

III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO INTERNACIONAL I

FLORISBAL DE SOUZA DEL OLMO

FREDERICO EDUARDO ZENEDIN GLITZ

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal 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

Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

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

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

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

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Representante Discente:

Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

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

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

Comunicação:

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

Relações Internacionais para o Continente Americano:

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

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

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

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

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

Eventos:

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UMICAP - Pernambuco

D597

Direito internacional I [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Florisbal de Souza Del Olmo; Frederico Eduardo Zenedin Glitz – Florianópolis: CONPEDI, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-335-1

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Saúde: segurança humana para a democracia

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Internacional. III Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2021 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO INTERNACIONAL I

Apresentação

DIREITO INTERNACIONAL

A presente coletânea é composta dos trabalhos aprovados, apresentados e debatidos no Grupo de Trabalho: “Direito Internacional I”, no âmbito do III Encontro Virtual do CONPEDI, realizado entre os dias 23 a 28 de junho de 2021 e que teve como temática central “Saúde: segurança humana para a democracia”.

Os trabalhos expostos desenvolveram em diversas temáticas atinentes ao Direito Internacional, especialmente: Relações Internacionais, Sustentabilidade e comércio internacional, Direitos Humanos, Direito Internacional Privado, Direito Penal Internacional

No tema das relações internacionais e direito à saúde, Ines Lopes de Abreu Mendes de Toledo e Marcela Faria de Magalhães abordaram a crescente participação da China como ato internacional na área da Saúde e como este protagonismo pode condicionar o acesso à vacinação como instrumento diplomático. Já William Paiva Marques Júnior abordou a necessidade do reconhecimento do constitucionalismo global em especial em tempos de pandemia sanitária.

Na temática da sustentabilidade e do comércio internacional, Joana Stelzer, Monique de Medeiros Fidelis e Michelle de Medeiros Fidélis apresentaram o fair trade como importante mecanismo de promoção da justiça social nas trocas comerciais internacionais. Por outro lado, Gabriela Soldano Garcez e Renata Soares Bonavides analisaram os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio e do Desenvolvimento Sustentável como mecanismos de viabilização da sustentabilidade pós-pandêmica.

Larissa Mylena De Paiva Silveira e Lucas David Campos De Siqueira Camargo apresentaram a noção dos estabelecimentos childfree e questionaram sua legalidade a partir de uma perspectiva de Direito comparado. Também na temática dos Direitos humanos, Gabriel Victor Harache Serra e Monica Teresa Costa Sousa questionaram se o uso da força, no Direito Internacional, seria medida legítima para combater graves violações de direitos humanos. Já Vitória Helena Almeida Schettini Ribeiro, Giovanni Olsson e Isadora Kauana

Lazaretti abordaram a “Segurança humana” como pauta internacional e seu tratamento no Brasil e Gabriel Pedro Moreira Damasceno questionou como as relações de Direito Internacional se ainda se pautam pela lógica da colonialidade e da imperialidade.

Dentro do Direito Internacional Privado, Tatiana Bruhn Parmeggiani Gomes e Amanda de Moura Cañizo Pereira trataram da recepção pelo Direito brasileiro das dívidas de jogo contraídas no exterior e das recentes propostas de alteração legislativa. Já Ricardo Galvão de Sousa Lins, Tiago Batista dos Santos e Yara Maria Pereira Gurgel apresentara, a discussão sobre o Direito aplicável aos contratos internacionais de trabalho marítimo segundo o Direito brasileiro e Beatriz Peixoto Nóbrega e Ivanka Franci Delgado Nobre apresentaram a complexidade de efetivação da prestação internacional de alimentos.

Abordando o Direito Penal Internacional, Mariana Della Torre Real, por sua vez, tratou a possível construção jurisprudencial no Tribunal Penal Internacional, enquanto Gabriel Salazar Curty e Amanda Castro Machado realizaram estudo de caso sobre a jurisdição do TPI sobre o “ecocídio”.

Por fim, Edson Ricardo Saleme, Claudino Gomes e Renata Soares Bonavides realizaram balanço crítico do trigésimo aniversário do MERCOSUL.

É com grande satisfação que os coordenadores apresentam a presente obra, agradecendo as reflexões apresentadas e debatidas e destacam a dedicação e competência de toda a equipe do CONPEDI pela organização e realização de evento.

Prof. Dr. Florisbal de Souza Del Olmo

Prof. Dr. Frederico Eduardo Zenedin Glitz

FAIR TRADE: O INOVADOR MECANISMO MUNDIAL DE COMÉRCIO

FAIR TRADE: THE INNOVATIVE WORLD TRADE MECHANISM

Joana Stelzer ¹

Monique de Medeiros Fidelis ²

Michelle de Medeiros Fidélis ³

Resumo

O fenômeno do Fair Trade (Comércio Justo) é um movimento transnacional abordado neste estudo que buscou como objetivos específicos: abordar as principais concepções do Fair Trade; apresentar o surgimento e desenvolvimento do fenômeno comercial (ocorrência e previsão normativa no Brasil); e, relatar seus organismos e uma síntese dos princípios e regras de certificação. Tem por problema: Como as trocas comerciais possuem um alternativa ao comércio convencional capaz de promover valores de justiça social, seja no âmbito internacional quanto no nacional? Quanto à natureza, a pesquisa foi pura, bibliográfica, descritiva, tendo por método o dedutivo com resultados em forma de textos.

Palavras-chave: Fair trade (comércio justo), Responsabilidade econômico-social, Análise econômica do direito, Direitos sociais

Abstract/Resumen/Résumé

The Fair Trade phenomenon is a transnational movement addressed in this study that sought as specific objectives: to address the main concepts of Fair Trade; to present the emerge and development of the commercial phenomenon (occurrence and normative prediction in Brazil); and, report its organization and its principles and rules of certification. It has the problem: How do trade have an alternative to conventional trade capable of promoting values of social justice, both at the international and national levels? As for nature, the research was pure, bibliographic, descriptive, using the deductive method with results in the form of texts.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Fair trade, Economic-social responsibility, Law and economics, Social rights

¹ Mestra e Doutora em Direito - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Pós-Doutora - Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (FADUSP)

² Mestra em Direito - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Doutoranda - Programa de Pós-Graduação em Direito - Universidade Federal de Santa Catarina (PPGD/UFSC)

³ Pós-graduanda em Jurisdição Federal

1 INTRODUÇÃO

Os relatos históricos são testemunho das possibilidades que o comércio propiciou para as diversas civilizações, crescimento econômico e desenvolvimento, inclusive do Estado. Além do mais, restou relevado que o comércio prosperou como forma de aglutinação de ideologias, etnologias, nacionalidades e territórios.

É inegável e notório que a repercussão da influência que o cenário de trocas comerciais promove, exige uma série de reflexões nos estudos da ciência jurídica. A realidade do comércio mundial, com suas fórmulas liberalizantes, é um cenário que além de não fomentar a igualdade material entre os Estados e empresas, traz externalidades negativas que vão desde miseráveis condições aos produtores e empregados até o consumismo acrítico. Logo, é imprescindível incentivar e promover estudos voltados para novas possibilidades comerciais que viabilizam a justiça social. Assim, além da importância da temática, o objetivo deste artigo consiste em demonstrar que é possível melhores condições econômicas-sociais por intermédio da prática comercial.

Em decorrência, surgiu o *Fair Trade* (Comércio Justo), fenômeno pouco conhecido e divulgado no Brasil, sendo um movimento transnacional de dimensões múltiplas (social, econômico, ambiental e político) preocupado em buscar estabelecer o desenvolvimento de uma série de fatores para ser justo em diversos fatores. Para isto, esse tipo de modelo de comércio possui princípios e regras de certificação em seu sistema, os quais estruturam o seu funcionamento e existência, sendo composto ainda por diversos organismos, na qualidade de atores transnacionais.

Portanto, tendo em vista tais apontamentos e na qualidade de objetivos específicos, buscou-se: abordar as principais concepções do *Fair Trade*; apresentar surgimento e desenvolvimento do fenômeno (também denota-se sua ocorrência e previsão normativa no Brasil); e, relatar os organismos que integram o sistema, com uma síntese dos princípios e das regras gerais de certificação.

A problemática consiste no seguinte: as trocas comerciais possuem uma alternativa ao comércio convencional capaz de promover valores de justiça social, seja no âmbito internacional quanto no nacional? A investigação justifica-se de várias formas: promover discussões por intermédio desse contexto inovador, persuasivo e progressista. Instiga futuras pesquisas que possam impactar favoravelmente o assunto considerado ainda pouco debatido e ainda inédito, além de estimular debates que aperfeiçoem essa sistemática de comércio propagando ainda sua aparência, essência, funcionamento e seus motivos para tanto.

Quanto à natureza, a pesquisa foi pura abordando o problema de forma teórica, tendo como técnica de pesquisa a forma essencialmente a bibliográfica. Quanto aos fins, a pesquisa foi de cunho descritivo tendo por método de abordagem o dedutivo, e os resultados foram expostos em forma de texto.

2 A VISÃO ECONÔMICA-JURÍDICA DO *FAIR TRADE*: APRECIÇÃO CONCEITUAL

Na realidade atual, as fórmulas liberalizantes do comércio mundial possuem construções jurídicas institucionalizadas incapazes de distribuir riqueza e de fomentar a igualdade material entre os Estados, ocasionando com que os países em desenvolvimento tenham que desfazer as barreiras, em especial nos grandes mercados (STELZER; GONÇALVES; TODESCAT, 2016, p. 21-22).

O *Fair Trade* (Comércio Justo)¹ é um movimento transnacional de dimensões múltiplas (social, econômico, ambiental, político), regido por valores éticos e que se preocupa com toda a cadeia logística², sendo uma alternativa ao comércio convencional (*Free Trade*) da OMC e ao comércio integracionista (presente na União Europeia, por exemplo), pois preocupa-se com a promoção de condições de mercado mais justas entre países consumidores e produtores de países em desenvolvimento (ou seja, há atenção tanto para que o consumidor possa adquirir bens de forma ética quanto para com as condições de trabalho do produtor - além de sua família e comunidade). Destarte, o comércio é dito como “justo” devido a uma variedade de fatores, mas em especial “porque o preço é justo, vale dizer, cobra os custos de um rendimento digno, ambientalmente responsável e socialmente inclusor”. Sendo assim, para o *Fair Trade*, as pessoas são consideradas mais importantes que o lucro (STELZER; GONÇALVES, 2013a, p. 298, 300; STELZER; GONÇALVES, 2014a, p. 276).

O objetivo central do *Fair Trade* é almejar o desenvolvimento sustentável por meio da redução de assimetrias entre as nações, por intermédio das trocas comerciais justas nas

¹ O *Fair Trade* é uma expressão em inglês, ao qual, no presente estudo, será utilizado dessa forma ou por intermédio da tradução de sentido idêntico: Comércio Justo. A expressão em inglês é usada predominantemente, em especial no âmbito acadêmico. Estudos diferenciam o movimento europeu do latino americano, no entanto, por ora, será utilizada a expressão como mera tradução.

² Desconhece-se uma expressão melhor que ‘cadeia produtiva’ (do inglês: *Supply Chain Management*), expressão que decorre do movimento gerencialista. Esta cadeia é composta de movimentação de fluxo de informações e produtos físicos entre empresas. No *Fair Trade*, essa expressão visa destacar os valores de justiça social, refletindo acerca dos inúmeros sujeitos envolvidos e do fluxo de informação que fluem ao longo da cadeia (STELZER; GONÇALVES, 2013a, p. 298).

relações de mercado internacional. Finalmente, o *Fair Trade* atinge com suas ações, não apenas o mercado internacional, mas também o local, já que um reflete no outro.

A International Federation of Alternative Trade (Federação Internacional de Comércio Alternativo) define o Comércio Justo (*Fair Trade*, em inglês) como uma parceria comercial, baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional, contribuindo para o desenvolvimento sustentável por meio de melhores condições de troca e garantia dos direitos para produtores e trabalhadores à margem do mercado, principalmente no Hemisfério Sul (SEBRAE, 2016, p. 1).

A norma brasileira, no art. 2º, I, do Dec. 7.358/2010, traz a definição de Comércio Justo e Solidário como “prática comercial diferenciada pautada nos valores de justiça social e solidariedade realizada pelos empreendimentos econômicos solidários”. Nesse mesmo artigo, no inciso V, traz também a definição de preço justo o qual 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.” (BRASIL, 2010, p. 1).

Porém, importante ressaltar que o Comércio Justo e a Economia Solidária não são sinônimos pois diferenciam-se quanto à questão de mercado. Enquanto a Economia Solidária possui lógica inversa ao capitalismo e visa à criação de mercados alternativos; o Comércio Justo não apoia e nem se opõe ao sistema de mercado capitalista, nem se adentrando nesta discussão em seu âmbito, porém, o Comércio Justo visa inserir produtores no mercado capitalista (GONÇALVES; STELZER, 2015, p. 192).

O *Fair Trade* é uma modalidade de comércio internacional e um movimento social que visa estabelecer preços justos, padrões sociais e ambientais equilibrados nas cadeias produtivas, com o objetivo de promover o encontro de consumidores éticos com produtores responsáveis (COTERA; ORTIZ, 2009, p. 60). O *Fair Trade* é considerado um contexto de comércio sadio com consumidor responsável (GONÇALVES; STELZER, 2015, p. 181).

Como pode se perceber, o consumo ético é algo atrelado na concepção do *Fair Trade*, já que nesse tipo de comércio alternativo, visa-se a um consumo consciente, ou seja, um consumo apenas na aquisição do necessário, sem exageros ou distorções, e em observância nas escolhas de produtos que respeitam os recursos naturais, que amparam os trabalhadores e que estimulam os respeitos humanos (como igualdade de gênero, a proibição de trabalho infantil, ou de trabalho forçado). Essa ideia tem por base de que todo consumo carrega consequências, já que toda decisão de compra de produto ou serviço influencia em condições humanas e ambientais em que foram produzidos e comercializados, e em critérios de qualidade e preço (GONÇALVES; STELZER, 2015, p. 189). Lévinas (2004, p. 141)

afirma que neste estilo de consumo responsável, há sempre uma perspectiva de responsabilidade de uns para com os outros e de alteridade. Logo, Fretel e Simoncelle-Bourque (2003, p. 48-49) confirmam que não há como existir *Fair Trade* sem consumidores conscientes, responsáveis e solidários, pois estes reconhecem o real valor do produto e respeitam e promovem por intermédio de seus “votos de compra” a melhor qualidade de vida individual e social. Em resumo, pode-se dizer que os consumidores “impulsionam a relação negocial à medida que transformam o ato de consumo em ato político de inclusão social” (STELZER; GONÇALVES, 2014b, p. 249).

O *Fair Trade* também pode ser compreendido como um movimento que vai contra aos efeitos negativos da globalização contemporânea (RAYNOLDS; MURRAY, 2007, p. 6 apud RAYNOLDS, MURRAY, WILKISON). Trata-se de um movimento que envida esforços para alterar injustas estruturas do comércio mundial, incluindo diversos sujeitos que intervêm na cadeia comercial: exportadores, importadores, transportadores, transformadores, distribuidoras, poderes públicos, organizações sindicais, produtores, entre outros (STELZER; GONÇALVES, 2014a, p. 276).

A partir de visão inovadora, inclusiva, progressista e, acima de tudo persuasiva, o *Fair Trade* preocupa-se para uma ação conjunta, reflexiva e orientada para um mundo transnacional fraterno e de busca das melhores condições econômicas-sociais por intermédio da prática comercial. Com isso, emergiram os princípios e as regras de certificação, além de códigos de conduta que se ocupam em estruturar juridicamente as regras do comércio justo na qualidade de tratamento hermenêutico inclusor do comércio transnacional. A consecução de uma justiça comercial geral e defensora dos interesses das presentes e futuras gerações é possível, especialmente quando consumo deixa de ser uma atitude egoísta de satisfação individual para se transformar em ato político de inclusão social: produtores, organizações de apoio e consumidores em rede (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 63).

Este movimento aduz a possibilidade de se pensar uma prática comercial capaz de, por intermédio da consciência de um consumo ético, fomentar melhores condições na sociedade em que está inserido com o intuito de incluir uma parcela de produtores - em geral marginalizados - no cerne da previsão de uma melhor condição de vida.

2.1 PREMISSAS DO FAIR TRADE: ORIGEM E DESENVOLVIMENTO

Não há unanimidade sobre a origem do *Fair Trade*, pois pode se notar uma sobreposição de ações que apenas com a globalização ganhou unicidade de propositura (STELZER; GONÇALVES, 2014b, p. 253). Para alguns autores, a origem deu-se pelo movimento cooperativista. As cooperativas buscavam “a redução dos custos de

intermediação, a ideia central consistia em um preço melhor para produtores e consumidores” (STELZER; GONÇALVES, 2013a, p. 300).

A origem do movimento *Fair Trade* pode ser traçado a partir dos anos de 1940 e 1950 na América do Norte e na Europa quando as missões cristãs lideravam Organizações Não Governamentais - ONGs, vendendo produtos artesanais de produtores e artesãos dos países pobres do hemisfério Sul. Na Europa, o *Fair Trade* foi liderado por um grupo holandês católico e pela Oxfam. Na América do Norte, ocorreu devido aos esforços de um programa da Igreja de Brethren e pelo *Mennonite Central Committee*. Nos anos 1950 e 1960 essas ONGs desenvolveram as denominadas *Alternative Trade Organizations* - ATOs articulando a importação e venda desse artesanato por meio grupos de solidariedade da Igreja e por intermédio de solicitação por correio (FRIDELL, 2004; DORAN; NATALE, 2010 *apud* BOSSLE, 2011, p. 19).

Segundo a WFTO (2015), o fenômeno do *Fair Trade* começou nos Estados Unidos, na *Ten Thousand Villages* (anteriormente *Self Help Crafts*) que começou em 1946 a comprar costura de Porto Rico. A primeira loja formal do *Fair Trade* foi inaugurada em 1958 nos Estados Unidos.

Porém, para a maioria dos estudiosos, a origem do *Fair Trade* foi ao final dos anos 60, como fenômeno de movimento social, quando na Europa foram estabelecidas organizações de comércio alternativo. Sob esse enfoque, ocorreu na Holanda em 1967 a *Fair Trade Organisati*, com uma “concepção de um comércio que viabilizasse ao produtor uma remuneração justa por seu trabalho”. Nesse contexto, em 1988, o primeiro produto a encaixar-se nas exigências do *Fair Trade* foi o café, certificando a mercadoria. “A ideia ganhou força e, em 1989, emergiu a *International Fair Trade Association*, que reúne atualmente cerca de 300 organizações em 60 países.” (KUNZ, 1999 *apud* STELZER; GONÇALVES, 2013a, p. 300-301).

Para a WFTO (2015), na Europa, os primeiros vestígios do *Fair Trade* ocorreram no final da década de 1950, quando a Oxfam UK começou a vender em suas lojas artesanato feito por refugiados chineses. Foi criada em 1964 a primeira *Fair Trade Organisation*. Nos países Baixos, iniciaram-se iniciativas paralelas, e em 1967 foi estabelecida a organização importadora, *Fair Trade Original*. Neste mesmo lapso de tempo, as organizações neerlandesas começaram a vender açúcar de cana e artesanato vindos do Sul, e em 1969 abriu-se a primeira *Third World Shop*. *World Shops* ou *Fair Trade Shops*, como são chamadas em outras partes do mundo, tem tido um papel crucial no movimento do *Fair Trade*. Essas lojas, além de

serem pontos de vendas, são também muito ativos na campanha e na conscientização (WFTO, 2015).

Durante as décadas de 1960 e 1970, indivíduos e organizações não-governamentais - ONGs, em muitos países da Ásia, África e América Latina, perceberam a necessidade de organizações de marketing justo, que proporcionariam assessoria, assistência e apoio a produtores desfavorecidos. Foram estabelecidas muitas Organizações de Comércio Justo do Sul e ligações foram feitas com as novas organizações no Norte, onde essas relações foram baseadas em parceria, diálogo, transparência e respeito, e com o objetivo de uma maior equidade no comércio internacional (WFTO, 2015).

Paralelamente a esse movimento de cidadãos, em 1968, em Nova Deli, os países em desenvolvimento se dirigiam a fóruns políticos internacionais, como a segunda conferência da *United Nations Conference on Trade and Development* -UNCTAD, para comunicar a mensagem "*Trade not Aid*". Essa abordagem enfatizou “no estabelecimento de relações comerciais equitativas com o Sul, em vez de considerar o Norte apropriado de todos os benefícios e apenas retornar uma pequena parte desses benefícios sob a forma de ajuda ao desenvolvimento.” (WFTO, 2015).

O referido slogan fazia todo sentido, afinal, a UNCTAD era o resultado das adaptações institucionais sofrida pela Organização das Nações Unidas (ONU) para enfrentar o desafio do desenvolvimento (havia sido criada pela Resolução 1995, na XIX Sessão da Assembleia Geral, 1964). A concepção norteadora da UNCTAD já estava pautada pelo tratamento mais favorável que os países desenvolvidos deveriam conceder aos países em desenvolvimento, objetivando favorecer seu comércio externo. (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 57).

Desde o final dos anos 60 em diante, o crescimento do *Fair Trade* (nos primeiros dias, foi chamado de *alternative trade*) foi sendo associado principalmente ao comércio de desenvolvimento. O *Fair Trade* é um fenômeno que cresceu como uma resposta à pobreza e com foco na comercialização de produtos artesanais; e, muito de seus fundadores, nos países europeus, foram agências religiosas. Muitas ONGs, ao trabalhar com seus homólogos nos países do Sul, ajudaram a estabelecer *Southern Fair Trade Organisations* que organizam produtores e produção, fornecem serviços sociais aos produtores e exportam para o Norte. Havia também um ramo do comércio de solidariedade, paralelamente ao comércio de desenvolvimento. Foram criadas organizações para importar bens de países progressistas do Sul que eram marginalizados politicamente e economicamente (WFTO, 2015).

A agência holandesa Solidariedade criou o primeiro selo do *Fair Trade* em 1988, denominada Max Havelaar, o qual colocou o primeiro café oriundo do *Fair Trade* à venda, produto o qual era procedente do México em supermercados Holandeses. Com a popularidade

do selo, surgiram iniciativas similares de selos de garantia na Europa, nos Estados Unidos e no Canadá (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 58).

Diversas organizações, em 1997, alinhadas com a iniciativa Max Havelaar, criaram a *FairtradeLabellingOrganizationsInternational* - FLO, com sede em Bonn (Alemanha), onde criaram critérios e processo harmônicos de certificação dos produtos *Fair Trade*. Esta organização, a FLO, lançou em 2002, um novo selo conhecido como *InternationalFairtradeCertification Mark*. A FLO-CERT foi criada em 2003, o qual é uma empresa interna de funcionamento independente, responsável pela certificação e inspeção de produtores e do comércio (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 58).

Paralelamente ao desenvolvimento da certificação, a IFAT (agora conhecida como WFTO), em 2004 foi lançada a *IFAT Fair Trade Organisation Mark* (abreviada atualmente como *FTO Mark*), o qual é um selo que demonstra que certa organização atende os requisitos do sistema de monitoramento da WFTO, fortalecendo assim a credibilidade dessas organizações para os responsáveis de decisões políticas, consumidores e empresas (WFTO, 2015).

Em 2011, os membros da WFTO decidiram ter um novo sistema de *Fair Trade*. O sistema foi projetado para preparar uma etiqueta de produto para a *Fairtrade Organisations*. Em 2013, os membros da WFTO aprovaram o novo *Guarantee System* - GS, onde em resumo, utiliza um conjunto de *compliancecriteriabaseados* nas convenções dos 10 Princípios do *Fair Trade* advindos da WFTO e da Organização Internacional do Trabalho - OIT. Ao final, as organizações comerciais ou comerciantes que concluírem com sucesso este processo, se tornam *GuaranteedMembers*³ e podem então usar o *WFTO ProductLabel* em seus produtos. Esse selo é uma garantia para compradores e consumidores de que o *GuaranteedMember* cumpriu com o *Fair Trade Standard*⁴(WFTO, 2015).“O sucesso do *Fair Trade* tem sido notável. Em menos de duas décadas, ele cresceu de um nicho obscuro para um fenômeno globalmente conhecido” (RAYNOLDS; MURRAY, 2007, p. 5 *apud* RAYNOLDS, MURRAY, WILKISON, tradução nossa).

Atualmente, há mais de 1,65 milhão de agricultores e trabalhadores em 1.226 organizações de produtores em todo o sistema *Fairtrade*, espalhados por mais de 74 países que participam do *Fairtrade* (FAIRTRADE FOUNDATION, 2018). Também, de acordo com *FairtradeLabellingOrganizationsInternational* (2011), por intermédio de uma pesquisa global com 17 mil consumidores em 24 países, foi constatado que 79% dos consumidores acreditam

³ Membros Garantidos.

⁴ Padrão do Comércio Justo (tradução nossa).

que as empresas podem desempenhar um papel importante na redução da pobreza pela maneira como fazem negócios; de dez consumidores, seis deles viram e confiam na marca de certificação *Fairtrade* e que se sentem com a capacidade assim de fazer a diferença tendo por base suas escolhas de compras; e que os compradores conectam o *Fairtrade* com uma mensagem positiva consistente de benefícios claros para agricultores e trabalhadores.

Infere-se então que apesar de o *Fair Trade* ainda ser um fenômeno de pequenas proporções, é inegável que os avanços alcançados até então são espantosos (STELZER; WIEIRA, 2017, p. 23).

2.2 FAIR TRADE NO BRASIL

A origem do *Fair Trade* no Brasil remonta aos produtores organizados em cooperativas, no que atualmente é conhecido como agricultura familiar. Esta concepção de grupo organizado existe desde a década de 70, porém, apenas se estruturou no ano 2000. Nessa época, ocorreu a discussão da denominada economia e comércio alternativos por várias Organizações Não-Governamentais - ONGs, empresas, representantes governamentais, representações de trabalhadores e prestadores de serviços. Em 2001, a FACES, denominado na época de plataforma de articulação do comércio ético e solidário, fez uma posposta de Comércio Justo entre Norte e Sul. Em 2002 este grupo foi denominado como FACES do Brasil, ao qual quer dizer Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil (SOCIOECO, 2015; FACES DO BRASIL, 2015 *apud* GONÇALVES; STELZER, 2015, p. 193.).

Em 2003, houve a criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária - SENAES junto com o Conselho Nacional de Economia Solidária - CNES, no Ministério do Trabalho e Emprego - MTE. A SENAES atuava como representante do Governo Federal, que propunha, organizava e implementava políticas de apoio à economia solidária. No mesmo momento em que a secretaria foi inaugurada, nascia o Fórum Brasileiro de Economia Solidária, entidade parceira da secretaria e que congregava a grande maioria dos movimentos sociais, agência de fomento e de assessoria da economia solidária no Brasil. Um número crescente de empreendimentos solidários fez parte do fórum (SCHNEIDER, 2012, p. 27). A SENAES deixou de funcionar em 2015.

Duas Portarias surgiram desse contexto: a Portaria MTE nº. 1.780 de 19 de novembro de 2014, publicado no Diário Oficial da União - DOU em 20 de novembro de 2014, que institui o Cadastro de Empreendimentos Econômicos Solidários - CADSOL (o qual

revogou a Portaria MTE nº. 374 de 21 de março de 2014); e a Portaria MTE nº. 2.060 de 30 de dezembro de 2014, publicado no DOU em 08 de janeiro de 2015, que institui os princípios, critérios, sistema de avaliação de conformidade e os mecanismos de gestão do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário - SCJS (GONÇALVES; STELZER, 2015, p. 194).

Dentre os objetivos do SCJS, verificam-se: I: o fortalecimento da identidade nacional de comércio justo e solidário; II – a prática de preço justo para quem produz, comercializa e consome; III – a divulgação dos produtos, processos, serviços, bem como as experiências e organizações conformes ao SCJS; IV – o subsídio de informações sobre economia solidária e de empreendimentos econômicos solidários com práticas de comércio justo e solidário reconhecidas pelo SCJS aos empreendimentos econômicos solidários, aos organismos de acreditação e de avaliação da conformidade e às entidades de apoio e fomento ao comércio justo e solidário, por meio de base nacional de informações; V – a promoção de ações de fomento à melhoria das condições de comercialização dos empreendimentos econômicos solidários; VI – o implemento da colaboração econômica entre empreendimentos econômicos solidários; e VII – o apoios 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 (STELZER; GONÇALVES, 2013b, p. 338-339).

Também há o Dec. 7.358/2010, de 17 de novembro de 2010, o qual traz além do conceito de comércio justo e preço justo, apresenta a instituição do SCJS, cria sua Comissão Gestora Nacional, e dá outras providências para que haja a proliferação das ideias de um comércio justo e solidário no Brasil, primando “por uma política pública voltada para a ação socialmente responsável por parte do empresariado nacional e a escolha consumerista consciente e ética” (STELZER; GONÇALVES, 2013b, p. 333, 338-339).

A legislação brasileira, embora não revogada expressamente, perdeu sentido com a extinção da SENAES e do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).

O Brasil é visto positivamente como um país que tinha possibilidades de cooperar tanto no âmbito internacional, na efetivação de inclusão social de países que historicamente são comprometidos; quanto no âmbito nacional, para diminuir o passivo ambiental e social brasileiro. Isso ocorre pois o país tem o *status* de destaque no cenário do comércio mundial como uma das seis maiores economias mundiais, devido principalmente ao seu amplo mercado interno de produção e consumo a ser desenvolvido mediante a manutenção de parceiros comerciais perenes e fortificados e por possuir riquezas ambientais grandiosas (STELZER; GONÇALVES, 2013b, p. 339-340). O fato de o Comércio Justo não ter sido implementado como política pública deixou em aberto a eficácia da estratégia traçada no ordenamento jurídico.

3 ORGANISMOS INTERNACIONAIS E AS REGRAS GERAIS DE CERTIFICAÇÃO

Além da *World Fair Trade Organization* - WFTO, o movimento do *Fair Trade* reúne importantes entidades internacionais como: *Fairtrade Labelling Organizations International* - FLO, *Network of European Worldshops* - NEWS!, e *European Fair Trade Association* - EFTA. Essa junção de organizações identificada como “FINE” resulta devido a primeira letra do nome dessas associações. A *Fair Trade Federation* - FTF, o que seria o equivalente norte-americano da europeia “FINE”, também é incluído aqui (MURRAY; REYNOLDS, 2007, p. 4 apud RAYNOLDS; MURRAY; WILKISON).

Em breve resumo, a WFTO é uma reunião de produtores, lojas, importadores e empresas diversas do *Fair Trade*; a EFTA é a federação dos importadores de *Fair Trade*; a NEWS! é um agrupamento de federações nacionais de lojas; a FLO é um organismo certificador; FTF é uma associação comercial; e, a FINE é uma rede informal que busca a cooperação estratégica entre as quatro federações reunidas (FLO, IFAT/WFTO, NEWS! e EFTA) (LISBOA, 2016, p. 341; TORRES, 2016, p. 385; FTF, 2018). Em seguida, cada instituição será aprofundada.

3.1 *European Fair Trade Association* - EFTA

A *European Fair Trade Association* - EFTA, criada informalmente em 1987 por alguns dos antigos e maiores importadores do *Fair Trade*, cujo *status* formal foi adquirido em 1990, é uma associação de nove importadores em oito países europeus (Áustria, Bélgica, França, Alemanha, Itália, Espanha, Suíça e Reino Unido) e está sediada na Holanda (WFTO Europe, 2015).

O objetivo da EFTA é criar sinergias e apoiar as organizações membros em seu trabalho e incentivá-las a cooperar e coordenar. Facilita a cooperação entre as suas afiliadas em áreas diferentes como comércio; troca de informações e networking; cria condições para a divisão do trabalho; identifica áreas de coordenação e cooperação como projetos conjuntos, pesquisas e sistemas para facilitar o *Fair Trade* com os fornecedores, com o objetivo de aumentar a eficácia e eficiência de suas atividades (WFTO Europe, 2015; EFTA, 2018).

Combinados, os membros da EFTA negociam com aproximadamente 300 fornecedores e uma grande parte das vendas ocorre por intermédio dos tradicionais canais da World Shops e supermercados; e seus maiores membros da EFTA são Gepa, na Alemanha e a CTM Altromercato, na Itália. Os membros atualmente empregam num total equivalente de 570 empregados em tempo integral (WFTO Europe, 2015).

3.2 *Fairtrade Labelling Organizations International* - FLO

Internacionalmente, a *Fairtrade of Labelling Organizations International* (FLO *International* ou *Fairtrade International*) é considerada a organização certificadora com mais destaque e considerado o rótulo ético mais amplamente reconhecido (GONÇALVES; STELZER, 2015, p. 192; FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL, 2011). Como já explanado, diversas organizações em 1997, alinhadas com a iniciativa Max Havelaar, criaram a *Fairtrade Labelling Organizations International* - FLO, com sede em Bonn (Alemanha), onde criaram critérios e processo harmônicos de certificação dos produtos *Fairtrade*. Esta organização, a FLO, lançou em 2002, um novo selo conhecido como *International Fairtrade Certification Mark*. A FLO-CERT foi criada em 2003, o qual é uma empresa interna de funcionamento independente, responsável pela certificação e inspeção de produtores e do comércio. A FLO, tem 25 membros, entre os quais 19 iniciativas nacionais de certificação, 3 redes de produtores, 2 organizações de marketing e 1 membro associado, atualmente (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 58).

A preocupação foco da FLO é em relação as regras do *Fair Trade*, as chamadas ‘standards’, ou seja, um padrão de cumprimento para com as condições consideradas justas e éticas na produção de determinado produto (em tese, padrões de *Fair Trade* são feitos para combater a pobreza e deveriam ser aplicadas a toda a cadeia de suprimento, produtores, transportadores, embaladores, comerciantes e entre outros) (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 59).

Houve uma divisão necessária interna na FLO, separando as atividades do departamento de definição de critérios e o apoio aos produtores da atividade específica de auditoria; para que assim houvesse a certificação ISO 65 para entidades de certificação. A organização interna ficou da seguinte maneira (STELZER; GOLÇALVES, 2017, p. 59):

(a) *FLO International E.V.*, uma associação sem fins lucrativos de participantes de perfil variado (denominado *multistakeholder*), compreendo as 24 organizações entre fundadores, organizações de produtores, comerciantes, especialistas, externos, entre outros; (b) *FLO-CERT GmbH*, uma empresa limitada, pertencente integralmente à FLO E.V., que coordena as tarefas e processa todas as informações relacionadas com a inspeção e certificação de produtores e comércio (STELZER; GOLÇALVES, 2017, p. 59).

A certificação, em breve síntese, ocorre do seguinte modo (GONÇALVES; STELZER, 2015, p. 192):

Inicialmente deve ser feito contato com a FLO-CERT que certifica e realiza os processos de auditoria nos empreendimentos. Somente produtores que participem de organizações formais, como associações ou cooperativas podem pleitear o certificado, não estando disponível para o agricultor individual. O requerente deve

assegurar, entre outros, que mais de 50% de seus associados sejam da agricultura, que haja gestão democrática e que os processos internos sejam transparentes. Na continuidade, o requerente, deve demonstrar que tem mercado para seu produto, vale dizer, deve existir um comprador que tenha interesse na aquisição, pois, evitaria que os produtores investissem recursos no processo de certificação, sem concretizar a venda. O produtor deve juntar também uma série de documentos exigidos pela FLO-CERT. Caso alcancem os critérios definidos de *Fair Trade*, é feita a emissão de um boleto que dará início à visita e à verificação de adequação da propriedade com as demais exigências (GONÇALVES; STELZER, 2015, p. 192).

Há princípios considerados em todos os padrões *Fairtrade* aplicáveis a pequenos produtores e trabalhadores e suas organizações, para que assim os produtos possam ser certificados. Ou seja, há um critério mínimo qualitativo e de responsabilidade exigido para a certificação: os princípios do desenvolvimento social, o princípio do desenvolvimento econômico, o princípio do desenvolvimento ambiental e o princípio da proibição de trabalho forçado e infantil (FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL, 2018a; STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 59). Além disso, os principais objetivos dos padrões da FLO (2018a, p. 1) são garantir aos produtores uma precificação dos produtos capaz de custear a sua produção sustentável, fornecer o Prêmio de Comércio Justo cuja verba é revertida para projetos de melhoria de desenvolvimento social, econômico e ambiental, permitir pré-financiamento aos produtores, facilitar parcerias comerciais e permitir maior controle de negociação aos produtores, definir critérios básicos para assegurar que as condições de produção e comercialização dos produtos certificados Fairtrade sejam socialmente, economicamente justas e ambientalmente responsáveis.

3.3 *Network of European World Shops* - NEWS!

A NEWS!, criada formalmente em 1994, é a sigla para *Network of European World Shops* (Rede de Lojas Mundiais Europeias), onde essa rede de lojas dão acesso ao mercado de bens do *Fair Trade*. A NEWS! tem como objetivo estimular o intercâmbio de informações e experiências sobre o desenvolvimento de vendas e aumentar a participação de mercado de bens advindos do *Fair Trade*, e coordena campanhas de conscientização aos consumidores sobre a relação entre suas escolhas de consumo e a situação dos trabalhadores e produtores. Atualmente, representa 3.000 lojas em quase 20 países europeus, aproximadamente (WFTO, 2015; NEWS!, 2002 *apud* MICHELETTI, 2003. p. 96).

3.4 *Fair Trade Federation* - FTF

A *Fair Trade Federation* - FTF é uma associação comercial que faz parte do movimento global do *Fair Trade*, onde fortalece e promove organizações norte-americanas totalmente comprometidas com o *Fair Trade*, construindo parcerias comerciais equitativas e sustentáveis e criando oportunidades para aliviar a pobreza por intermédio da expansão contínua e significativa da prática do comércio que valoriza o trabalho e a dignidade de todas as pessoas (FTF, 2018).

A FTF tem suas raízes traçadas até o final da década de 1970 e em 1994, ao incorporar formalmente a *North American Alternative Trade Organization* - NAATO, alteraram no ano seguinte seu nome para FTF. Desde então, apoiam as empresas totalmente comprometidas, com o objetivo de expandir os mercados para artesãos e agricultores em toda a esfera global. A FTF tem sido por muitos anos um membro ativo da WFTO (FTF, 2018).

As regras de certificação de produtos da FTF são semelhantes às regras da WFTO, já que foram criadas se embasando nos princípios globais da WFTO. Assim, ambas reconhecem e defendem os princípios uma da outra, e cooperam entre si para promover uma maior equidade no comércio global. A FTF exige a obediência dos seguintes princípios (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 60):

- (i) Criação de oportunidades para produtores economicamente e socialmente marginalizados;
- (ii) Desenvolvimento de relações transparentes e responsáveis;
- (iii) Promoção de autonomia dos seus membros;
- (iv) Promoção do comércio justo;
- (v) Pagamento justo e adequado;
- (vi) Promoção de condições de trabalho dignas e com possibilidade de empoderamento;
- (vii) Garantia de manutenção e promoção dos Direitos da Criança;
- (viii) Promoção de negócios sustentáveis;
- (ix) Garantia à identidade cultural (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 60).

Salienta-se ainda que essa organização visa um sistema global econômico justo e sustentável pelas escolhas de compra e produção feitas com a preocupação do bem-estar das pessoas e do meio ambiente, resultando num mundo onde todos tenham opções econômicas viáveis para atender suas necessidades próprias (FTF, 2018).

3.5 FINE

A FINE foi composta em 1998 em razão dos diversos aspectos e assuntos de natureza mundial do *Fair Trade*. Ela é um grupo de trabalho informal que tem características de rede, tendo como objetivo base compartilhar informações, de harmonizar e aperfeiçoar os esforços de todos ao permitir que seus membros cooperem em importantes áreas de trabalho, como advocacia e campanhas, padrões e monitoramento do *Fair Trade*; ou seja, ela é uma forma típica de cooperação que funciona e que procura compartilhar experiências e ações sem

gerar estruturas administrativas burocráticas e institucionalizadas (WFTO, 2015; STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 60; MUNDARÉU, 2018; LONG; RAYNOLDS, 2007, p. 17 *apud* RAYNOLDS; MURRAY; WILKISON).

3.6 World Fair Trade Organization - WFTO

A *International Fair Trade Association* - IFAT, surgiu em 1989. Atualmente, é conhecida, como *World Fair Trade Organization* - WFTO, sendo constituída em 2009, reunindo atualmente cerca de 300 organizações em 60 países. É considerada a principal organização e possui um alcance mundial, trazendo importantes princípios ao fenômeno do *Fair Trade*, onde esses princípios, de modo diferente da FLO, devem ser obedecidos 100% pelas organizações, empresas e entidades em suas atividades. Essa obediência é o objetivo da logomarca da WFTO (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 58-59; WFTO, 2013). Diferente também da FLO, a WFTO certifica organizações, enquanto que a FLO certifica produtos (BOSSLE, 2011, p. 46).

A *World Fair Trade Organization* (WFTO) é, atualmente, a organização mundial que traz diretrizes importantes ao fenômeno do Comércio Justo. Nesse sentido, divulga os dez princípios que sustentam essa prática: 1 Criação de oportunidades para produtores economicamente desfavorecidos; 2 Transparência e responsabilidade na troca de informações e na tomada de decisões; 3 Práticas comerciais justas, estáveis, duradouras, em respeito pelo bem estar social, ambiental e econômico dos pequenos produtores; 4 Pagamento de um preço justo pelo trabalho dos produtores, sem desigualdades entre gêneros; 5 Renúncia total ao trabalho infantil ou forçado; 6 Compromisso de não discriminação, igualdade de gêneros e liberdade de associação; 7 Boas condições de trabalho, saudáveis e seguras; 8 Incentivo à capacitação dos produtores e desenvolvimento das suas competências; 9 Promoção dos princípios do Comércio Justo aos consumidores; 10 Respeito pelo Ambiente (STELZER; GONÇALVES, 2013a, p. 301-302).

Apesar de o *Fair Trade* não ter um formato único de funcionamento, o cumprimento desses princípios pelos produtores é fator primordial, pois na maioria dos casos existe um sistema de certificação; e, além de respeitar estes princípios, comumente os empreendimentos visam e auxiliam a própria comunidade com parte dos lucros obtidos com o objetivo de ampliar e aprofundar a sustentabilidade social (GONÇALVES; STELZER, 2015, p. 191-192).

Como já dito acima, em 2011, os membros da WFTO decidiram fazer um sistema que etiqueta (certificado) de conformidade (WFTO, 2015; STELZER; WIEIRA, 2017, p. 39). Em virtude da polêmica que gira em torno da autenticidade das certificações, em maio de 2013, durante a Assembleia Geral Ordinária da WFTO no Rio Janeiro - AGO Rio 2013, a associação aprovou o novo *Guarantee System* – GS, o qual é um sistema que engloba diversos componentes para garantir o funcionamento do sistema como melhoria no processo de

inscrição, auto-avaliação, visita de pares, auditoria de monitoramento e o *Fair Trade Accountability Watch*- FTAW. Esse último é uma das medidas que asseguram a certificação, o qual é uma ferramenta que dá a possibilidade das partes interessadas ou ao público poder levantar dúvidas ou questões sobre o cumprimento das regras da WFTO. Também, de outro lado, há o denominado *compliancecriteria*, o qual é a observância dos requisitos dos 10 Princípios do *Fair Trade* advindos da WFTO e da Organização Internacional do Trabalho - OIT que devem ser cumprido pela organização para ser aprovado como um membro da WFTO e continuar associado, podendo assim utilizar o *WFTO ProductLabel*. (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 59; WFTO, 2015; WFTO, 2018; STELZER; WIEIRA, 2017, p. 39).

4 CONCLUSÃO

Em virtude de todo o impacto que as trocas comerciais ocasionam para a esfera individual e social, além do atual acirramento das dificuldades e prejudicialidades comerciais convencionais em escala global, evidencia-se a necessidade de repisar as conquistas do *Fair Trade* no Brasil e no mundo. Com efeito, faz-se necessário que outras práticas comerciais sejam estudadas e analisadas no âmbito dos estudos do direito econômico-social.

Ao preocupar-se em como as trocas comerciais possuem uma alternativa ao comércio convencional para que seja capaz de promover valores de justiça social, seja no âmbito internacional quanto no nacional, foram expostas iniciativas que integram o movimento do *Fair Trade*. O fenômeno ganhou notoriedade uma vez que é pautado nos emergentes valores da sustentabilidade, dando atenção aos múltiplos sujeitos e aspectos envolvidos na cadeia comercial (do ente estatal até ao consumidor). Logo, por ser um tipo de comércio que tem preocupação ampliativa e não apenas o lucro, o movimento tem de implementar diversas ações em diferentes planos, percebendo que todos os agentes da cadeia possuem forças por suas parcerias e participação, além do fato de todos terem a sua responsabilização jurídica-econômico-social. A considerar todos os resultados positivos inferidos, não poderia ser diferente que o *Fair Trade* tenha atingindo o mercado internacional e nacional.

Foi possível perceber que este modelo de comércio envolve um processo de sua propagação, de convencimento e compromisso, de mudanças nas estruturas e na cultura. Nesse sentido, apesar de o *Fair Trade* não ter uma origem e data de nascimento específica, é um movimento com andamento longínquo e teve como cerne promover o acesso ao mercado daqueles que se encontravam em posição de vulnerabilidade (o que levou ao desenvolvimento de organismos de apoio). Houve crescimento do *Fair Trade*, porém, em um dado momento

houve uma estagnação, decorrendo no nascimento de mais organismos, princípios e a certificação (e suas regras), os quais estruturam o *Fair Trade*. Igualmente, surgiu a possibilidade de conscientização e a adequação dos agentes econômicos e garantia aos consumidores, assim como também gerou um *status* de plataforma segura e legal nas quais políticas e administrações podem apoiar o movimento por diversas maneiras.

O *Fair Trade* está em franco crescimento, sendo consideravelmente bem conhecido e familiar na Europa e relativamente nos países norte-americanos, porém, ainda incipiente no Brasil. Apesar disso, o Brasil foi palco promissor para que fosse ampliada sua atuação, tanto que em sua trajetória possui normativas como o Dec. n.º 7.358/2010, as Portarias MTE n.º 1.780/2014 e n.º 2.060/2014, e movimentos nesse sentido como a FACES do Brasil, SENAES, CNES, o Fórum Brasileiro de Economia Solidária, além de outras iniciativas singulares.

Além do mais, o movimento é composto por diversos organismos para o seu funcionamento, tais como a EFTA, a FLO, a NEWS!, a FTF, a FINE e a WFTO, em que cada um tem papel e ações definidas e complementares. Dentre as principais funções que desempenham, cita-se intermediação na comunicação, assessoria a produtores, criação de canais de cooperação para que o processo obtenha consistência e continuidade, existência de campanhas do fenômeno, além da conscientização das escolhas dos consumidores como ato político-econômico-social, inspeção de produtores e do comércio, dentre outras. No entanto, a principal desses organismos é em relação ao cumprimento dos princípios do *Fair Trade* eis que são justamente esses que confirmam a razão e importância de ser e existir desse comércio único e impactante.

Por toda a conjectura abarcada, este estilo mercantil possui premissas e funcionamento capazes de saciar inúmeras demandas, na qual difundir esse instituto para todas as esferas (jurídico, econômico, político e social) é desenvolver crescimento local, mundial e humanitário. É a derradeira propagação da justiça por meio de um sistema comercial.

REFERÊNCIAS

BOSSLE, Marília Bonzanini. **O Comércio Justo no Brasil e a Comercialização de Produtos do Algodão Ecológico**. 2011. 118 f. Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/30370/000780996.pdf?sequence=1>. Acesso em: 25 fev. 2021.

BRASIL. **Decreto nº. 7.358**, de 17 de novembro de 2010. Institui o Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário – SCJS, cria sua Comissão Gestora Nacional, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7358.htm. Acesso em: 03 mar. 2021.

COTERA, Alfonso; ORTIZ, Humberto. **Comércio Justo**. In: CATTANI, A. D. et al. (coord.). *Dicionário Internacional da Outra Economia*. Coimbra: Almeida, 2009.

EFTA - European Fair Trade Association. **EFTA: The European Fair Trade Association**. Disponível em: <https://www.newefta.org/>. Acesso em: 24 mar. 2021.

FAIRTRADE FOUNDATION. **Facts and Figures about Fairtrade**. Disponível em: <https://www.fairtrade.org.uk/What-is-Fairtrade/Facts-and-Figures>. Acesso em: 24 fev. 2021.

FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL. **Aims of Fairtrade Standards**. Disponível em: <https://www.fairtrade.net/standards/aims-of-fairtrade-standards.html>. Acesso em: 25 mar. 2021a.

FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL. **Fairtrade is Most Widely Recognized Ethical Label Globally**. 2011. Disponível em: https://www.fairtrade.net/index.php?id=single-view&L=0&tx_ttnews%5Btt_news%5D=241&cHash=e8ae8a4bd420c1642e640d36db331ee6. Acesso em: 24 fev. 2021b.

FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL. **What is Fairtrade?**. Disponível em: <https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/what-is-fairtrade.html>. Acesso em: 24 fev. 2021c.

FRETEL, Alfonso Cotera; SIMONCELLE-BOURQUE, Eloise. **O comércio justo e o consumo ético**. Rio de Janeiro: DP&A; Fase, 2003.

FTF - Fair Trade Federation. **About us**. Disponível em: <http://www.fairtradefederation.org/about-us/>. Acesso em: 2 abr. 2021.

LÉVINAS, Emmanuel. **Entre nós: ensaios sobre a alteridade**. Petrópolis: Vozes, 2004.

LISBOA, Armando Melo. Fair trade na era do global free trade: o labirinto do comércio justo. In: STELZER, Joana; GOMES, Rosemary. (Org.). **Comércio Justo e Solidário no Brasil e na América Latina**. 1. ed. Florianópolis - SC: Departamento de Ciências da Administração (CAD)/UFSC, 2016, v. 1, p. 335-368. Disponível em: <http://sodepaz.org/images/2016/pdf/ComercioJustoAL.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2021.

MICHELETTI, Michele. **Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism, and Collective Action**. New York: PalgraveMacmillan, 2003.

MUNDARÉU. **Como Funciona o Comércio Justo?**. Disponível em: <http://www.mundareu.org.br/portal/index.php/como-funciona-o-comercio-justo/>. Acesso em: 2 abr. 2021.

RAYNOLDS, L.T., MURRAY, D.L., WILKISON, J. **Fair Trade: the Challenges of transforming globalization**. New York: Routledge, 2007.

SCHNEIDER, Johann. **Relatório da pesquisa mundial de comércio justo: parte 2**. Brasília: SEBRAE, 2012. 97 p. Disponível em: <http://base.socioeco.org/docs/nt0004733a.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2021.

SEBRAE NACIONAL. **O que é Fair Trade (Comércio Justo)**. 2016. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-fair-trade-comercio-justo,82d8d1eb00ad2410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 03 mar. 2021.

STELZER, J.; GONÇALVES, E. N. Comércio Justo e Consumo Responsável: avanços normativos para a certificação brasileira. *In*: KNOERR, Viviane Coelho de Séllos; STELZER, Joana e FERREIRA, Keila Pacheco. (Org.). **Direito, Globalização e Responsabilidade nas relações de Consumo**. 1. ed. Florianópolis - SC: Fundação José Boiteux/CONPEDI, 2015, v. 1, p. 179-204. Disponível em: <https://www.conpedi.org.br/publicacoes/c178h0tg/i9jl1a02/NGtBLcv0634Gt9r7.pdf>. Acesso em: 04 mar. 2021.

STELZER, J.; GONÇALVES, E. N. Da tripla dimensão do comércio mundial: multilateralismo, regionalismo e Fair Trade. *In*: SILVEIRA, Vladmir Oliveira; SILVA, Karine de Souza; ANGELIN, Rosangela. (Org.). **Direito Internacional**. 1. ed. Florianópolis - SC: CONPEDI, 2014a, v. 1, p. 258-285. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=cab8961422e0f17f>. Acesso em: 05 mar. 2021.

STELZER, J.; GONÇALVES, E. N. Do 'Free Trade' ao 'Fair Trade': Administração Pública para a gestão social do comércio exterior. *In*: CALDAS, Roberto Correia da Silva Gomes; FERREIRA, Daniel; ARAÚJO E MENDONÇA, Maria Lídia Calou de. (Orgs.). **Direito e Administração Pública**. 1 ed. Florianópolis - SC: FUNJAB, 2013a, p. 297-321. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=ee6e910d8a25e347>. Acesso em: 06 mar. 2021.

STELZER, J.; GONÇALVES, E. N. Fair Trade em redes de colaboração solidária: possibilidades comerciais justas em um emergente espaço transnacional. *In*: MACEDO, Paulo Emílio Vauthier Borges de; VIANNA, Bruno. (Org.). **Direito Internacional II**. 1. ed. Florianópolis - SC: CONPEDI, 2014b, v. 1, p. 247-268. Disponível em: <http://publicadireito.com.br/artigos/?cod=a211ea6965ec4a24>. Acesso em: 06 mar. 2021.

STELZER, J.; GONÇALVES, E. N. O comércio justo e o consumo ético: a visão econômico-jurídica do Fair Trade. *In*: CLARK, Giovani; PINTO, Felipe Chiarello de Souza; OPUSZKA, Paulo Ricardo (Org.). **Direito e Economia**. 1. ed. Florianópolis - SC: FUNJAB, 2013b, v. 1, p. 331-357. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=22f7e834551fbb0f>. Acesso em: 03 mar. 2021.

STELZER, J.; GONÇALVES, E. N. Transnacionalidade e Redes de Colaboração Solidária: sua importância na consolidação do Comércio Justo. **Revista de Estudos Constitucionais, Hermenêutica e Teoria do Direito (RECHTD)**, v. 9, n. 1, p. 53-64, 2017. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/RECHTD/article/view/rechtd.2017.91.06/5988>. Acesso em: 04 mar. 2021.

STELZER, Joana; WIEIRA, Keite. **A certificação Fair Trade na WFTO: um estudo sobre princípios e critérios para a segurança do consumidor.** Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo, Maranhão, v. 3, n. 2, p. 22-42, jul/dez. 2017. Disponível em: <http://www.indexlaw.org/index.php/revistadgrc/article/view/2481/pdf>. Acesso em: 03 mar. 2021.

TORRES, Arturo Palma. Comércio Justo e Desenvolvimento, Nichos de Mercado ou Economia Solidária?. *In*: STELZER, Joana; GOMES, Rosemary. (Org.). **Comércio Justo e Solidário no Brasil e na América Latina.** 1. ed.. Florianópolis - SC: Departamento de Ciências da Administração (CAD)/UFSC, 2016, v. 1, p. 369-390. Disponível em: <http://sodepaz.org/images/2016/pdf/ComercioJustoAL.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2021.

WFTO - World Fair Trade Organization. **Fair Trade Accountability Watch.** Disponível em: <https://wfto.com/standard-and-guarantee-system/fair-trade-accountability-watch>. Acesso em: 3 abr. 2021.

WFTO - World Fair Trade Organization. **History of Fair Trade.** 2015. Disponível em: <https://wfto.com/about-us/history-wfto/history-fair-trade>. Acesso em: 17 mar. 2021.

WFTO - World Fair Trade Organization. **10 Principles of Fair Trade.** 2013. Disponível em: <https://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade>. Acesso em: 17 mar. 2021.

WFTO Europe - World Fair Trade Organization Europe. **Our Members – European Fair Trade Association (EFTA).** 2015. Disponível em: <https://wfto-europe.org/our-members-efta/>. Acesso em: 24 mar. 2021.