XXIV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - UFS

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

KEILA PACHECO FERREIRA

VIVIANE COÊLHO DE SÉLLOS KNOERR

JOANA STELZER

Copyright © 2015 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

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

Diretoria – Conpedi
Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UFRN
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. José Alcebíades de Oliveira Junior - UFRGS
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM
Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcílio Pompeu - UNIFOR
Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes - IDP
Secretário Executivo -Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC
Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Conselho Fiscal
Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG /PUC PR
Prof. Dr. Roberto Correia da Silva Gomes Caldas - PUC SP
Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini Sanches - UNINOVE
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS (suplente)
Prof. Dr. Paulo Roberto Lyrio Pimenta - UFBA (suplente)

Representante Discente - Mestrando Caio Augusto Souza Lara - UFMG (titular)

Secretarias
Diretor de Informática - Prof. Dr. Aires José Rover – UFSC
Diretor de Relações com a Graduação - Prof. Dr. Alexandre Walmott Borgs – UFU
Diretor de Relações Internacionais - Prof. Dr. Antonio Carlos Diniz Murta - FUMEC
Diretora de Apoio Institucional - Profa. Dra. Clerilei Aparecida Bier - UDESC
Diretor de Educação Jurídica - Prof. Dr. Eid Badr - UEA / ESBAM / OAB-AM
Diretoras de Eventos - Profa. Dra. Valesca Raizer Borges Moschen – UFES e Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - UNICURITIBA
Diretor de Apoio Interinstitucional - Prof. Dr. Vladmir Oliveira da Silveira – UNINOVE

D598

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UFS;
Coordenadores: Viviane Coêlho de Séllos Knoerr, Joana Stelzer, Keila Pacheco Ferreira – Florianópolis: CONPEDI, 2015.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-049-7
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: DIREITO, CONSTITUIÇÃO E CIDADANIA: contribuições para os objetivos de desenvolvimento do Milênio.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Encontros. 2. Globalização. 3. Relações de consumo. I. Encontro Nacional do CONPEDI/UFS (24. : 2015 : Aracaju, SE).

CDU: 34

CONPEDI
Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Florianópolis – Santa Catarina – SC
www.conpedi.org.br

XXIV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - UFS

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

O presente estudo consubstancia-se em obra que reúne uma coletânea de artigos de excelência acadêmica comprovada não apenas em razão de sua seleção pelo sistema double blind peer review, mas, também por sua apresentação no Grupo de Trabalho Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo ocorrido por ocasião do XXIV Encontro Nacional do CONPEDI, realizado na Universidade Federal de Sergipe (UFS), na cidade de Aracaju SE, entre os dias 3 a 6 de junho de 2015, reunindo pesquisadores e estudantes oriundos de diversos Programas de Pós-Graduação em Direito do Brasil.

Dentre os traços mais marcantes desse Grupo de Trabalho, teve-se a profundidade na discussão sobre o consumo e o consumismo, o fenômeno da globalização, o superendividamento e aspectos de responsabilidade que norteiam as relações de consumo. Os trabalhos promoveram uma crítica científica de cunho altamente reflexivo sobre o cenário contemporâneo, mediante uma interlocução comprometida por parte dos expositores que demonstraram possuir qualificação para argumentar sobre essas complexas questões contemporâneas.

A diversidade dos temas apresentados também trouxe um anseio generalizado pelas novas abordagens que as temáticas merecem e que não se resumem a uma ótica exclusivamente normativa. As discussões de alto nível entre os pesquisadores de diversas partes do País trouxeram imensa satisfação às Coordenadoras desse Grupo de Trabalho que puderam vivenciar tão enriquecedora experiência.

No intuito de revisitar os temas e autores, passa-se a fazer breve descrição do conteúdo que será encontrado ao longo de toda a obra.

Os autores Marcelo Cacinotti Costa e Vinicius de Melo Lima, apresentam um estudo sobre o superendividamento e seus reflexos na sociedade contemporânea partindo da compreensão da modernidade líquida e dos novos pobres no artigo O Superendividamento como um problema de Direitos Fundamentais.

Partindo das patologias do consumo na sociedade moderna, e as diferentes implicações nas questões sociais, ambientais e econômicas as autoras Livia Gaigher Bosio Campello e

Mariana Ribeiro Santiago discorrem sobre as novas dinâmicas da locação de coisas, ressignificação da propriedade e efetivação do consumo solidário e sustentável.

Em Comércio Justo e Consumo Responsável: avanços normativos para a certificação brasileira, os pesquisadores Everton Das Neves Gonçalves e Joana Stelzer ao tratar de diagnosticar o cenário contemporâneo da certificação do Comércio Justo, especialmente no âmbito brasileiro, demonstram que os princípios jurídicos, as regras de certificação e os códigos de conduta nada mais são do que estímulos normativos para uma mudança do comportamento de consumidor para agente de transformação social.

Analisando a aplicação dos sistema S1 e S2 de Daniel Kahneman no sistema consumista e evidenciando conceitos e origens do sistema consumista, os autores Jose Everton da Silva e Marcos Vinícius Viana da Silva buscam compreender qual dos dois sistemas é aplicado no momento da compra dos novos produtos.

Trazendo à tona e inserindo o conceito da obsolescência programada no contexto da sociedade de risco, os autores Sérgio Augustin e Daniel Bellandi realizam uma breve crítica ao pensamento econômico da era da modernidade e apontam que, se observadas a pleno o conceito de obsolescência programada, consumo, consumismo e crescimento econômico, encontraremos intrínsecas inúmeras possibilidades de atenuação da crise ambiental em nosso planeta.

Tratando em seu artigo de formas a potencializar a segurança do consumidor e ao mesmo tempo fomentar o mercado de incorporações imobiliárias, os pesquisadores Leandro de Assis Moreira e Franco Giovanni Mattedi Maziero apresentam a utilização conjunta dos dois instrumentos, ou seja, o patrimônio de afetação em sociedade de propósito específico para o desenvolvimento de cada empreendimento de incorporação imobiliária.

Já em O apelo midiático e a publicidade subliminar no atual contexto das relações de consumo: Implicações e Responsabilidades, a autora Alana Gemara Lopes Nunes Menezes traz à tona a problemática das práticas publicitárias enganosas, especialmente a técnica subliminar e o merchandising, sua tutela pelo Direito e as suas consequências para o consumidor brasileiro.

Sergio Leandro Carmo Dobarro e Andre Villaverde de Araujo, ao estudar o instituto da desconsideração da personalidade jurídica no Código de Defesa do Consumidor, demonstram

que o mesmo deve funcionar como arcabouço de concretização de direitos e imputação de saldo benéfico ao processo, protegendo de modo mais energético àqueles que findam encaixilhados como vítimas pontuais na sociedade consumerista.

Partindo da conceituação enquanto bem jurídico supraindividual e a ausência de efetividade no plano da concretude, os autores Ângelo Maciel Santos Reis e Felipe Carneiro Pedreira da Silva em A (in)eficácia dos tipos penais do Código de Defesa do Consumidor tratam acerca dos tipos penais presentes no referido código, demonstrando que a proteção aos direitos da coletividade se torna inadequada ou insuficiente sob a perspectiva do Direito Penal.

Ao apresentar o caso do superendividamento sob o enfoque da legislação brasileira e a importância da propositura de soluções eficazes para frear tal fato, os pesquisadores Giovanna Paola Batista de Britto Lyra Moura e Manoel Alexandre Cavalcante Belo demonstram a necessidade emergencial de uma reforma no Código de Defesa do Consumidor, bem como, que o superendividamento é uma questão de ordem pública, e como tal deve ser tratado.

Em A incidência e aplicabilidade do recall nas relações de consumo brasileiras, Patricia Martinez Almeida e Vladmir Oliveira da Silveira tratam do tema citado concluindo que nas relações em que ocorre o presente instrumento ainda não são satisfatórias, tanto em relação à falta da necessária transparência nas informações, seja pela abrangência de sua incidência prática.

Relatando a atividade administrativa das audiências de conciliação no âmbito do PROCON-TO como uma tentativa de dar uma resposta do poder público satisfatória ao consumidor, as autoras Renata Rodrigues de Castro Rocha e Liliane de Moura Borges reconhecem o serviço que vem sendo prestado à sociedade pelo PROCON-TO e Tribunal de Justiça do Estado do Tocantins, concluindo que os Estados podem lançar mão desse tipo de mecanismo para tentar superar o obstáculo organizacional.

Abordando o dever de informação nos Contratos de Seguro-Saúde como desdobramento do Princípio da Boa-Fé Objetiva, os pesquisadores Evelise Veronese dos Santos e Roberto Wagner Marquesi expõe esse dever como de extrema importância, por isso as partes devem observar com rigor seu dever de informar, atingindo, com isso, a ideia da transparência contratual.

Discutindo sobre a crescente demanda do Direito Contratual relacionado ao Direito do Consumidor, Stefania Fraga Mendes e Roberto Alves de Oliveira Filho em seu artigo O

princípio da boa-fé como instrumento de equilíbrio e proteção nas relações de consumo no Brasil e na União Européia apresentam a aplicação do instrumento ora citado como um meio para a redução da desigualdade negocial entre consumidor e fornecedor.

Por fim, os autores Sérgio Augusto Pereira Lorentino e Leonardo Macedo Poli fazem uma análise da autonomia dos consumidores nos contratos dentro da contemporaneidade.

As discussões a partir da apresentação de cada um dos trabalhos ora editados, permite o contínuo debruçar dos pesquisadores na área consumerista, fomentando e amadurecendo a pesquisa na área do Direito, visando ainda o incentivo a demais membros da comunidade acadêmica à submissão de trabalhos aos vindouros encontros do CONPEDI.

É com muita satisfação que apresentamos esta obra. É garantida rica leitura e reflexão a todos.

Coordenadoras do Grupo de Trabalho

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr UNICURITIBA

Profa. Dra. Keila Pacheco Ferreira - UFU

Profa. Dra. Joana Stelzer - UFSC

COMÉRCIO JUSTO E CONSUMO RESPONSÁVEL: AVANÇOS NORMATIVOS PARA A CERTIFICAÇÃO BRASILEIRA

EL COMERCIO JUSTO Y EL CONSUMO RESPONSABLE: AVANCES NORMATIVOS PARA LA CERTIFICACIÓN BRASILEÑA

Joana Stelzer
Everton Das Neves Gonçalves

Resumo

Desde a aceleração do fenômeno global, o consumidor e consumismo ganharam grande importância na vida social. Em direção contrária emergiram aspectos ligados ao consumo responsável e à sustentabilidade, sendo o Comércio Justo um dos mais emblemáticos exemplos. O denominado Fair Trade é considerado Justo em virtude de uma série de fatores, dentre os quais o fato de cobrar os custos de um rendimento digno, ambientalmente responsável e socialmente inclusor. A certificação comercial, contudo, é um aspecto polêmico desse processo, sendo que no Brasil a Portaria MTE nº 2.060 de 30/12/2014 trouxe as diretrizes nacionais. O objetivo geral do artigo consistiu em diagnosticar o cenário contemporâneo da certificação do Comércio Justo, especialmente no âmbito brasileiro. O método de pesquisa utilizado foi o crítico indutivo, enquanto os meios foram bibliográficos. A legislação teve tratamento pelo método hermenêutico gramatical. Quanto aos fins, a pesquisa foi de cunho descritivo e os resultados foram expostos em forma de textos.

Palavras-chave: Comércio justo, Fair trade, Certificação, Consumo responsável

Abstract/Resumen/Résumé

A partir de la aceleración del fenómeno global, los consumidores y el consumismo han recibido gran importancia en la vida social. En la dirección opuesta vinieron los aspectos relacionados con el consumo y la sostenibilidad responsable constituyendo el Comercio Justo uno de los ejemplos más emblemáticos. El llamado Fair Trade se considera Justo debido a una serie de factores, entre los cuales el hecho de cobrar los costos de ingreso digno, ambientalmente responsable y socialmente incluyente. La certificación comercial, sin embargo, es un aspecto controvertido de este proceso. En Brasil la Portaría MTE nº 2.060 de 30/12/2014 ha presentado los lineamientos nacionales. El propósito general del artículo fue diagnosticar el marco contemporáneo de certificación del comercio justo, especialmente en el contexto brasileño. El método de investigación utilizado fue inductivo crítico, mientras que los medios fueron bibliográficos. La legislación tuvo tratamiento por el método hermenéutico gramatical. Cuanto a la finalidad, la investigación fue un estudio descriptivo y los resultados se muestran en forma de textos.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Comercio justo, Fair trade, Certificación, Consumo responsable

Introdução

A globalização, multifacetada e em constante alteração, trouxe profundas mudanças nas relações de comércio e consumo. Desde que a aceleração econômica imprimiu seu passo ao contexto mundial, conceitos lapidares foram desafiados, emergiram novos sujeitos e se criaram inéditos valores para o relacionamento humano. O consumo e o consumidor foram erigidos à instância superior para organização da sociedade, o consumismo resultou na patologia que assola o relacionamento das pessoas que, agora, se medem e se respeitam tomando por base os objetos adquiridos.

Na contramovimento está o *Fair Trade* (Comércio Justo) que envolve os consumidores por valores de cunho não exclusivamente monetário. O consumo, sob tal ritmo, passa a categoria de opção política; e, o consumidor, transforma-se em sujeito de transformação social. Esse é um contexto, entretanto, que ainda precisa ser aperfeiçoado (no Brasil e no mundo), no qual seja possível um comércio sadio e um consumidor responsável. Por não existir um formato único de *Fair Trade*, surgiram critérios diversos que procuram assegurar ao consumidor a sustentabilidade do negócio por intermédio da certificação.

Diferente de outros países, que adotaram as Certificadoras como referência (especialmente a FLO-CERT ou a *Fair Trade Fundat*ion), o Brasil preferiu a certificação que trabalha por reciprocidade. Nesse caso, os empreendimentos que se submetem à certificação podem ser, eles mesmos, os participantes do Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário. Nesse caso, além de poderem ser certificados, também poderão identificar, registrar e oferecer uma base de dados sobre o assunto. A gestão desse cadastro será realizada pela Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), do Governo Federal.

A publicação da Portaria MTE nº 2.060, de 30 de dezembro de 2014, trouxe luz sobre o assunto no País, contudo, não encerrará a polêmica sobre a obtenção do certificado de Comércio Justo. Tendo isso em vista, a problematização da presente pesquisa consiste em verificar se os procedimentos que deverão ser tomados para obtenção do Certificado de Conformidade do Comércio Justo e Solidário no Brasil podem promover um comércio inclusor e solidário. A investigação justifica-se de várias formas: promove um debate acerca do novo ordenamento que disciplina a certificação, instiga futuras pesquisas que possam impactar favoravelmente o inédito assunto e, finalmente, estimula debates que aperfeiçoem

essa sistemática de comércio e consumo sustentável.

Tendo em vista tais apontamentos, o objetivo geral da presente investigação consistiu em diagnosticar o cenário contemporâneo da certificação do Comércio Justo, especialmente no âmbito brasileiro. Os objetivos específicos que permitiram o alcance do objetivo geral foram: caracterizar o fenômeno da globalização; descrever conceitualmente sobre o consumismo e o consumo responsável; e, detalhar aspectos destacados da Portaria MTE nº 2.060/2014 (combinada com a Portaria MTE nº 1.780/2014). Entre as teorias que se apresentam para explicar a realidade global e os mecanismos ligados ao consumo enveredou-se pelas teorias sociológicas e econômicas de reconhecidos autores, como Octavio Ianni, Robert Reich, Celso Furtado, Zygmunt Bauman, Gilles Lipovetsky, entre outros. Os apontamentos teóricos sobre o *Fair Trade* apoairam-se nos sites institucionais da Organização Mundial do Comércio Justo (WFTO), em reconhecidas organizações nacionais de Comércio Justo (Faces do Brasil e Instituto Kairos) e na doutrina espanhola.

O método utilizado foi o crítico indutivo, avaliando-se os dados e as informações sob forma qualitativa. Os meios utilizados foram exclusivamente bibliográficos e foram coletados por três fontes secundárias de informação: relatórios institucionais, estatísticas e produção científica de reconhecidas obras doutrinárias. A legislação teve tratamento pelo método hermenêutico gramatical, buscando no sentido textual o sentido da norma, em virtude da juventude das Portarias emitidas pelo Ministério do Trabalho e Emprego (com consciência que essa análise é apenas o ponto de partida da interpretação, mas que é cabível enquanto se aguarda a legislação suplementar). Quanto aos fins, a pesquisa apresenta-se de cunho descritivo e os resultados foram expostos exclusivamente em forma de textos.

1 Globalização e consumismo: transformações de um tempo

Após o término da Segunda Guerra Mundial, houve uma reorganização do espaço mundial, fazendo nascer mudanças de ordem estrutural em diversas áreas. Com efeito, o século XIX já tinha sido testemunha de significativas transformações político-econômicas e com o século XX não foi diferente. Resultado quantitativo e qualitativo de tantas mutações, o fenômeno global[1] avançou ao alvedrio: indistinto, apátrida, espraiou-se através dos cenários

[1] Muitos autores alertam quanto ao uso diferenciado dos termos “globalização”, “mundialização”, “internacionalização”, “transnacionalização”. Assim, para Georges Benko, “a internacionalização está ligada ao desenvolvimento dos fluxos de exportação, (...) a transnacionalização, liga-se aos fluxos de investimento e das implantações no estrangeiro, (...) a globalização, corresponde à instalação das sedes mundiais de produção e de informação. (BENKO, 2006, p. 86). No modo de ver de Renato Ortiz, “Internacionalização refere-se

econômico, político e jurídico, além de continuar engolfando outras áreas. Desde que a globalização econômica imprimiu seu passo ao contexto internacional, "conceitos lapidares caíram por terra, a geografia reorganizou-se e 'muros' se desfizeram. Nesse diapasão, a compreensão das relações internacionais – âmbito por excelência que busca compreender os acontecimentos que transbordam as fronteiras nacionais – foi, como nunca, exposta à perplexidade." (STELZER, 2004, p. 95)

O período pós-guerra pode ser tido como o marco inicial da globalização econômica. Com isso, começou também a história do 'supercapitalismo'. O termo 'supercapitalismo' é utilizado por Robert B. Reich para designar as mudanças sofridas pelo capitalismo democrático, ocasião na qual ocorreram abalos à democracia, a exemplo de instituições que promoviam negociações formais e informais para distribuir riqueza ou para estabilizar empregos, mas, que se tornaram secundárias frente ao novo contexto. "Os estadistas empresariais são personagens do passado. Dessa maneira, o triunfo do capitalismo e o declínio da democracia assumiram características de fenômenos correlatos. O capitalismo democrático foi substituído pelo supercapitalismo." (REICH, 2008, p. 49)

Em verdade, quando determinados eventos econômicos entraram em acelerado desenvolvimento, uma série de acontecimentos disparou como mola desarticuladora do sistema internacional. Dentre as circunstâncias responsáveis pela radical transformação da realidade mundial estavam, entre outros, a emergência da informática aliada à tecnologia, a intensificação das relações comerciais, a reorganização dos padrões de gestão, a dinamicidade das finanças, o incremento de investimentos estrangeiros, o modo de produção desterritorializado e o desconhecimento das fronteiras nacionais.

Sob outro enfoque, houve também o aparecimento de novos sujeitos no palco mundial, que somente conhecia os Estados-nações e algumas organizações internacionais. O surgimento das grandes corporações transnacionais, não por acaso, trouxe de roldão toda uma gama de acontecimentos para remodelar o cenário emergente. Nesse passo, o conceito de

---

simplesmente ao aumento da extensão geográfica das atividades econômicas através das fronteiras nacionais; isso não é um fenômeno novo. A globalização da atividade econômica é qualitativamente diferente. Ela é uma forma mais avançada, e complexa, da internacionalização, implicando um certo grau de integração funcional entre as atividades econômicas dispersas. O conceito se aplica, portanto, à produção, distribuição e consumo de bens e de serviços, organizados a partir de uma estratégia mundial, e voltada para um mercado mundial." (ORTIZ, 1996, p. 17). Conforme François Chesnais, "O termo de origem francesa 'mundialização' (*mondialisation*) encontrou dificuldades para se impor, não apenas em organizações internacionais (...) Isso deve-se, claro, ao fato de que o inglês é o veículo linguístico por excelência do capitalismo (...) A palavra 'mundial' permite introduzir, com muito mais força o que o termo 'global', a ideia de que, se a economia se mundializou, seria importante construir depressa instituições políticas mundiais capazes de dominar o seu movimento. (...) a globalização é a expressão das 'forças de mercado', por fim liberadas". (CHESNAIS, 2010, p. 24).

Estado – desenvolvido após a decadência do feudalismo nos séculos XV e XVI, com os príncipes feudais sacramentando a ampliação das regiões dominadas através de conquistas militares (e até mesmo de casamentos) e viabilizando territórios mais organizados, posteriormente centralizados sob o comando do rei – estava em questão.

Além de os sujeitos, entretanto, a remodelação das políticas comerciais à luz da globalização trouxe fenômenos novos e desencaixados das tradicionais relações 'inter-nações' (ou seja, internacionais), alterando-lhe a forma para relações regionais, multilaterais e transnacionais. Nessa perspectiva, "o 'mundo', na sua especificidade, enquanto categoria, não mais filosófica, mas sociológica, devido a uma resistência epistemológica de postulá-lo como objeto, na sua inteireza, como unidade sintética *sui generis*, escapa à própria análise conceitual." (ORTIZ, 1996, p. 16) Segundo "a corrente filosófica do pós-modernismo, a era contemporânea (de 1960 até hoje) significa o fim do fetichismo do Estado e o início da sua 'desacralização' (...)" (CRESPO, 2011, p. 104.)

> [...] é a era do confederalismo político, do federalismo ultradescentralizado, cujo ideal assenta na associação livre de diferentes comunidades, nas iniciativas locais e regionais, no reconhecimento dos particularismos e das identidades territoriais, na aproximação das instâncias de decisão aos cidadãos e na restituição da dignidade às periferias. (CRESPO, 2011, p. 104)

Quando o assunto retrata a globalização, torna-se difícil saber que setor da vida atual o fenômeno não alcançou, que conceito não restou abalado, que longínqua vila não foi varrida pela ideologia do capital. Para Octavio Ianni, é como se "a história começasse novamente. Há muito que interpretar pela primeira vez, ou de modo diferente. Mesmo realidades anteriormente muito bem interpretadas, nos horizontes da sociedade nacional, precisam ser repensadas, pois realizam-se em outros termos, diferentes, novas, surpreendentes." (IANNI, 2003, p. 176) Torna-se, pois, inevitável constatar que os instrumentos teóricos existentes revelam-se inadequados e não adaptados à elaboração de respostas às intrincadas questões globais que assaltam o espírito do investigador.

Celso Furtado (2000, p. 21) reflete quanto às dificuldades de avaliar o processo global, ao asseverar que "Vivemos uma dessas épocas em que se faz notória a insuficiência do quadro conceitual para apreender uma realidade em rápida transformação." Renato Ortiz, por sua vez, esclarece que o uso metafórico revela uma realidade emergente ainda fugidia ao horizonte das ciências sociais. Estado, blocos regionais, corporações transnacionais, indivíduos, direito, política comercial, multilateralismo, enfim, são conceitos fragilizados dentro da sociedade do fim do milênio. "A modernidade não é apenas modo de ser, expressão cultural que traduz e se

enraíza numa organização social específica. Ela também é ideologia, conjunto de valores que hierarquizam os indivíduos, ocultando as diferenças-desigualdades de uma modernidade que se quer global.” (ORTIZ, 1996, p. 215).

Em que pese o fato de as questões econômicas nortearem fortemente a globalização, cumpre atentar que o fenômeno tem aspectos outros que se enlaçam e se enveredam mutuamente. Significa dizer, apesar de o avanço capitalista representar a substância endógena primaz, responsável pelas mudanças estruturais no sistema mundial, o efeito global não se esgotou nessas considerações, ocorrendo também no contexto social, jurídico, político, entre tantos outros. Seria ingênuo contentar-se com uma visão meramente economicista, desconhecendo-se as causas e as consequências de todo esse processo.

Por consequência, tem-se que quando as instituições políticas e jurídicas estão inseridas dentro de um contexto econômico de extremo desequilíbrio, é certo que o alcance de um sistema social equânime resta, quando não obstruído, de penosa realização. À evidência que os desajustes econômicos promovidos pelo movimento global e pelo recrudescimento do capitalismo são o resultado de um processo histórico que denuncia a espoliação de muitas comunidades e não derivam de acontecimentos isolados. Assiste-se a um aprofundamento da penúria social.

Entre as inúmeras vertentes relativas à globalização e que tornam mais aguda essa precarização social, interessa avaliar o impacto causado por esta complexa dinâmica e compreender os efeitos das relações de consumo, especificamente na questão comercial entre os países do norte e do sul. Pimentel (1999, p. 380) lembra que se deve acrescer “que os riscos globais não respeitam os abismos entre o Norte e o Sul, ou a divisão que existe em cada sociedade, entre ricos e pobres. A intensidade e a extensão global de certas classes de riscos transcendem todos os diferenciais sociais e econômicos.” Karine de Souza e Silva (2000, p. 115) completa acerca da promessa de mercado, enquanto mero recurso ideológico,

> [...] inconsciente de gerar bem-estar social a todos. O egoísmo perverso do mercado é, na verdade, o caminho que se transforma na atitude ética da indiferença e resignação ante o sofrimento de milhões de pessoas. Para essa concepção do modo de produção capitalista, fome, desemprego, mortalidade infantil são sacrifícios necessários para alcançar o tão sonhado progresso. (SILVA, 2000, p. 115)

Segundo Milton Santos (2000, p. 46), a “competitividade comanda nossas formas de ação. O consumo comanda nossas formas de inação. E a confusão dos espíritos impede o nosso entendimento do mundo, do país, do lugar, da sociedade e de cada um de nós”. A dissolução, contudo, não se cingiu somente aos limites nacionais, mas também à cadeia

produtiva da indústria, já que o fenômeno global representou a desmaterialização (os produtos são cada vez mais produtos imateriais ou mesmo se percebe o avanço da prestação de serviços) e, principalmente, a desterritorialização (os produtos não possuem mais uma pátria, pois são montados em várias partes do mundo) dos meios de produção, viabilizando a montagem de uma mercadoria em decorrência de fatores puramente econômicos, a depender das condições locais que pudessem proporcionar o maior lucro em detrimento do menor custo. Em períodos históricos anteriores, tais avanços não seriam alcançados e somente foram viabilizados pelas conquistas globais, como o desenvolvimento da tecnologia, dos meios de comunicação e dos transportes. Assim, também se alimentou o crescimento das corporações transnacionais, ocasionando um inevitável choque entre a potência política estabelecida (o Estado) e a nova potência econômica (a corporação transnacional).

Desse duplo movimento de concentração (do capital) e descentralização (das cadeias de produção), permite-se observar como foi intensificado o domínio financeiro, ao mesmo tempo em que se expandiu a exploração de oportunidades locais de mercado e de lucro. Não por outro motivo, percebeu-se um desenvolvimento meticuloso de vastas e eficazes estruturas de controle empresarial para coordenar todo este trânsito de pessoas, mercadorias, serviços e capitais mundo afora, na órbita de seus impérios.

A concorrência entre o espaço nacional e o mundial, consequentemente, tornou-se mais aguda, e é precisamente nessas condições que o relacionamento entre os Estados deixou de ser concorrente e, muitas vezes, conflitivo, para dar vazão a novos modelos políticos. Como se expressa Octavio Ianni (2003), realidades e significados que pareciam irrelevantes, secundários, esquecidos ou escondidos, reaparecem sob nova luz.

Entre as mutações trazidas pela globalização aos fenômenos cotidianos está o consumo. Sob tal aspecto, o sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2008, p. 41), na obra 'Vida Para Consumo – A transformação das pessoas em mercadoria' traz uma reflexão sobre o binômio consumo e consumismo. Na ótica do autor, o fenômeno do consumo "tem raízes tão antigas quanto os seres vivos [...] é parte permanente e integral de todas as formas de vida [...]". Mas, enquanto o consumo constitui uma característica e ocupação de todos os seres humanos enquanto indivíduos, o consumismo é um "atributo da sociedade" (BAUMAN, 2008, p. 42). O referido autor defende que 'consumismo' se realiza quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho. Dessa maneira, o consumismo passa a ser central quando:

> [...] a capacidade profundamente individual de querer, desejar e almejar deve ser, tal como a capacidade de trabalho na sociedade de produtores, destacada ('alienada', o

> termo aqui empregado não em conotação pejorativa) dos indivíduos e reciclada/reificada numa força externa que coloca a 'sociedade de consumidores' em movimento e a mantém em curso como uma forma específica de convívio humano, enquanto ao mesmo tempo estabelece parâmetros específicos para as estratégias individuais de vida que são eficazes e manipula as probabilidades de escolha e conduta individuais". (BAUMAN, 2008, p. 42).

Nessa esteira, Gilles Lipovetsky (2007) aborda o assunto referindo-se ao consumo como 'felicidade paradoxal', sendo esta efêmera, que se finda ao término do próprio consumo. O consumidor, dessa maneira, jamais se sente satisfeito e sempre almejará novos produtos. Esses, por sua vez, não assumirão a forma de objetos apenas, mas, experiências, emoções e sensações. Para entender e avaliar esses aspectos o autor afirma existir mais de um tipo de sociedade, dividindo o fenômeno em três fases:

a) Fase I se inicia por volta de 1880 e chega ao fim com a Segunda Guerra Mundial – o comércio ganhou maior escala, em virtude da aceleração da produção e das infraestruturas de comunicação que se desenvolveram de ponto de vista tecnológico, aumentando a produção das fábricas e a velocidade nos transportes.

b) Fase II, dirigida pela economia fordista, estabeleceu-se por volta de 1950 e apresentou-se como modelo da sociedade do consumo de massa – nesse período vislumbra-se uma modificação intensa em relação às fases anteriores, a partir do momento que vastas camadas da população passam a acessar produtos como televisores, eletrodomésticos e automóveis. Percebe-se aumento da circulação de bens e o início da obsolescência planejada instaura-se.

c) Fase III – desde 1970, ocasião a partir da qual surgem novos contornos para a aventura individualista e consumista das sociedades, onde tudo pode se tornar um segmento mercantil. "A fase do hiperconsumo (fase III) é principalmente emocional e subjetiva, quando os indivíduos desejam objetos para viverem, mas, não por sua utilidade ou necessidade." (TEIAS DO CONSUMO, 2015)

Dessa realidade emerge o 'aspecto paradoxal da felicidade', pois em que pese a riqueza de uma parcela da sociedade, existe um número crescente da população em condições de precariedade. Em outra obra, o autor afirma:

> Chegamos ao momento em que a comercialização dos modos de vida não mais encontra resistências estruturais, culturais nem ideológicas, e em que as esferas da vida social e individual se reorganizam em função da lógica do consumo. A primeira e a segunda fase do consumo haviam tido como consequência a criação do consumidor moderno, arrancando-o às tradições e arruinando o ideal de poupança; a última fase estendeu ao infinito o domínio do consumo. (LIPOVETSKY, 2004, p. 31)

As grandes estratégias da sociedade de consumo e da economia do desperdício estão pautadas pelo binômio crédito e obsolescência programada. Assim, surgiram impressoras domésticas com um chip que está programado para deixar de funcionar após atingir certo número de cópias. Outra prática maléfica gerada pela sociedade do consumo consiste na compreensão generalizada que obriga o consumidor a trocar o 'velho' pelo 'novo', na qual o *marketing* tem fundamental papel para constranger aquele que não se 'moderniza'. No Brasil, estarrece tal realidade quanto à imposição psicológica sobre o consumidor para troca de veículo, de maneira que o comprador se sinta realizado na sua capacidade de aquisição.

Hanna Arendt (2010, p. 149; 167) abordou a mutação da sociedade, na qual até a obsolescência é planejada. Na esfera de uma economia do desperdício, o fim existe e se justifica em si mesmo. Dessa maneira, todas as coisas devem ser devoradas e abandonadas quase tão rapidamente quanto surgem no mundo, "a fim de que o processo não chegue a um fim repentino e catastrófico", pois "o perigo é que tal sociedade [...] já não seria capaz de reconhecer a sua própria futilidade [...]". Os próprios homens restam pensados como objetos a serem consumidos, avaliados, calculados, programados, para – enfim – serem descartados.

> [...] Mas, se esse ideal já estivesse realizado e passássemos realmente de membros de uma sociedade de consumidores, já não viveríamos mais num mundo, mas, simplesmente seríamos impelidos por um processo em cujos ciclos – perenemente repetidos – as coisas surgem e desaparecem, manifestam-se e somem, sem jamais durar o tempo suficiente para conterem em seu meio o processo vital. (ARENDT, 2010, p.147)

Com isso, a conjuntura do sistema capitalista tal como se apresenta, sob a influência da globalização, trouxe mudanças incisivas a ponto do ato de consumir caracterizar-se como cada vez mais alienado. Parece não ser responsabilidade do cidadão se interessar (e muito menos se responsabilizar) pelas consequências engendradas. Para muitos consumidores, o surgir de uma consciência ambiental muitas vezes até brota no processo de compra, mas, ainda assim, quando se percebe tal preocupação ela está trelada à saúde do próprio consumidor. Ocorre que numa sociedade tornada competitiva pelos valores que erigiu como dogmas, "o consumo é verdadeiro ópio, cujos templos modernos são os shopping centers e os supermercados, aliás, construídos à feição das catedrais. O poder do consumo é contagiante, e sua capacidade de alienação é tão forte que sua exclusão atribui às pessoas a condição de alienados. Daí a sua força e o seu papel perversamente motor na sociedade atual." (SANTOS, 1998, p. 34). O ato de consumo tem ocorrido sem preocupação com os efeitos nefastos possivelmente gerados.

2 O contra-movimento: Comércio Justo e consumo responsável

Na década de 90 e, mais especificamente com a Agenda 21 Global, assinada na 'Rio 92', o Capítulo 4 trouxe a importância do que se denomina consumo sustentável. Do ponto de vista histórico, essa concepção remonta à década de 70:

> O conceito de produção e consumo sustentáveis (PCS) vem sendo construído há duas décadas, embora resulte de um processo evolutivo iniciado nos primórdios dos anos 1970, quando se começou a envidar esforços em prol da chamada produção mais limpa (P+L), ou seja, a produção que utiliza menos recursos naturais e gera menos resíduos (ecoeficiente). No início da década de 1990, o consumo sustentável também começou a ser efetivamente considerado na construção de uma perspectiva mais ampla e sistêmica, na qual o foco muda: (a) da produção para o ciclo completo do produto (que vai da matéria-prima e da concepção do bem ao seu pós-consumo, que é quando não tem mais vida útil ou se torna obsoleto); (b) do consumidor como objeto para o consumidor como agente (consumo responsável); (c) de opiniões antagonistas para parcerias (entre governo, setor produtivo e sociedade civil); e (d) de regulação para iniciativas voluntárias. (AMARO, 2015)

As expressões Consumo Ético, Consumo Responsável e Consumo Consciente emergiram como maneiras de incluir também os outros aspectos de sustentabilidade, além do ecológico. A sustentabilidade do consumo, dessa maneira, envolve a escolha de produtos que respeitam os recursos naturais, que amparam os trabalhadores e que estimulam os respeitos humanos, como a igualdade de gênero, a proibição de trabalho infantil ou de trabalho forçado. Além do mais, estimula-se a aquisição do necessário, sem exageros ou distorções.

O consumo responsável deve partir de um pressuposto inverso ao pensamento dominante, ou seja, que o desenvolvimento seja exclusivamente focado nos resultados econômicos. O consumo ético, comumente, vem atrelado à concepção de Comércio Justo, podendo-se afirmar serem os dois lados de uma mesma moeda. A considerar que o *Fair Trade* propugna incluir pequenos produtores no mercado internacional, no anseio de minimizar a pobreza no hemisfério sul, o 'consumo ético' significa um consumo consciente. Nesse caso, a decisão de compra de um produto ou serviço assenta não só em critérios de qualidade e preço, mas também nas condições humanas e ambientais em que foram produzidos e comercializados e, portanto, nas consequências dessa compra. Na esteira do pensamento de Lévinas (2004, p. 141), pode-se inferir que o consumo responsável pode ser entendido segundo "perspectiva de alteridade e de responsabilidade de uns para com outros".

> Este conceito tem por base a ligação direta entre padrões de consumo e situações de pobreza e exclusão à escala mundial. De fato, as decisões de compra afetam de forma muito significativa não só os mercados e as realidades dos países desenvolvidos, mas, também, as condições de vida dos produtores nos países economicamente menos desenvolvidos. (CIDAC, s/d)

O movimento também foi um efeito à diminuição de empregos formais, atrelado ao enfraquecimento do Estado de Bem-Estar Social, além de a conscientização dos consumidores sobre o abismo social existente entre os povos, o uso de agrotóxicos no aumento da produção de alimentos e o crescimento da miséria mundial. Segundo o Instituto Kairós (2015), “Eis a alma do Consumo Responsável: estimular a reflexão e a prática sobre o poder político existente em cada pequeno ato de escolha, em cada opção de consumo que fazemos, e, assim, estimular atitudes responsáveis, comprometidas com o mundo, com as pessoas e com a vida como um todo”.

Antes mesmo de o Consumo Responsável ganhar força e divulgação em escala mundial, o Comércio Justo surgia como estratégia de desenvolvimento sustentável, “[...] um movimento social e uma modalidade de comércio internacional que busca o estabelecimento de preços justos, bem como de padrões sociais e ambientais equilibrados nas cadeias produtivas, promovendo o encontro de produtores responsáveis com consumidores éticos" (COTERA; ORTIZ, 2009, p. 60). Na Europa, os esforços foram promovidos pela Oxfam e por um grupo católico holandês. “Seu objetivo inicial foi o de convencer o governo britânico a permitir a remessa de alimentos às populações famintas da Grécia, então ocupada pelos nazistas e submetida ao bloqueio naval dos aliados." (OXFAM, 2015). Na América do Norte, o *Fair Trade* recebeu impulso nos anos 1950 e 1960, quando algumas Organizações Não Governamentais (ONGs) desenvolveram as denominadas *North American Alternative Trade Organizations* (NAATOs), articulando a importação e venda desse artesanato por intermédio de grupos de solidariedade da Igreja (BOSSLE, 2015, p. 20). Segundo a WFTO (2015), nos Estados Unidos o fenômeno teve início na *Ten Thousand Villages* (anteriormente Artesanato Autoajuda) que começou a comprar bordados de Porto Rico, ainda em 1946. A primeira loja de Comércio Justo formal, vendendo esses e outros produtos, foi inaugurada em 1958 nos Estados Unidos.

O Comércio Justo (*Fair Trade*) é um movimento transnacional preocupado com a promoção de condições de mercado mais justas entre países consumidores e produtores de países em desenvolvimento. O comércio é considerado Justo em virtude de uma série de fatores, e especialmente porque o preço é justo, vale dizer, cobra os custos de um rendimento digno, ambientalmente responsável e socialmente inclusor (para isso, há os princípios enumerados *infra*). Com isso, há grande atenção não somente com as condições de trabalho do produtor (além da sua família e comunidade, e que deve se estender por toda a cadeia logística), mas, também com o consumidor que pode adquirir bens de forma ética. Trata-se de

um raciocínio muito diferente do praticado pelo neoliberalismo, pois no *Fair Trade* as pessoas são consideradas mais importantes que o lucro.

> Nos meados do século passado surgiu na Europa e nos EUA a ideia de tornar o comércio uma fonte de recursos e inclusão social para comunidades empobrecidas de países em desenvolvimento. O Comércio Justo (CJ) teve sua gênese na década de 40, graças à preocupação de grupos progressistas que entenderam a possibilidade de inserção de pequenos produtores no mercado internacional, como uma alternativa para a diminuição da pobreza no hemisfério sul. [...] Esse crescimento se deve também ao aumento da consciência do consumidor e sua preocupação em buscar alimentos e outros produtos de qualidade que também trouxessem incorporados a preocupação com o meio ambiente e a inclusão sócio econômica de populações do hemisfério Sul. (PRATA, 2015)

Trata-se, em síntese, de estratégia de desenvolvimento sustentável, garantindo aos trabalhadores condições de vida plena e às comunidades (nas quais esses trabalhadores estão inseridos) crescimento econômico integral. O fenômeno também pode ser visto na qualidade de abordagem alternativa ao comércio tradicional (*Free Trade*), tendo em vista referir-se a uma proposta escorada na parceria, que oferece melhores condições comerciais aos que trabalham (em detrimento do comércio tradicional que coloca os trabalhadores perante os grandes compradores, que impõe preços e condições de compra). Com isso, melhoram as possibilidades de vida digna. Os consumidores, por sua vez, podem cooperar na redução da pobreza por meio de suas compras cotidianas (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2015).

De acordo com a *World Fair Trade Organization* (WFTO, 2015), organização mundial que dirige aspectos importantes do *Fair Trade*, os dez princípios que sustentam essa prática são os seguintes: 1 Criação de oportunidades para produtores economicamente desfavorecidos; 2 Transparência e responsabilidade na troca de informação 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.

Além de respeitar os princípios acima, os empreendimentos também costumam auxiliar a própria comunidade com parte dos lucros obtidos, auxiliando escolas do bairro, postos de saúde, entre outras organizações, para ampliar e aprofundar a sustentabilidade social.

O Comércio Justo e a economia solidária são assuntos muito próximos, contudo, divergem quanto à questão de mercado. Enquanto a Economia Solidária visa à criação de mercados alternativos e possui lógica inversa ao capitalismo, o Comércio Justo visa à inserção dos produtores no mercado capitalista (sem apoiar o capitalismo, ou se opor; em verdade, não é uma discussão no âmbito do Comércio Justo).

Não existe um formato único de funcionamento do *Fair Trade*, mas em grande parte dos casos existe um sistema de certificação, que exige compromissos dos produtores quanto aos princípios acima estampados. Quando o assunto é certificação o debate se torna polêmico.

Do ponto de vista internacional, a mais destacada organização certificadora é a *Fair Trade Labeling Organizations International* (*FLO International* ou *Fair Trade International*), criada em 1997 por 14 iniciativas nacionais, com sede na Alemanha. Em 2003, foi criada a FLO-CERT, empresa interna de funcionamento independente, responsável pela inspeção e certificação de produtores e do comércio. Atualmente, 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. A FLO, contudo, não passa isenta de críticas, especialmente por parte da doutrina espanhola (veja-se o Manifesto contra a certificação FLO-CERT do Comércio Justo disponível na internet (FACES DO BRASIL, 2015)).

Em breve síntese, a certificação da FLO-CERT funciona do seguinte modo. 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[2]. 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 da adequação da propriedade com as demais exigências.

O referido processo não está isento de críticas. No modo de ver de Xavier Monagut (2006, p. 55), essa concepção que isola alguns produtos do conjunto da prática comercial

[2] Por não ser objeto dessa investigação, não se abordará outra polêmica questão que é a inexistência de certificação para o artesanato. Em virtude da nova metodologia para o alcance dos Certificados de Conformidade, recentemente normatizados no País, deseja-se que essa vasta parcela de integrantes do Fair Trade sejam beneficiados.

reduzindo o conceito de Comércio Justo de forma quase exclusiva ao pagamento de um ‘preço justo’ representaria uma concepção equivocada da FLO. Esse selo somente certificaria as condições de trabalho e elaboração dos produtos no Sul sem ter em conta sua distribuição e comercialização nos países do Norte. Segundo o autor, a FLO-CERT levou sua visão reducionista do comércio justo ao extremo, permitindo que grandes multinacionais como Mc. Donalds, Nestlé, Procter&Gamble vendam produtos certificados como sendo de ‘comércio justo’, quando a prática dessas empresas traduz o paradigma do comércio injusto.

> Que transnacionais como Nestlé, a empresa mais boicotada do mundo, possa decidir que faz comércio justo porque compra e vende alguns pacotes de café mais caro é um autêntico exemplo de cinismo. A Nestlé é a responsável central da crise do café que, ao impedir novos acordos internacionais, está levando a ruína milhões de agricultores. Que eles tenham o cinismo de dizer que fazem comércio justo, na verdade, não deveria nos estranhar, pois forma parte das mentiras habituais de seu marketing. Que alguém como o selo FLO certifique para assim eles venderem mais é lamentável. (MONAGUT, 2006, p. 55)

Essa possível distorção do Comércio Justo, portanto, estaria escorada no fato de considerar exclusivamente os produtores do Sul como sujeitos da cadeia comercial. Com efeito, deveriam integrar a sustentabilidade dos negócios no âmbito do *Fair Trade* diversos sujeitos, dentre os quais os transportadores, os importadores, os distribuidores, os órgãos públicos entre outros que se envolvem no processo que leva o produto até o consumidor final. O fato é que acreditar em órgãos certificadores isolados como se eles pudessem transformar a sociedade não é factível. Nesse sentido, a importância do Poder Público para cooperar na gestão do desenvolvimento sustentável.

No Brasil, segundo informações da SocioEco (2015), a origem do Comércio Justo remonta aos produtores organizados em cooperativas e com base no que hoje é chamado de agricultura familiar. Desde a década de 70, existe a concepção de um movimento organizado, mas que somente se estruturou no ano 2000. Nessa época, diversas Organizações Não-Governamentais (ONGs), representantes governamentais, empresas, representações de trabalhadores e prestadores de serviços discutiram a denominada economia e comércio alternativos. Em 2001, “a plataforma de articulação do comércio ético e solidário, denominado FACES, desenhou uma proposta do comércio justo ‘Norte x Sul’. Em novembro de 2002 esse grupo foi denominado como Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil, ou simplesmente FACES do Brasil” (FACES DO BRASIL, 2015).

Em 2004 foi criada a Articulação Brasileira de Empreendimentos do Comércio Justo e Solidário (ECOJUS BRASIL, 2015), com o objetivo principal de promover o intercâmbio de experiências em Comércio Justo e Solidário. A ECOJUS Brasil realiza encontros regionais

e temáticos e agrupa mais de 100 empreendimentos da agricultura familiar e economia solidária em todas as regiões do Brasil, com mais de 15.000 famílias envolvidas (SOCIOECO, 2015).

Finalmente, cumpre destacar a criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) em junho de 2003, junto com o Conselho Nacional de Economia Solidária (CNES), no Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). A SENAES atua como representante do Governo Federal, que propõe, organiza e implementa políticas de apoio à economia solidária. Finalmente, com o Decreto nº 7.358/2010, foi instituído o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário (SCJS), para coordenar as ações do Governo Federal voltadas ao reconhecimento de práticas de Comércio Justo e solidário e à sua promoção.

Recentemente, duas Portarias decorreram desse contexto, dentre as quais a Portaria MTE nº 1.780 DE 19.11.2014, publicado no Diário Oficial da União (DOU) 20.11.2014, que Institui o Cadastro de Empreendimentos Econômicos Solidários – CADSOL (e revogou a Portaria MTE Nº 374 de 21/03/2014); e, a Portaria MTE nº 2.060 de 30/12/2014, publicado no DOU 08.01. 2015, que instituiu os princípios, critérios, sistema de avaliação de conformidade e os mecanismos de gestão do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SCJS). Nesse sentido, passa-se a analisar a legislação, em parte inédita no mundo já que a opção para certificação dos produtos consiste em fazer com que os próprios integrantes o façam de forma recíproca.

3 Rumo à certificação brasileira do Comércio Justo: aspectos destacados da Portaria MTE nº 2.060/2014 frente aos princípios da WFTO

Em que pese a dificuldade de certificar o Comércio Justo, o Governo Federal disciplinou a questão por intermédio da Portaria MTE nº 2.060/2014, ao instituir os Princípios e Critérios e os mecanismos de Avaliação da Conformidade da Prática de Comércio Justo e solidário e da Gestão e Organização do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SCJS). A princípio, o Brasil é o único País a disciplinar com normas públicas as diretrizes do Comércio Justo. Nesse sentido, já se tinha o Decreto nº 7.358/2010, que pouco dizia, mas instituía o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário (SCJS) e criava sua Comissão Gestora Nacional.

De acordo com a Portaria MTE nº 2.060/2014, as metodologias de avaliação de conformidade da prática de Comércio Justo e solidário serão divididas em três categorias, conforme o tipo de organismo de avaliação da conformidade (artigo 7º), ou seja: a

metodologia utilizada pelos Organismos Participativos de Avaliação da Conformidade (OPAC) (artigo 8º), pelos Organismos de Avaliação da Conformidade por terceira parte (OAC 3ª Parte) e pelos Organismos Coletivos Autogestionários de Controle Social da Conformidade (OCACS) (artigo 10º). Esses organismos avaliarão os seguintes participantes: os empreendimentos econômicos solidários (EES) com prática em Comércio Justo e Solidário (CJS); os parceiros comerciais com prática em CJS; os organismos de avaliação de conformidade; as organizações da sociedade civil de apoio e fomento ao comércio justo e solidário; e, os parceiros públicos do CJS. (artigo 4º).

É no artigo 5º que vêm estampados os princípios e critérios de avaliação de conformidade e que resultarão no Certificado de Conformidade do Comércio Justo e Solidário (CERTSOL). As diretrizes são coincidentes com os 10 princípios mundiais defendidos pela WFTO e vão além.

> Certificado de Conformidade do Comércio Justo e Solidário (CERTSOL): documento emitido por organismo de avaliação de conformidade do comércio justo e solidário (CJS), credenciado pela Comissão Gestora Nacional do Sistema, com a função de certificar os empreendimento econômico solidário (EES) e os parceiros comerciais que atendem o disposto no regulamento do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SCJS), autorizando-os a usar o selo ou marca de espaço de comercialização solidária (ECOS) do SCJS; (artigo 2º, X, da Portaria MTE nº 2.060/2014).

Na qualidade de primeiro princípio, o inciso I defende o fortalecimento da democracia, respeito à liberdade de opinião, de organização e de identidade cultural. Para que essa diretriz seja alcançada por parte dos participantes espera-se que haja transparência interna, democracia e autogestão nas tomadas de decisão do empreendimento e processos eleitorais para definição dos cargos responsáveis pela gestão (artigo 5º, inciso I, da Portaria MTE nº 2.060/2014). Percebe-se que, embora não haja referência interna na normativa a outra legislação, a inspiração da redação decorre da economia solidária. De fato, o artigo 1º, da Portaria MTE nº 1.780/2014 institui o Cadastro Nacional de Empreendimentos Econômicos Solidários (CADSOL) e reconhece publicamente os Empreendimentos Econômicos Solidários. Nesse sentido, entende por participantes as "organizações coletivas de caráter associativo e suprafamiliares que realizam atividades econômicas permanentes, cujos participantes são trabalhadores do meio urbano ou rural e exercem democraticamente a gestão das atividades e a alocação dos resultados" (artigo 2º, da Portaria MTE nº 1.780/2014).

Não poderia ser diferente, pois o próprio CADSOL constitui requisito obrigatório aos Empreendimentos Econômicos Solidários para inclusão no Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (artigo 4º, da Portaria MTE nº 1.780/2014). Referência também deve ser

feita aos princípios mundiais do Comércio Justo que foram aqui contemplados, com destaque para: o fato de a Portaria favorecer a criação de oportunidades para produtores economicamente desfavorecidos (Princípio 1º, WFTO), a transparência e responsabilidade na troca de informação e na tomada de decisões (Princípio 2º, WFTO); e, as práticas comerciais justas, em respeito pelo bem estar social, ambiental e econômico dos pequenos produtores (Princípio 3º, WFTO).

No inciso II (artigo 5º, inciso II, da Portaria MTE nº 2.060/2014) exigem-se as condições justas de produção, agregação de valor e comercialização, o que deve ser feito por intermédio do seguinte: "a) transparência na negociação entre as partes na formação do preço justo de produtos ou de serviços; b) condições adequadas de segurança e saúde no trabalho; e, c) inexistência de práticas de trabalho infantil, sendo possível manter compromisso com a inserção de jovens aprendizes no seu ambiente cultural, garantido o acesso à educação formal e ao lazer.". Mais uma vez, consolidam-se os princípios da WFTO (2015), com destaque para o pagamento de um preço justo pelo trabalho dos produtores (Princípio 3º, primeira parte, WFTO) e a renúncia total ao trabalho infantil ou forçado (Princípio 4º, WFTO).

O terceiro princípio (artigo 5º, inciso III, da Portaria MTE nº 2.060/2014) visa à promoção do desenvolvimento local em direção à sustentabilidade, desde que se constatem práticas e compromissos com o desenvolvimento socioeconômico e cultural das comunidades e territórios e existam práticas de inclusão social por meio de ações geradoras de trabalho e renda. Em um país de dimensões continentais, como o Brasil, houve a valorização do local. Essa é uma temática das mais importantes quando se trata de comércio justo e que possui diversos entendimentos sobre as causas e consequências. Para a CARE (2015)[3], promover o Desenvolvimento Local significa "implementar ações em territórios ou microrregiões que permitam a ativa participação do cidadão, o efetivo controle social sobre a gestão pública através do fortalecimento da sociedade civil e o empoderamento de grupos sociais antes marginalizados nas esferas de tomada de decisão." Embora não se refira a um dos princípios da WFTO, esse princípio está em estreita sintonia com a Economia Solidária, especialmente o artigo 3º, III, da Portaria MTE nº 1.780/2014, que sustenta ser objetivo do Cadastro de Empreendimentos Econômicos Solidários (CADSOL) fortalecer e integrar Empreendimentos Econômicos Solidários "em redes e arranjos produtivos e organizativos nacionais, estaduais, territoriais e municipais, a fim de facilitar processos de comercialização".

[3] A CARE é uma confederação global formada por diversas organizações não governamentais que trabalham juntas para acabar com a pobreza.

O quarto princípio (artigo 5º, inciso IV, da Portaria MTE nº 2.060/2014) destaca o respeito, cuidado e conservação do meio ambiente. Para isso, a Portaria detalha a compreensão do que entende como: prática de conservação e recuperação dos recursos naturais e de biodiversidade; além de métodos responsáveis, práticas de utilização de materiais biodegradáveis, manejo sustentável, práticas de reciclagem (e do destino adequado dos resíduos gerados nos processo de produção e consumo) e o desenvolvimento de atividades educativas e culturais relacionadas à questão da preservação do meio ambiente. Com efeito, a sustentabilidade ambiental é um dos aspectos fulcrais da proposta desenvolvimentista do comércio justo e que se harmoniza muito especialmente com o décimo princípio do WFTO (Respeito pelo ambiente).

A sustentabilidade social vem garantida pelo princípio 5 (artigo 5º, inciso V, da Portaria MTE nº 2.060/2014), que exige do participante o respeito à diversidade e garantia de equidade e não discriminação. Com isso, deve estar presente a inexistência de práticas de discriminação baseadas em sexo, raça, religião, geração, posição política, procedência social, naturalidade, escolha sexual e em condição de pessoa com deficiência; e, a equidade nas relações de gênero com ampla participação das mulheres em todos os níveis e atividades de produção e gestão. As exigências são múltiplas e se harmonizam com os princípios 4 (preço justo, sem desigualdades entre gêneros) e 6 (não discriminação, igualdade de gêneros e liberdade de associação) da WFTO. A norma brasileira vai além da previsão internacional, incluindo também a pessoa com deficiência, o credo religioso, posição política ou mesmo de opção sexual. Em colaboração com a estratégia do Governo Federal voltado para o empoderamento de mulheres, o 5º princípio deixa clara a preocupação da 'ampla' participação feminina. A preocupação tem razão de ser: em 2009, a taxa de participação das mulheres com mais de 16 anos no mercado de trabalho era de 58,9%, enquanto a dos homens era de 81,6%. Contudo, esse é um número que deve ser visto em relação à chefia das famílias. Embora sejam 35,2% dos lares chefiados por mulheres, 41% das mulheres chefes de família são inativas, e este percentual para os homens chefes de família é de somente 16% (IPEA, 2015). Tendo em vista as possibilidades de inserção feminina no mercado de trabalho por intermédio da Economia Solidária, acaba por refletir um esforço do Governo Federal de ampliar tal participação.

O 6º princípio (artigo 5º, inciso VI, da Portaria MTE nº 2.060/2014) diz respeito à correta e adequada comunicação e informação ao consumidor, seja respeitando os direitos dos consumidores, reforçando a transparência da relação comercial, desenvolvendo atividades educativas relacionadas ao consumo responsável ou promovendo informações claras sobre os

produtos e serviços (com controle e informação da origem e qualidade das matérias-primas e insumos utilizados). O regramento nacional mais uma vez vai além das exigências da WFTO que estabelece em seu 9º princípio a promoção dos princípios do Comércio Justo aos consumidores. Nem mesmo a FLO solicita informação de origem para seus produtos, embora seja uma tendência que se consolida no âmbito do comércio internacional.

Finalmente, o 7º princípio (artigo 5º, inciso VII, da Portaria MTE nº 2.060/2014) estabelece a solidariedade e a integração entre os elos da cadeia produtiva. Esse, provavelmente, seja o mais difícil dos princípios a serem cumpridos, embora de importância fundamental. Para tanto, deve haver práticas de cooperação entre empreendimentos de um mesmo segmento ou da mesma cadeia ou arranjo produtivo. Além disso, será preciso constatar a existência de práticas transparentes, justas e solidárias nas relações e contratos estabelecidos entre os empreendimentos solidários os compradores e os fornecedores (de insumos, matérias-primas, produtos e serviços), buscando a construção de relações de longo prazo. Como já se esclareceu acima, um dos problemas do Comércio Justo consiste na longa cadeia comercial pela qual passa o produto, podendo ter na ponta desse processo grandes empresas comercializando produtos de *Fair Trade*, sem nenhum controle (ou seja, Corporações que em nada lembram os preceitos fundamentais da economia solidária envolvidas na suposta cadeia de Comércio Justo).

Nesses processos de avaliação da conformidade, caberão aos empreendimentos econômicos solidários e parceiras comerciais seguir os regulamentos técnicos, princípios, diretrizes e critérios estabelecidos no âmbito do SCJS para a prática do Comércio Justo e Solidário. Os empreendimentos que desejarem a certificação também terão que consentir a realização de visitas de verificação por um dos tipos de organismos da avaliação da conformidade do SCJS. As informações necessárias terão que ser fornecidas com precisão e nos prazos estabelecidos em comum acordo com o Organismo de Avaliação da Conformidade (OAC) responsável por sua avaliação de conformidade. No caso de alterações nos processos que fazem parte da atividade econômica produtiva ou de prestação de serviços do empreendimento certificado, o organismo de Avaliação da Conformidade (OAC) que realizou a avaliação de conformidade deverá ser informado tempestivamente (artigo 11, da Portaria MTE nº 1.780/2014).

Em conjunto com a Portaria MTE nº 2.060/2014, deve ser lida a Portaria MTE nº 1.780/2014, instituída em 19 de novembro de 2014, estabelecendo o Cadastro Nacional de Empreendimentos Econômicos Solidários (CADSOL). A demanda por uma norma que trouxesse luz acerca dos critérios de enquadramento dos Empreendimentos era antiga.

Inicialmente havia sido publicada a Portaria MTE Nº 374 de 21/03/2014, posteriormente revogada pela de nº 1.780.

O Cadastro é importante para o Comércio Justo, pois o assunto está inserido no âmbito da Economia Solidária (embora com ela não se confunda, como já se expôs acima). O referido Cadastro objetiva o reconhecimento público dos Empreendimentos Econômicos Solidários, permitindo o acesso às políticas públicas nacionais de economia solidária, programas públicos de financiamento, compras governamentais e comercialização de produtos. O cadastramento do empreendimento será efetivado por meio do preenchimento de formulário eletrônico disponibilizado na página das Secretarias Nacionais de Economia Solidária e obedecerá a uma série de requisitos (artigo 1º, da Portaria MTE nº 1.780/2014).

O CADSOL representa requisito obrigatório aos Empreendimentos Econômicos Solidários para que sejam incluídos no Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (artigo 4, da Portaria MTE nº 1.780/2014). A estreita interligação entre os dois dispositivos também está presente no artigo 9º, parágrafo único (Portaria MTE nº 1.780/2014), pois para subsidiar o Conselho Nacional de Economia Solidária na execução das atribuições de criar o CADSOL foi constituída a Comissão Nacional de Cadastro, Informação e Comércio Justo e Solidário. A referida Comissão terá composição baseada no artigo 10 (da Portaria MTE nº 1.780/2014) que, em grande medida, repete a Comissão Gestora Nacional prevista pelo Decreto nº 7.358/2010, quando instituiu o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário (SCJS) e criou a Comissão Gestora Nacional.

As OAC terão prazo máximo de 45 (quarenta e cinco) dias da data da visita ao empreendimento para lançar no sistema informatizado do SCJS ou informar via comunicado à Comissão Gestora Nacional (CGN-SCJS) os dados referentes às visitas de avaliação de conformidade feitas nos empreendimentos ou parceiras comerciais sob sua responsabilidade (artigo 12, da Portaria MTE nº 2.060/2014). A partir de então, o Empreendimento passará a ser certificado, ficando autorizado a utilizar o 'Selo CJS' ou a marca 'ECOS'[4].

O modelo brasileiro merece elogios, pois envolveu os sujeitos de economia solidária para fazer a certificação (os sujeitos certificadores e que almejam a certificação estão previstos e submetidos à Portaria MTE nº 2.060/2014), evitando uma sujeição a certificadoras externas e independentes. Com isso, foi reforçada a ideia de autogestão, princípio elementar quando se fala em cooperação e solidariedade de bens e serviços no âmbito do Comércio

[4] A parceira comercial que receber o CERTSOL estará autorizada a utilizar a marca 'Parceiro Comercial do CJS'. Ainda não há uma identidade visual para o 'Selo CJS', marca 'ECOS' e marca 'Parceiro Comercial do CJS'. (artigo 12, §2º; artigo 15, da Portaria MTE nº 2.060/2014)

Justo. A edição do Manual de Orientações do CADSOL, ainda não publicado, também trará importantes diretrizes para que se consolide a certificação nacional.

Conclusão

O contexto consumista no qual se encontra a sociedade pós-moderna e que tem trazido malefícios ao meio ambiente e mesmo às relações sociais, demonstra a importância de desenvolver alternativas viáveis para uma existência mais solidária. Com empenho, a coletividade pode criar critérios de eficiência social, promovendo a inclusão de grupos marginalizados, estimulando o bem-viver e valorizando a cooperação. Iniciativas como o *Fair Trade* contribuem tanto para trazer à discussão os pontos de estrangulamento do sistema de comércio tradicional, quanto identificam alternativas para uma prática solidária.

Contudo, não tem se revelado singela a certificação dos produtos do denominado comércio com justiça. Nesse sentido, apontam as teorias críticas que a inclusão dos produtos dos países do sul representa apenas uma parcela da necessária transformação estrutural que o comércio tradicional precisaria sofrer. Sob tal perspectiva, existem organizações públicas e privadas que apoiam produtos certificados exclusivamente focando os produtores, desconhecendo o restante da cadeia logística (produção, distribuição e comercialização). Isso abre margem para grandes corporações se beneficiarem na venda de produtos ditos do comércio justo, sob argumento de responsabilidade social (ou corporativa), quando – na verdade – continuam sendo pagos preços ínfimos aso produtores e que, na continuidade, acabam sendo vendidos em estabelecimentos gigantescos que em nada lembram os preceitos do *Fair Trade*.

No Brasil, a trajetória da certificação do Comércio Justo assume novas vestes e apresenta-se promissora em relação à prática da certificação internacional. Com isso, aguarda-se um forte estímulo da cooperação entre os empreendimentos e mesmo uma realidade que possa ser emblemática para os demais países. Nesse sentido, o artigo 6º (da Portaria MTE nº 2.060/2014) assegura que, ao instituir o Sistema de Avaliação da Conformidade do Comércio Justo e Solidário, o objetivo consiste em assegurar o reconhecimento da prática de comércio justo e solidário por um EES ou uma parceira comercial com base nos princípios e critérios do comércio justo e solidário. Decorrem dois aspectos auspiciosos. Primeiro, que a certificação será pelo reconhecimento entre os empreendimentos que estão previstos pela Portaria Ministerial, sem uma organização certificadora externa e independente ao processo de Comércio Justo nacional. Segundo, que os princípios a serem seguidos são aqueles

estampados na referida Portaria, muito mais abrangentes que os próprios princípios da WFTO.

No intuito de alcançar um comércio inclusivo e solidário, emergiram os parâmetros do *Fair Trade*. Contudo, fazer com que a justiça social chegue às prateleiras demanda um movimento contrário à grande envergadura do consumismo. Será preciso mudar o foco da satisfação individual para defesa dos interesses das presentes e futuras gerações. Sob tal ótica, os princípios jurídicos, as regras de certificação e os códigos de conduta nada mais são que estímulos normativos para uma mudança do comportamento de consumidor para agente de transformação social. Para atestar essa emergente realidade um certificado de Conformidade surge de inusitadas maneiras, a prometer o Justo. No Brasil, portanto, a confiança da certificação é pautada pelo próximo, partícipe do movimento, que poderá (ou não) legitimar esse verdadeiro processo de alteridade.

Referências

AMARO, Meiriane Nunes. **Como obter produção e consumo sustentáveis?** Disponível em: <http://www.brasil-economia-governo.org.br/wp-content/uploads/2012/07/como-obter-producao-e-consumo-sustentaveis.pdf.> Acesso em: 16/03/2015.

ARENDT, Hanna. **A Condição Humana**. Tradução de Roberto Raposo. 11.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o Consumo:** a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BENKO, Georges. **Economia, espaço e globalização**. Tradução de Antônio de Pádua Danesi. São Paulo: Hucitec, 2006.

BOSSLE, Marilia Bonzanini. **Comércio Justo no Brasil e a Comercialização de Produtos do Algodão Ecológico**. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/30370/000780996.pdf?sequence=1> Acesso em: 17/03/2015.

BRASIL. **Decreto nº 7.358**, de 17 de novembro de 2010 - Institui o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário - SCJS, cria sua Comissão Gestora Nacional, e dá outras

providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7358.htm> Acesso em: 04/03/2015(a).

BRASIL. **Portaria MTE nº 1780**, de 19 de novembro de 2014 – Institui o Cadastro de Empreendimentos Econômicos Solidários – CADSOL. Disponível em: < http://portal.mte.gov.br/data/files/FF80808148EC2E5E014A05E223A352DC/Portaria-GM%20n%C2%BA%201780,%20de%2019.11.2014%20-%20CADSOL.pdf.> Acesso em: 03/03/2015(b).

BRASIL. **Portaria MTE nº 2.060**, de 30 de dezembro de 2014 – Institui os princípios, critérios, sistema de avaliação de conformidade e os mecanismos de gestão do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário - SCJS. Disponível em: <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/servlet/INPDFViewer?jornal=1&pagina=53&data=08/01/2015&captchafield=firistAccess> Acesso em: 03/03/2015(c).

CHESNAIS, François. **A mundialização do capital**. Tradução de Silvana Finzi Foá. São Paulo: Xamã, 2010.

CIDAC; AFONSO, Lina. **Consumo Público Consumo Ético.** Portugal: Cores do Globo – Associação para Promoção de Comércio Justo, s/d. (Cadernos de Comércio Justo, nº 02).

COTERA, Alfonso; ORTIZ, Humberto. **Comércio Justo**. In: CATTANI, A.D. et al. (coord.) Dicionário Internacional da Outra Economia. Coimbra: Almedina, 2009. p. 60-67.

CRESPO, Aurelio. **O federalismo, um modelo para a Europa.** Lisboa: Cosmos, 2011.

ECOJUS BRASIL. **Apresentação.** Disponível em: <http://www.nordestecerrado.com.br/ecojus-brasil/> Acesso em: 04/03/2015.

FACES DO BRASIL. **Comércio Justo no Brasil**. Disponível em: <http://www.facesdobrasil.org.br/comercio-justo-no-brasil.html> Acesso em: 07/03/2015.

FACES DO BRASIL. **Manifesto contra a certificação FLO do Comércio Justo**. Disponível em: <http://www.facesdobrasil.org.br/midiateca/doc_details/465-manifesto-contra-a-certificacao-flo-do-comercio-justo.html> Acesso em: 11/03/2015.

FAIRTRADE INTERNATIONAL. **Standards.** Disponível em: < http://www.fairtrade.net/standards.html> Acesso em: 08/03/2015.

FURTADO, Celso. **O capitalismo global.** 4.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. 11.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

INSTITUTO KAIROS. **Apostila – Facilitador Comércio Justo e Solidário**. Disponível em: <http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C816A3ADC4075013AFECE0534696A/Kair%C3%B3s_Apostila%20cjs%20facilitador.pdf> Acesso em: 07/03/2015.

IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada). **Retrato das desigualdades de gênero e raça.** Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/retrato/pdf/revista.pdf> Acesso em: 11/02/2015.

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

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre uma sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

MONAGUT, Xavier. El sello FLO que nos aleja del comercio justo. *In*: MONAGUT, Xavier; VILAS, Esther. **Adónde va el comercio justo?** Barcelona: Icaria Editorial; Consum Xarxa Solidari, 2006.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. 2.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

OXFAM. **What we do**. Disponível em: <http://www.oxfam.org.uk/> Acesso em: 04/03/2015.

PIMENTEL, Luis Otávio (Org.). **Mercosul no cenário internacional:** direito e sociedade. Curitiba: Juruá, 1999. v.1.

PRATA, Lizete. **O que é comércio justo**. Disponível em: < http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C816A3ADC4075013AFECDFF07687C/apostila%20cjs.pdf.> Acesso em: 12/03/2015.

REICH, Robert B.. **Supercapitalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão**. São Paulo: Nobel, 1998.

SILVA, Karine de Souza e. **Globalização e exclusão social**. Curitiba: Juruá, 2000.

SOCIOECO. **Website de recursos comum da economia social e solidária**. Disponível em: < http://www.socioeco.org/bdf/_docs/nt0004733a.pdf> Acesso em: 07/03/2015.

STELZER, Joana. **União Europeia e supranacionalidade**: desafio ou realidade? 2.ed. Curitiba: Juruá, 2004.

TEIAS DO CONSUMO. **A Felicidade Paradoxal de Gilles Lipovetsky**. Disponível em: <http://teiasdoconsumo.blogspot.com.br/2009/09/felicidade-paradoxal-de-gilles.html> Acesso em: 10/03/2015.

WFTO. (World Fair Trade Organization). **About WFTO**. Disponível em: <http://www.wfto.com/> Acesso em: 08/03/2015.