fairtrade relevantes e com os Critérios de Conformidade da FLOCERT antes de submeter uma candidatura oficial. (FLOCERT, 2018a)

Percebe-se que a recomendação é no sentido de que o candidato deve promover sua candidatura à certificação somente após análise de sua conformidade aos critérios da Fairtrade International (FLO, 2018c). Tais critérios têm a função de traduzir os requisitos de Fairtrade em tópicos de controle que deverão ser verificados e avaliados durante o processo. A falta de conformidade com algum dos tópicos constitui uma não-conformidade com o respectivo requisito do Critério. Contudo, conforme as regras da organização, cada um está relacionado a um prazo específico a ser cumprido em tempo propício.

A observância de tais critérios é de extrema importância, pois conforme a lista Pública de Critérios de Conformidade da organização “nem todos os critérios têm de ser cumpridos em todos os casos: alguns aplicam-se apenas a certos produtos e outros aplicam-se apenas a certos tipos de operadores” (FLOCERT, 2018b). Ou seja, o candidato deve estar atento a todas as exigências, para que haja precisão no momento de sua candidatura, evitando contratempos e alargamento de prazos para regularização.

Superada essa etapa, o interessado deve solicitar um dossiê de candidatura à FLOCERT, mediante e-mail enviado à organização, conforme tópico 5 da *CERT Application*. Recebido o pedido, uma equipe irá atribuir uma Identificação (ID) de Candidatura e encaminhar o referido dossiê, que inclui: um questionário de candidatura; os modelos de documentos relevantes para o questionário; as informações sobre a certificação e requisitos *Fairtrade*, incluindo os custos envolvidos; e, por fim, um contrato de certificação que regulamenta os direitos e as responsabilidades contratuais.

Ademais, há uma taxa a ser paga para que a candidatura seja realizada, sendo que não há reembolso em caso de não aprovação. A referida taxa é independente de função comercial, número de produtos aos quais se está candidatando ou configuração da estrutura do negócio. O interessado pode calcular uma estimativa das taxas às quais está submetido diretamente no site da FLOCERT (2018d). Uma vez quitada a taxa de candidatura, a FLOCERT processa o pedido e, aprovadas todas as exigências do processo, é emitida uma ID permanente, que possibilita o interessado a usufruir do portal de certificação web da empresa.

Concedido o registro, passa-se à fase da auditoria em que um auditor especializado na região do candidato irá operar visitas *in loco*, realizar reuniões com produtores, trabalhadores e membros das organizações, bem como verificar documentos financeiros e demais que julgar necessários ao pleno funcionamento conforme os padrões necessários. Concluída a auditoria, um analista de certificação irá receber um relatório e avaliar os resultados e, nesse momento, será concedido ao candidato a oportunidade de alterar qualquer



área de seu negócio no qual não haja conformidade com os critérios *Fairtrade* (FLOCERT, 2018c).

Dirimidas todas as questões inerentes à candidatura, a FLOCERT emite sua decisão, de que o pleiteante está ou não apto a se tornar uma organização *Fairtrade*. Se aprovado, inicia-se, por derradeiro, a fase de acompanhamento, chamada de ciclo de certificação de três anos, em que auditorias constantes são realizadas a fim de controlar se o desempenho da organização está satisfazendo os padrões *Fairtrade* aos quais está submetida.

Conforme a organização, ao final de cada ciclo ocorre uma auditoria de renovação. Também durante o ciclo podem ser realizadas duas auditorias de confirmação (conhecidas como ‘não anunciadas’), de acordo com avaliação de necessidades individuais, a fim de verificar a conformidade com (a) os Critérios *Fairtrade*, (b) o Valor do Prêmio *Fairtrade* recebido ou pago, e (c) a configuração individual da organização. Ademais, outras auditorias não anunciadas podem ser realizadas em qualquer momento, caso haja fortes indícios de que as atividades da organização revelem desvios críticos dos critérios.

Ainda, em qualquer etapa da candidatura, caso o pleiteante tenha seu pedido recusado por algum motivo, é possível realizar alterações para atingir as conformidades exigidas pelos critérios da FLO, bem como candidatar-se novamente, sempre tendo seu direito ao contraditório assegurado durante o processo, podendo utilizar recursos como contestações, pedidos de revisão e esclarecimentos.

Assim, recebida a certificação, e adequadas suas áreas ambientais e sociais, a organização passa a agregar valor (de sustentabilidade) ao produto, a partir da alavancagem e destaque que o selo oferece no mercado, no intuito de gerar benefícios a todos seus produtores e consumidores. Contudo, deve-se ter ciência de que além da certificação, a organização deve manter suas condutas dentro dos padrões, prezando pela democracia, equilíbrio socioambiental e respeito à divisão de trabalho e vida dos produtores.

Comércio Justo “envolve processo longo de convencimento, mudança estrutural e cultural da postura individual em coletividade, compromissos coletivos e emancipação social em detrimento do individualismo catastrófico que devasta as riquezas naturais do meio ambiente e corrói a amalgama social das hodiernas sociedades” (STELZER; GONÇALVES, 2016). Tendo em vista que é progressiva a exigência por um mundo mais justo solidário, os produtos de Fair Trade devem deixar de lado o caráter estratégico de marketing e as organizações detentoras de um selo de certificação precisam passar a um mercado diferenciado, que preza pela valorização de toda a cadeia produtiva.

## CONCLUSÃO

O *Fair Trade* ganha espaço desde a década de 1940, revelando diversas práticas de produtores, associações, cooperativas, empresas, entre outros sujeitos, que se esforçaram para criação de *standards*, especialmente quanto à certificação. Nesse ponto, não se obteve consenso, já que iniciativas locais também se impuseram. Tal fato não deve representar falta de êxito, mas, a grande diversidade que o movimento comporta. Nesse sentido, a América Latina por intermédio da CLAC revelou necessidades próprias, com prioridades axiológicas distintas dos europeus.

A FLO é, atualmente, a mais consagrada organização de *Fair Trade* e atua de maneira independente, tendo por escopo, dentre outros, o estabelecimento de critérios *Fair Trade*. Assim, por intermédio de sua empresa FLOCERT, promove a certificação dos produtos e realiza o monitoramento externo, no intuito de promover a necessária transparência ao processo.

Embora o *Fair Trade* tenha um desenvolvimento muito tímido, uma vez que é contrário aos interesses da hegemonia do mercado, acaba sofrendo os reveses típicos de um contramovimento. A finalidade do *Fair Trade* é promover o encontro dos que produzem, conforme critérios previamente ajustados, com consumidores que entendem e buscam produtos que seguem padrões éticos e justos em toda a cadeia de produção. Torna-se forçoso, contudo, reconhecer que, embora polêmica, a etiquetagem *Fairtrade* possui o mérito de viabilizar a certificação para grande número produtores.

Nesse ponto, foi possível revelar de forma resumida as principais características e critérios da candidatura para obtenção da certificação *Fairtrade*, com destaque para a etapa do registro, embora também se tenha feito menção à auditoria, à avaliação, à decisão e ao acompanhamento. Com isso, os padrões sustentados pela FLO foram observados, com destaque o respeito pelos produtores e meio ambiente; condições justas de pagamento, transparência nos processos e, enfim, promoção de desenvolvimento sustentável.

Por outro lado, a responsabilidade no consumo é uma circunstância de estudo complexa, haja vista o paradoxo que caracteriza a presença de produtos *Fairtrade* em mercados tradicionais. Se, por um lado, assegura-se o consumo de produtos ditos ‘justos’, em virtude da possibilidade de aproximação do consumidor desatento às exigências de sustentabilidade; por outro, parece não haver a necessária reflexão para efetiva mudança de postura diante de um *Free Trade* vertiginoso. Aliás, não se deve esquecer que o modelo FLO

também não permite grande margem para decisão conjunta do produtor em relação aos próprios padrões designados.

Finalmente resta alertar que embora o peso da certificação seja significativo, a simples ausência de um rótulo não desqualifica um produto como oriundo de comércio justo, caso este tenha sido produzido em uma cadeia que observa os critérios de sustentabilidade. Assim sendo, emerge a importância dos consumidores promoverem esforços individuais para localização e aproximação do que realmente é 'justo' no comércio, sem atribuir exclusivamente às certificadoras a missão de conferir dignidade aos produtores por intermédio da etiquetagem.

## REFERÊNCIAS

ARTISANS DU MONDE. **Historique**. Disponível em <<https://www.artisansdumonde.org/comprendre/le-commerce-equitable/historique>> Acesso em: 16 fev. 2018.

CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo). **Qué es la CLAC**. Disponível em: <<http://www.http://clac-comerciojusto.org/que-es-la-clac/quienes-somos/>> Acesso em: 08 fev. 2018.

COORDINADORA (Coordinadora Estatal de Comercio Justo). **Que es el comercio justo**. Disponível em <<http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/historia/>> Acesso em 07. fev. 2018.

COSCIONE, Marco. **América Latina y el sentido originario del comercio justo**. 2015. Disponível em: <<http://revistas.flacsoandes.edu.ec/eutopia/article/view/1633>> Acesso em: 02. mar. 2018.

FLO (Fairtrade Labelling Organizations International). **Our Standards**. Disponível em <[www.fairtrade.net/](http://www.fairtrade.net/)> Acesso em: 16 fev. 2018a.

FLO (Fairtrade Labelling Organizations International). **Constitution of the Association**. Disponível em: <[https://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/about\\_us/documents/151014-Constitution-Fairtrade-International-EN.pdf](https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/about_us/documents/151014-Constitution-Fairtrade-International-EN.pdf)> Acesso em: 16 fev. 2018b.

FLO (Fairtrade Labelling Organizations International). **Documento Explicativo para o Critério do Comércio Justo Fairtrade para Organizações de Pequenos Produtores.**

Disponível em :

<[https://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/standards/documents/2014-01-15\\_PT\\_SPO\\_Explan\\_Doc.pdf](https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2014-01-15_PT_SPO_Explan_Doc.pdf)> Acesso em: 21 mar. 2018c.

FLOCERT (Certifier for Fairtrade International). **Application for Fairtrade Certification. Standard Operating Procedure.** Disponível em: <[https://www.flocert.net/wp-content/uploads/2017/09/Application-Fairtrade-Certification\\_SOP-en.pdf](https://www.flocert.net/wp-content/uploads/2017/09/Application-Fairtrade-Certification_SOP-en.pdf)> Acesso em: 19 mar. 2018a.

FLOCERT (Certifier for Fairtrade International). **Assuring fairness.** Disponível em: <<https://www.flocert.net/>> Acesso em 10 mar. 2018b.

FLOCERT (Certifier for Fairtrade International). **Auditoria. Procedimento Operacional Padrao.** Disponível em <[https://www.flocert.net/wp-content/uploads/2017/09/Auditoria\\_POP\\_pt.pdf](https://www.flocert.net/wp-content/uploads/2017/09/Auditoria_POP_pt.pdf)> Acesso em: 21 mar. 2018c.

FLOCERT (Certifier for Fairtrade International). **Cost Calculator.** Disponível em: <<https://www.flocert.net/solutions/fairtrade-resources/cost-calculator/>> Acesso em: 21 mar. 2018d.

MAX HAVELAAR NETHERLANDS. **Quem Somos Nós.** Disponível em <[http://maxhavelaar.nl/wie\\_zijn\\_wij](http://maxhavelaar.nl/wie_zijn_wij)> Acesso em: 05 mar. 2018.

PEDREGAL, Virginie Diaz. **Le Commerce équitable dans la France contemporaine.** Paris: L'Harmattan, 2007.

PRADO, A. S. **Certificação Fair Trade na Cafeicultura:** o caso da cooperativa dos agricultores familiares do município de Poço Fundo e região. 2011. Monografia (Especialização Gestão do Agronegócio) - Universidade Federal de Lavras, 2011.

RAYNOLDS, Laura T ; BENNET, Elizabeth A. **Introduction to research on fair trade**. 2013. Disponível em: <[http://www.elizabethannebennett.com/wp-content/uploads/2013/06/Fair\\_trade\\_handbook\\_-\\_intro\\_chapter\\_RAYNOLDS\\_BENNETT\\_2015.pdf](http://www.elizabethannebennett.com/wp-content/uploads/2013/06/Fair_trade_handbook_-_intro_chapter_RAYNOLDS_BENNETT_2015.pdf)> Acesso em: 07 mar. 2018.

SALDANHA, Eduardo. Desenvolvimento e tratamento especial e diferenciado na OMC: uma abordagem sob a perspectiva da doutrina do *stare decisis* – Parte I. **Revista de Direito Econômico e Sociambiental**. Curitiba, v.3, n.1, jan/jun. 2012.

SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). **Produtos Certificados** – Selo Fairtrade. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-fair-trade-comercio-justo>> Acesso em 21 mar. 2018.

STELZER, Joana; WIEIRA, Keite. **A certificação Fair Trade na WFTO**: um estudo sobre princípios e critérios para segurança do consumidor. 2018. Disponível em: <<http://indexlaw.org/index.php/revistadgrc/article/view/2481/pdf>> Acesso em 17 mar. 2018.

STELZER, Joana; GONÇALVES, Everton das Neves. **O comércio justo e o consumo ético**: a visão econômico-jurídica do Fair Trade. 2016. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=22f7e834551fbb0f>> Acesso em 11 mar. 2018.

WFTO (World Fair Trade Organization). **Fair Trade**. Disponível em: <<https://wfto.com>> Acesso em: 16 fev. 2018.