



9º ENEDS

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA
E DESENVOLVIMENTO SOCIAL

“O Brasil que se quer e os caminhos que se trilham”

Comércio Justo na Espanha: relato da experiência prática e uma análise teórica sobre Comércio Justo na Universidade de Sevilha

Área Temática: Teoria e prática da economia solidária

Thiago A. S. de Melo¹; Sandra Rufino² e João A. de Melo³

¹ *Incubadora de Empreendimentos Sociais e Solidários da Universidade Federal de Ouro Preto – INCOP/UFOP – thiagoschmidtdemelo@gmail.com*

² *INCOP/UFOP; PEGADAS/UFRN; NESOL/USP – ssrufino@yahoo.com.br*

³ *SEBRAE/RR; Faculdade Atual – joao.a.melo@hotmail.com*

Resumo

O artigo, inicialmente, apresenta alguns conceitos básicos sobre Comércio Justo na perspectiva de organizações mundiais e, em especial, espanholas, que trabalham nesse segmento. Relata-se, brevemente, a expansão e a importância que essa forma de comércio vem adquirindo mundialmente e como milhões de pessoas dependem dela diretamente para sobreviver. Em seguida, faz-se um apanhado sobre a situação do Comércio Justo na Espanha e descreve-se como algumas das principais instituições do ramo trabalham e atuam nessa área, promovendo, capacitando e vendendo seus produtos. Discorre-se, ainda, sobre a expansão desse modelo de consumo nas universidades espanholas e a importância econômica e social gerada por ele. Por fim, termina-se apresentando o projeto desenvolvido na Universidade de Sevilha que visa implantar o Comércio Justo dentro de suas cafeterias e restaurantes, como forma de conscientizar a comunidade universitária sobre outras formas de consumo. A ideia principal do artigo é abordar sobre uma temática sob uma perspectiva que vai além da realidade brasileira, apresentando novas formas de se praticar e implementar o Comércio Justo, utilizando a universidade como catalisador desse processo. O artigo retrata uma experiência internacional que pode servir como modelo e inspiração para novos projetos brasileiros.

Palavras-chave: Comércio Justo; Universidade de Sevilha; Espanha.

1 Introdução

O Comércio Justo, aos poucos, vem se tornando uma alternativa à forma tradicional de comércio. Segundo a *World Fair Trade Organization*¹, mais de um milhão de pequenos

¹ “O *World Fair Trade Organization* (WFTO – Organização Mundial de Comércio Justo) é o órgão de representação global de mais de 450 membros comprometidos com 100% comércio justo. O WFTO é a autêntica voz e guardiã dos valores do comércio justo. Opera em 75 países através de 5 regiões; África, Ásia, Europa, América Latina e América do Norte e do Pacífico, com representantes globais e regionais eleitos para criarem acesso ao mercado por meio de política, defesa, campanha, marketing e monitoramento” (tradução nossa). Original disponível em: <<http://www.wfto.com>>.



9º ENEDS

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA
E DESENVOLVIMENTO SOCIAL



“O Brasil que se quer e os caminhos que se trilham”

produtores e trabalhadores, que compõe mais de três mil organizações nos países do hemisfério sul, são beneficiados de alguma maneira pelo Comércio Justo.

Com origem em meados do século XX, o Comércio Justo vem crescendo cada dia mais, expandindo suas fronteiras e mudando paradigmas. Com o intuito de ser uma alternativa mais acessível e equilibrada de comércio, tal prática visa a beneficiar os pequenos produtores de forma que o seu trabalho seja remunerado de uma maneira compatível com o esforço desenvolvido por eles.

No Brasil, de acordo com Gomes e Zerbini (2008), o processo de mobilização da sociedade para promover o conceito de Comércio Justo começou em 2001, quando organizações de produtores e produtoras, juntamente com representantes governamentais formaram um grupo que deu origem a Plataforma FACES² do Brasil, cuja missão é fomentar a criação de um ambiente favorável à construção e desenvolvimento do Comércio Justo e solidário no Brasil.

O Comércio Justo, na visão da FACES e do Instituto Kairós³, se caracteriza por ser um fluxo comercial que se diferencia do comércio comum, por se basear em critérios de justiça e solidariedade nas relações comerciais e que beneficie Empreendimentos Econômicos e Solidários (EES), através de uma participação ativa e reconhecendo sua autonomia.

O conceito de Comércio Justo se aproxima e se reafirma no conceito de Consumo Consciente. Este, de acordo com o Governo brasileiro, seria um consumo inteligente, responsável, que vise diminuir os impactos negativos gerados pelo consumo tentando transformá-lo em algo positivo. Ambos os conceitos trazem consigo uma nova visão sobre o consumo, menos mercantil, mais humana e menos agressiva ao meio ambiente.

Inspirados nesse ideal de mudança, várias organizações veem se mobilizando ao redor do mundo para fazer com que o Comércio Justo se expanda, continuamente. Um desses grupos é formado por estudantes da Universidade de Sevilha, na Espanha. O intuito é trazer o Comércio Justo para dentro da Universidade. O grupo é recente, assim como o movimento em geral. Contudo, ambos trazem consigo um ideal de justiça e transformação imprescindíveis para a sociedade moderna, baseados na solidariedade e cooperação, buscam uma maneira mais justa de se fazer comércio, levando consigo o ideal de transformar o entorno para transformar o mundo.

² A Plataforma FACES é formada por ONGs e entidades de apoio: Cáritas do Brasil, CEDAC, Departamento de estudos Sócio-econômicos Rurais (DESER), Ética Brasil, FASE Nacional, Instituto de Gestão e Certificação Florestal e Agrícola (IMAFLOA), Instituto Kairós, Onda Solidária, Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE Nacional), Tulipe e Visão Mundial. Representação de produtores: Associação de Certificação Sócio participativa da Amazônia (ACS Amazônia), Associação de Trabalhadores em Empresas Autogestionárias (ANTEAG), Rede de Lojas Mundo Paralelo, Rede Brasileira de Socioeconômica Solidária (RBSES), União Nacional das Cooperativas de Agricultura Familiar e Economia Solidária (UNICAFES), União e Solidariedade das Cooperativas e Empreendimentos de Economia Social de Brasil (UNISOL), e Rede Cerrado. Governo: Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) do Ministério do Trabalho e Emprego, Secretaria de Agricultura Familiar (SAF) e Secretaria de Desenvolvimento Territorial (SDT) do Ministério do Desenvolvimento Agrário.

³ O Instituto Kairós é uma “organização não-governamental sem fins lucrativos, tem como propósito atuar na promoção e difusão do Consumo Responsável e do Comércio Justo, através de ações de articulação, comunicação, educação (formal e não-formal), bem como contribuir para ampliação de suas práticas.” Mais informações em: Portal do Comércio Justo e Solidário. Disponível em: <<http://www.facesdobrasil.org.br/membrosfaces/61-instituto-kairos.html>>.



9º ENEDS

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA
E DESENVOLVIMENTO SOCIAL



“O Brasil que se quer e os caminhos que se trilham”

O objetivo desse artigo é apresentar o Comércio Justo sob uma perspectiva distinta da que estamos acostumados no Brasil e trazer o relato de novas experiências e tendências de sua implantação. Espera-se que esse artigo possa servir de inspiração para novos projetos e programas em diferentes instituições, inclusive nas universidades.

Dessa maneira, pretende-se apresentar nesse artigo uma visão geral do Comércio Justo, sob a perspectiva de organizações mundiais, em especial espanholas, apresentando de maneira breve como elas enxergam essa forma de comércio. Por fim, será apresentado o projeto desenvolvido na Universidade de Sevilha, que visa implementar o Comércio Justo dentro de seus campi. A partir disso, espera-se fazer uma reflexão de como as relações de consumo estão sendo alteradas, levantando algumas hipóteses sob o porquê dessa alteração, a começar por projetos dentro das universidades, como ilustraremos com o caso da Universidade de Sevilha.

A metodologia aplicada para o desenvolvimento do artigo foi baseada nas experiências empíricas dos autores, bem como na análise bibliográfica de fontes que tratam sobre o tema proposto. Um dos autores participou ativamente da experiência retratada, o que facilitou o acesso às informações e o relato empírico do que foi vivido. A partir dessa vivência houve uma sistematização das experiências vividas, trocas de informações, intercâmbio de experiências e registro do que foi vivenciado.

2 Comércio Justo na Espanha

Antes de relatarmos a experiência dos estudantes da Universidade de Sevilha, é importante estabelecer um marco teórico sobre o qual nos apoiaremos. Descrever os conceitos, princípios e visões do Comércio Justo, à luz dos estudantes espanhóis, é importante para que possamos refletir até que ponto nossas visões latino-americanas e anseios se aproximam dos ideais e das ideias do continente europeu, uma vez que os estudantes de hoje serão os líderes de amanhã, tanto na Europa, como na América Latina e em especial no Brasil.

A Espanha vive um contexto socioeconômico que atrai a atenção de todo o mundo. Desde o começo da crise de 2008, esse país ibérico foi um dos que mais sofreu com as consequências dessa crise. Viu o índice de desemprego atingir índices históricos - na casa dos 20%; sofreu reformas políticas; cortes econômicos em áreas chaves, como na educação e saúde; e vem sendo palco constante de manifestações, greves e pedidos de mudanças econômicas e trabalhistas. Os jovens assistem a tudo isso de perto e são atores principais, uma vez que saem das universidades sem muitas perspectivas de emprego e entram num mercado com a estatística desconfortável confirmando que cerca de 50% deles estarão desempregados (EICHHORST; MARX; PASTORE, 2011, p. 7).

Frente a esse cenário, fruto de uma crise que teve início há quase cinco anos e que até hoje não foi superada, muitos começam a buscar alternativas distintas para superá-lo. A população jovem é uma das que mais querem mudanças. A partir disso, projetos universitários que buscam o desenvolvimento sustentável⁴ aparecem por todos os lados, em todas as áreas da universidade, abrindo assim, maiores espaços para o Comércio Justo.

⁴ A definição de Desenvolvimento Sustentável, da qual falamos, foi criada pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento das Nações Unidas, e adotada por ONGs como WWF, na qual se entende como um “desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro.”



9º ENEDS

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA
E DESENVOLVIMENTO SOCIAL



“O Brasil que se quer e os caminhos que se trilham”

Dentre os conceitos sobre o tema, vale destacar o adotado pela FINE⁵, que foi estabelecido em 2001, na Conferência anual da IFAT (*International Federation of Federation of Alternative Trade* – Federação Internacional de Comércio Justo), que diz que o

Comércio Justo é uma associação comercial que se baseia no diálogo, na transparência e no respeito e que busca uma maior equidade no comércio internacional. Contribuiu para o desenvolvimento sustentável oferecendo melhores condições comerciais e garantindo o cumprimento dos direitos dos produtores e trabalhadores marginalizados, especialmente do Sul. As organizações de Comércio Justo (respaldadas pelos consumidores) estão comprometidas ativamente e prestando seu apoio aos produtores, despertando a consciência pública e lutando para transformar as normas e práticas habituais do comércio internacional (FINE, 2009, tradução nossa).

A partir desse conceito, pode-se ter uma visão do que vem a ser o Comércio Justo e de que maneira ele é visto na Espanha. Ademais, a FINE traçou alguns objetivos para quem trabalha com o Comércio Justo, que são:

- Trabalhar prioritariamente com os produtores e trabalhadores mais desfavorecidos, para, de início, facilitar-lhes sair de uma situação de vulnerabilidade, e alcançar a auto-suficiência econômica;
- Capacitar os produtores e trabalhadores como sujeitos ativos, responsáveis de suas próprias organizações;
- Buscar ter um maior papel no cenário mundial para se conseguir uma maior justiça no comércio internacional (FINE, 2009, tradução nossa).

A Intermóm Oxfam⁶ é outra organização que promove o Comércio Justo e articula parcerias em várias partes do mundo. É comum encontrar seus produtos nas grandes redes de supermercado em muitos países da Europa, bem como tendas e lojas com produtos derivados exclusivamente do Comércio Justo. A atuação dos estudantes da Universidade de Sevilha tem contato inicialmente com a ajuda e apoio da Intermóm para divulgar e conscientizar a comunidade universitária sobre a temática.

O Comércio Justo, segundo a Intermón Oxfamm (2012), se firma sobre uma base de igualdade e transparência nas relações trabalhistas, o que permite melhorar as condições de vida dos trabalhadores de países mais pobres, chamado pelos europeus de “países do Sul”. Além disso, é uma relação comercial que permite que os consumidores finais saibam que o produto que estão comprando foi adquirido e elaborado sobre condições dignas. Para que isso se logre, a organização segue os seguintes critérios para atuar com Comércio Justo:

Compreende o desenvolvimento para as dimensões: sociais, ecológicas, energética, culturais, políticas, territorial, técnica e econômica.

⁵ As quatro grandes redes internacionais do Comércio Justo, FLO-I, IFAT, NEWS!, e EFTA, formam a FINE (acrônimo das iniciais de cada uma delas). A FINE é uma plataforma informal de diálogo entre elas e que desenvolveu em 1999 a primeira definição consensual sobre Comércio Justo.

⁶ A Intermón Oxfam se define dizendo que são “pessoas que lutam com e para pessoas desfavorecidas como parte de um amplo movimento global, com o objetivo de erradicar a pobreza e injustiça, assegurando-se que todos possam exercer plenamente seus direitos e desfrutar de uma vida digna. [...] Apostamos no Comércio Justo, que é um movimento que busca transformações nas formas de produzir, de comercializar e de consumir, para que o mundo seja um lugar mais humano e sustentável” (tradução nossa). Original e mais informações em: <www.intermonoxfam.org/es>.



9º ENEDS

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA
E DESENVOLVIMENTO SOCIAL



“O Brasil que se quer e os caminhos que se trilham”

Criação de oportunidade para produtores e produtoras desfavorecidos economicamente: O Comércio Justo é uma estratégia para aliviar a pobreza e para fomentar o desenvolvimento sustentável. Seu objetivo é criar oportunidades para os produtores que se encontrem marginalizados pelo sistema de comércio usual.

Transparência e prestação de contas: O Comércio Justo requer uma gestão das organizações e das suas relações comerciais de maneira transparente. As organizações de Comércio Justo fomentam a autogestão, contando com uma participação de seus colaboradores no processo decisório.

Relações comerciais justas: Leva-se em consideração o bem-estar social, econômico e ambiental dos produtores marginalizados nas relações comerciais. Mantém relações a longo prazo, baseadas na solidariedade, confiança e respeito mútuo, o que contribui para a promoção e crescimento do Comércio Justo. Realizam-se pagamento adiantados nas fases de pré-colheita e pré-produção. O Comércio Justo reconhece, promove e protege a identidade cultural e os conhecimentos tradicionais familiares.

Pagar um preço justo: Um preço justo no contexto local ou regional é aquele que foi acordado através do diálogo e da participação. Não somente cobre os custos da produção, mas também permite uma produção socialmente justa e ambientalmente responsável. Oferece um preço justo aos produtores e leva em consideração o princípio da igual remuneração do trabalho entre homens e mulheres. As organizações de Comércio Justo ajudam na captação de crédito e oferecem capacitação para os produtores, com o intuito de se estabelecer um preço justo aos seus produtos.

Respeito às normas de trabalho infantil e exploração laboral: O Comércio Justo respeita a Convenção das Nações Unidas para os Direitos das Crianças, assim como as leis locais e de cada país a respeito do trabalho infantil. Também assegura a não exploração laboral nos processos de produção.

Compromisso com a igualdade de gênero, a não discriminação e a liberdade de associação: As organizações de Comércio Justo não discriminam nos processos de contratação, remuneração, acesso à formação, promoção e aposentadoria em virtude da raça, cor, sexo, etnia, nacionalidade, religião, deficiência, gênero, orientação sexual, participação em organizações, filiações políticas, idade, estado legal ou como portador de HIV. Essas organizações respeitam e promovem o direito de seus trabalhadores de se associarem a sindicatos ou qualquer organização coletiva. O Comércio Justo valoriza e recompensa o trabalho da mulher, levando em consideração suas necessidades a nível social, de saúde e segurança em período de gestação e pós-gestação.

Condições de trabalho e práticas saudáveis: O Comércio Justo busca respeitar as condições de segurança do trabalho, colocando a integridade física do trabalhador em primeiro lugar. Cumpre-se as leis locais trabalhistas, bem como as convenções da Organização Internacional do Trabalho.

Desenvolvimento de Habilidades: Tenta-se sempre maximizar o desenvolvimento das famílias produtoras. Tanto as organizações produtoras, como importadoras participam do processo de desenvolvimento e capacitação dos produtores de toda a cadeia do Comércio Justo.



9º ENEDS

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA
E DESENVOLVIMENTO SOCIAL



“O Brasil que se quer e os caminhos que se trilham”

Promoção do Comércio Justo: As organizações de Comércio Justo geram consciência sobre o tema e sobre a possibilidade de uma maior justiça nas relações comerciais. Oferecem a seus clientes informação sobre a organização, seus produtos e em que condições são fabricados, respeitando sempre os códigos éticos de publicidade e marketing.

Respeito ao Meio Ambiente: O Comércio Justo promove ativamente melhorias ambientais e aplica métodos de produção responsáveis⁷.

É com base nesses critérios que o Comércio Justo vem sendo trabalhado e divulgado aos consumidores finais. Os produtos encontrados nos supermercados, como café, açúcar, guaraná, artesanatos, roupas, especiarias em geral, vêm com o selo do Comércio Justo, o que atesta que estão em conformidade com os critérios estabelecidos acima, conferindo-lhes um diferencial de mercado.

Outra organização que trabalha e divulga o Comércio Justo na Espanha é o SETEM⁸. É um conjunto de ONGs que, segundo informações divulgadas, têm como campo de atuação a sensibilização e formação das pessoas através de cursos, viagens, oficinas, campanhas; a promoção de alternativas, principalmente através do Comércio Justo, com divulgação, vendas de produtos e programas especializados; bem como ser solidário com organizações dos países do hemisfério sul, através de intercâmbios e atividades de cooperação.

O SETEM adota uma postura clara voltada para o Comércio Justo. Para a organização, o conceito semântico de cada palavra explica bem a forma como trabalham. Ao falar de comércio, fala-se em comprar, vender, trocar com um fim lucrativo, econômico. Bem como se apóiam no termo justo, que seria “agir e julgar levando em consideração a verdade e dando a cada um o que lhe pertence” (SETEM, 2012, tradução nossa). Discussões conceituais à parte, essa é a maneira com qual trabalham e defendem o Comércio Justo. É a tentativa de unir, segundo seus signatários, termos pouco associativos, ou mesmo destoantes, quais sejam, critérios econômicos e éticos em um só lugar. Trabalha-se seguindo a lei do mercado, respeitando os critérios econômicos que regem o comércio, sem se afastar dos critérios éticos (justos) estabelecidos como ideais de humanidade e de um meio ambiente sustentável⁹. O trabalho nessa área exige um esforço diário, pois a união de tais critérios não é fácil, ainda mais quando se sabe que muitas famílias dependem desse trabalho para sobreviverem. Dessa forma, uma concepção sólida nos princípios do Comércio Justo é essencial para o êxito da empreitada, porém, sem se esquecer de que o balanço econômico deve ser financeiramente rentável. Segundo as próprias palavras do SETEM (2010, tradução nossa), “por mais éticos que sejamos, uma loja de Comércio Justo não vende sem conhecimentos de marketing, finanças, atenção ao público, etc.” Os próprios consumidores passam por esse revés: Comprar

⁷ Tradução nossa, original em <www.intermonoxfam.org/es>.

⁸ “SETEM é uma federação de 10 ONGs de solidariedade internacional, fundada em 1968, que centra seu trabalho independente em conscientizar a sociedade das desigualdades Norte-Sul, denunciar suas causas e promover transformações sociais, individuais e coletivas, para conseguir um mundo mais justo e solidário” (tradução nossa). Original e mais informações em: <www.setem.org>.

⁹ Fica aqui uma reflexão. Até que ponto pode-se falar da união e respeito entre os critérios que regem o livre-mercado e os critérios relacionados à ética e justiça. Ao refletirmos por alguns instantes, não se parece viável a coexistência pacífica e respeitosa entre os atuais critérios comerciais e o que se espera de uma sociedade ética e justa. Arrisca-se dizer que os critérios de comércio praticados atualmente são incompatíveis com os ideais de justiça e ética, pois onde um se encontra o outro necessariamente não pode coexistir. Contudo, essa discussão seria para outro artigo.



9º ENEDS

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA
E DESENVOLVIMENTO SOCIAL



“O Brasil que se quer e os caminhos que se trilham”

mais barato, sem se preocupar com o que está comprando, ou pagar um pouco mais e conhecer a procedência do produto? As pesquisas feitas pela SETEM indicam que grande parte dos consumidores trocariam seus produtos por um produto mais ético¹⁰.

Destaca-se outro ponto adotado por essa organização. O Comércio Justo tem que servir de exemplo a outras relações comerciais e de produção para que o comércio mundial seja mais equilibrado e acessível a todos. Não se pode trabalhar com tal prática apenas como uma maneira alternativa de comercialização, mas sim com o intuito de torná-la o objetivo principal.

É interessante que pensemos nessa função de servir de exemplo a qualquer outro tipo de comércio ou de produção, para termos em conta que o Comércio Justo não pretende usurpar o rol dos atores do comércio tradicional e criar um sistema paralelo, mas sim transformar o comércio existente em práticas mais justas, baseadas antes nas pessoas e no meio ambiente, ao invés de privilegiar o benefício econômico. Levando isso ao extremo, o objetivo final do Comércio Justo, como alternativa, seria não ter que existir (SETEM, 2010, tradução nossa).

O Comércio Justo é visto, também, como uma ferramenta para facilitar o acesso dos produtores do hemisfério sul aos mercados dos países mais desenvolvidos com condições mais dignas, com o mínimo de intermediários possível, maximizando a receita do produtor. Seria dessa maneira que o produtor receberia um preço justo e digno pelo seu trabalho, potencializaria sua produção e ficaria mais fácil para o consumidor final identificar de onde vem o produto que ele consome.

É interessante ressaltar as diferentes maneiras de trabalhar com Comércio Justo, aplicadas pela SETEM. Para isso, abordam-se diversos aspectos. Começamos pelo comercial. As lojas têm a opção de venderem somente produtos de Comércio Justo ou de mesclarem seus produtos com outros tradicionais (sendo quase um requisito de manutenção para particulares). Essa pode ser uma opção tanto de critério como de necessidade de sobrevivência. O *lobby* e a pressão política também são aspectos que devem ser levados em consideração. A própria idéia de comércio em si, nos remete à idéia de um jogo político e de interesses. Para que o Comércio Justo possa sobreviver, é importante que as organizações e lojas que trabalham com essa linha de produtos estejam coordenadas e integradas em uma rede coesa, buscando se reforçarem politicamente e se tornarem mais representativas desse segmento. Um outro aspecto a ser destacado é a sensibilização daqueles que trabalham e atuam de maneira direta ou indireta nesse ramo. Sentir-se como parte de um processo de modificação, de melhoria e de transformação da sociedade é fundamental para que a motivação seja um diferencial no trabalho diário e que seja transmitida ao consumidor final.

O SETEM atua também, em instituições públicas para tentar difundir e divulgar o Comércio Justo em órgãos representativos da sociedade, como forma de consolidar seu trabalho. Em uma de suas campanhas, há alguns anos, logrou-se a implantação do consumo do café derivado desse comércio no Senado espanhol:

¹⁰ Um estudo realizado pela SETEM Madri em 2006 - cujos resultados estão publicados no Anuário “O Comércio Justo na Comunidade de Madri 2006” – assinala que 89% dos consumidores trocariam de marca, ou deixariam de comprar um produto em função de critérios de ética em sua produção. O que foi corroborado por estudos posteriores (tradução nossa).



9º ENEDS

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA
E DESENVOLVIMENTO SOCIAL

“O Brasil que se quer e os caminhos que se trilham”

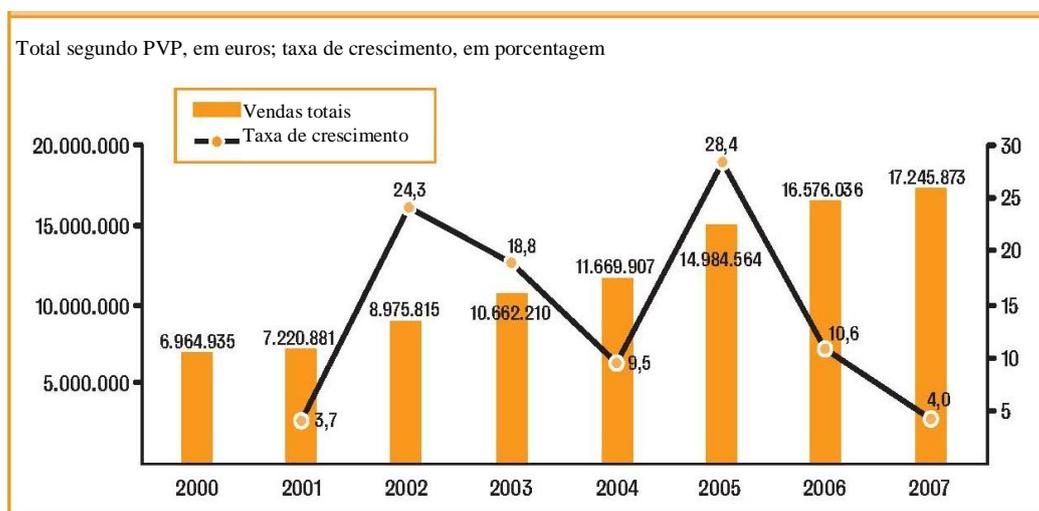
Desde 17 de maio de 2005, o Senado faz parte das Administrações Públicas que oferecem café de Comércio Justo. Será fornecido por SETEM, com o objetivo de fomentar uma iniciativa de consumo responsável que apóie o desenvolvimento de muitas regiões do planeta. A coordenadora do programa do SETEM, Mónica Aparício, explicou que o ‘café é um dos produtos estrelas’ das distintas iniciativas do Comércio Justo, ‘porque mais de 100 milhões de pessoas no mundo subsistem graças a esse produto’.

A partir de agora, por cada café consumido, senadores, funcionários e jornalistas pagarão cinco cêntimos de euro a mais do que antes. Em troca, receberão uma mescla de café arábico e robusto – procedente de cultivos ecológicos da Colômbia e Tanzânia – adquiridos ao dobro do que normalmente pagam as multinacionais aos produtores.

E é que, segundo dados de Aparício ‘mesmo que na Bolsa de Nova Iorque a libra de café arábica custe 50 centavos de dólar, o preço mínimo internacional do Comércio Justo está estabelecido em 1,26 dólares’ para essa mesma quantidade.

Outras instituições espanholas já estão pondo em prática iniciativas similares a cargo do SETEM e de outras organizações. Dessa forma, o café do Comércio Justo já está presente em outros órgãos, bem como o Palácio de La Moncloa, a Generalitat de Catalunya, o Governo Basco e várias universidades como a Autónoma de Madri (FERSAINZ, Rodrigo. El Mundo, 16 de maio de 2005, tradução nossa).

Todas essas iniciativas e projetos desenvolvidos fizeram com que as vendas de produtos derivados do Comércio Justo na Espanha crescessem continuamente e significativamente. No gráfico a seguir é possível verificar esse crescimento das vendas entre os anos 2000 e 2007:



Inclui vendas dentro e fora do território espanhol

Figura 1: Vendas Totais. 2000-2007.

Fonte SETEM (2012, a partir dados das importadoras de Comercio Justo)

Frente a todas essas informações e evoluções do Comércio Justo na Espanha, à atual crise que, invariavelmente, afetou o consumo da população (seja de produtos de comércio justo ou não), gerando desempregos e a busca de alternativas de desenvolvimento sustentável é que alguns estudantes da Universidade de Sevilha resolveram implementar um projeto de Comércio Justo dentro da universidade.

3 Comércio Justo na Universidade de Sevilha



9º ENEDS

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA
E DESENVOLVIMENTO SOCIAL



“O Brasil que se quer e os caminhos que se trilham”

O projeto é recente. Um grupo de alunos da Universidade de Sevilha se juntaram para formar um grupo de Comércio Justo dentro da Universidade com uma ideia simples: fazer com que os cafés vendidos nas lanchonetes e restaurantes de todos os campus sejam provenientes do Comércio Justo.

A ideia partiu de uma experiência semelhante e exitosa aplicada em outras universidades espanholas, como na Universidade Autônoma de Barcelona. Nela, os estudantes fizeram um manifesto, promoveram debates no meio estudantil, reuniram-se com a reitoria e conseguiram com que os cafés vendidos dentro da Universidade fossem provenientes do Comércio Justo.

Inspirados nessa iniciativa um grupo de estudantes, em sua grande maioria de jornalismo, realizaram no começo de 2012 a I Jornada sobre Comércio Justo, Comunicação e Solidariedade. Por serem oriundos da Faculdade de Comunicação, o foco da jornada se manteve em fazer um jornalismo consciente e solidário, além de promover o debate e divulgar o Comércio Justo na universidade. A jornada foi proveitosa, com três dias de eventos, contou com a participação de palestrantes de toda Espanha, militantes de um jornalismo que busca mais do que, simplesmente, vender a notícia, mas, acima de tudo, busca abordar temas relevantes para a sociedade e que mereçam uma atenção especial em todas as mídias. O Comércio Justo foi o tema central em boa parte das mesas redondas e das palestras proferidas. A divulgação sobre a existência de um comércio diferente do que todos estão acostumados foi motivadora para uma primeira iniciativa.

Além dos três dias de debate e discussão, a jornada tinha outro objetivo, que é o recolhimento de assinaturas da comunidade universitária para conseguir implantar a venda de cafés derivado do Comércio Justo nas cafeterias e restaurantes de todos os campi.

A escolha do café, dentre tantas opções, se deu pelo fato de que o produto é responsável pela renda de quase 25 milhões de pessoas e que sua cadeia produtiva afeta cerca de 100 milhões em todo o mundo. É o segundo produto mais exportado e, predominantemente, é produzido em países menos desenvolvidos. A Espanha é um país que consome, em média, de 4 a 6 kg de café/ano por pessoa (SETEM, 2012). Segundo dados da Intermón Oxfam, o produtor recebe 0,48 euros por kg de café derivado do Comércio Justo, contra 0,19 euros por kg do café comum. Ademais, de acordo com dados da Universidade de Sevilha e de uma pesquisa realizada pela organização Café Ante, mediu-se o consumo diário de cafés dos espanhóis na casa dos 63%, dessa forma, estima-se que, por dia, são consumidos cerca de 50 mil “cafezinhos” em toda a universidade (que conta com uma população universitária que gira em torno de 85 mil pessoas). Incentivados por todos esses números e pelo fato do café ser um produto emblemático na divulgação do Comércio Justo e pelo seu impacto na economia de milhões de pessoas de países subdesenvolvidos é que se deu tal escolha. Sendo assim, o manifesto divulgado na jornada dizia que:

[...] consideramos o Comércio Justo como uma alternativa de consumo viável na Universidade de Sevilha como forma de estabelecer mecanismos de desenvolvimento social com os países do Sul. Entendemos que o Comércio Justo garante a busca de relações mais justas em todos os âmbitos da atividade: laboral, comercial, produtiva, social e ambiental. Assim mesmo, oferece uma alternativa as atuais estruturas econômicas que propiciam a existência de um comércio empobrecedor para milhões de agricultores. Cremos que os atos derivadas da responsabilidade social de uma instituição educativa de referência, como a



9º ENEDS

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA
E DESENVOLVIMENTO SOCIAL



“O Brasil que se quer e os caminhos que se trilham”

Universidade de Sevilha, não podem faltar em apoio claro as práticas de Comércio Justo, em consonância com os valores de solidariedade e justiça social que a caracterizam, bem como de sua função como universidade pública de fomentar a reflexão, o progresso e o a transformação social. (MANIFESTO DA I JORNADA DE COMÉRCIO JUSTO, tradução nossa).

O manifesto destaca também a importância do apoio da universidade frente a causas que apoiem o desenvolvimento sustentável e solidário, enquanto agente transformador, educador e promotor de mudanças sociais. As universidades ao formarem futuros profissionais, nas mais diversas áreas, devem agir em conformidade com o cumprimento e difusão dos Direitos Humanos no mais amplo sentido e alcance. Corroborando essa lógica, diversas outras universidades espanholas promovem o Comércio Justo em seu entorno.

O manifesto visa, ainda, fazer com que a Universidade de Sevilha venha participar do programa “*Universidad por el Comercio Justo*”, que é um programa integrante do programa europeu “*Ciudad por el Comercio Justo*”, sob a coordenação espanhola da organização *Comercio Justo IDEAS*, que conta com o respaldo da Comissão Europeia e da Agência Espanhola de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento. Como requisitos para que a Universidade conquiste tal *status* e participe do programa é necessário:

- a) Realizar uma declaração institucional em favor do consumo responsável e por em prática uma Licitações Públicas Éticas a nível institucional;
- b) Dispor de produtos de Comércio Justo nos campi universitários;
- c) Realizar campanhas de sensibilização para promoção do Comércio Justo na universidade e;
- d) Ter um grupo de trabalho universitário.

A primeira Universidade europeia a conseguir tal *status* foi a Universidade de Oxford, na Inglaterra, em 2003. Nos últimos anos, mais de 75 universidades europeias seguiram o mesmo caminho. Na página seguinte (QUADRO 1) temos o nível de aplicação do Comércio Justo nas universidades espanholas, segundo a organização IDEAS.

A Universidade de Sevilha já possui uma preocupação institucional com o desenvolvimento sustentável, sendo ciente de sua responsabilidade social. Tanto é que em 2008 foi aprovado o I Plano Próprio de Cooperação ao Desenvolvimento e a criação da Oficina de Cooperação ao Desenvolvimento, no qual em 2009 um novo plano foi aprovado traçando metas a serem atingidas até 2012. Dentre os objetivos do plano, destacam-se:

1. Sensibilizar a comunidade universitária mediante a promoção de valores e atitudes centrados na cooperação, na solidariedade e na justiça social. 2. Aumentar a visibilidade e difusão das ações desenvolvidas pela Universidade de Sevilha em matéria de cooperação ao desenvolvimento (II PLAN PROPIO DE COOPERACIÓN AL DESARROLLO, 2009, tradução nossa).



9º ENEDS

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA
E DESENVOLVIMENTO SOCIAL

“O Brasil que se quer e os caminhos que se trilham”

Mapa das Universidades pelo Comércio Justo

Estado dos Critérios

Universidade	Cidade	Comunidade Autónoma	Declaração Institucional de compra pública ética	Disponibilidade de produtos de CJ no campus	Sensibilização	Formação de grupo de trabalho	Status da Universidade pelo CJ
Alcalá	Alcalá de Henares	Comunidad de Madrid					
Autónoma de Madrid	Madrid	Comunidad de Madrid					
Cantabria	Santander	Cantabria					
Carlos III	Madrid	Comunidad de Madrid					
Córdoba	Córdoba	Andalucía					
Extremadura	Cáceres	Extremadura					
Jaén	Jaén	Andalucía					
Huelva	Huelva	Andalucía					
Málaga	Málaga	Andalucía					
Rey Juan Carlos	Madrid	Comunidad de Madrid					
UNED	Madrid	Comunidad de Madrid					
Valencia	Valencia	Comunidad Valenciana					



Status da Universidade pelo Comércio Justo

Critério cumprido

Em processo

QUADRO 1 – Universidade Espanholas que adotam o Comércio Justo. Fonte: IDEAS (2012)

Esse quadro ilustra bem a evolução e o crescimento do Comércio Justo nas instituições universitárias espanholas. Tudo leva a crer que é um processo em expansão, em virtude das necessidades mundiais globais de combate à desigualdade, à má distribuição de renda e à exploração (escravização) através do trabalho, refletidas e sentidas de maneira diretas não só



9º ENEDS

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA
E DESENVOLVIMENTO SOCIAL



“O Brasil que se quer e os caminhos que se trilham”

nos países pobres, mas, principalmente, nos países ricos ditos primeiro mundo após a Crise de 2008.

4 Considerações Finais

Até o presente momento o grupo de estudantes da Universidade de Sevilha não conseguiu reunir-se com a reitoria para apresentar o manifesto e discutir a proposta de implantação do Comércio Justo no campi. Porém, o que tudo indica, é que em breve a reunião acontecerá e a proposta será apresentada. Em grande parte, o projeto já conta com o apoio da comunidade estudantil.

O interesse por mudanças é geral. A Crise Econômica vivida pelos países europeus é sentida em todos os meios e, conseqüentemente, gera reações diversas. As universidades espanholas a sentem diretamente em seu orçamento, uma vez que o governo local anunciou cortes para bolsas estudantis e o aumento das taxas a serem pagas pelos estudantes das universidades públicas. Em meio a isso, projetos e soluções alternativas para se contornar as dificuldades surgem de todos os lados.

O Comércio Justo aparece no meio universitário como uma alternativa às propostas tradicionais, frente à insatisfação geral da população com a Crise, o desemprego, a falta de perspectiva de trabalho, principalmente para os jovens, e a uma Espanha estagnada e presa a relações comerciais tradicionais e juros impostos por quem detêm o controle do capital mundial. A adoção de políticas de austeridade por parte do governo gera reações de indignação na sociedade, refletidas em manifestações constantes pelas ruas das principais cidades espanholas.

O relato dessas experiências nos traz diversas perspectivas e formas de abordagem para implementar o Comércio Justo na cotidiano das pessoas. Acredita-se que o artigo sirva de inspiração para que novos projetos sejam desenvolvidos e difundidos no dia-a-dia das pessoas, tendo a universidade como catalisador desse movimento.

Apesar da experiência na Universidade de Sevilha estar no início ela é baseada e inspirada em outras experiências similares que tiveram êxito. Dessa forma, o intuito desse relato é que ele possa servir de inspiração para atividades ou projetos similares para serem desenvolvidos no Brasil, utilizando o espaço das universidades como meio a difundir e divulgar ideias relacionadas ao Comércio Justo e atividades solidárias. Acredita-se que trazer experiências distintas da que são conhecidas no Brasil sirva para ampliar os horizontes e fortalecer o movimento solidário no país. O projeto que foi descrito é viável e factível de se implementar nas universidades. O intercâmbio de conhecimentos e experiências é algo de grande importância e deve ser fomentado nas mais diversas esferas do conhecimento.

Dizem que são nos momentos de crises que as revoluções acontecem. Pode-se dizer que o Comércio Justo surgiu como forma de revolucionar os meios de troca e de produção. Segundo dados da *World Fair Trade Organization*, em 2010, a venda de produtos derivados do Comércio Justo foi 33% maior que em 2008. Isso mostra uma reação e um posicionamento do consumidor que, mesmo com a economia enfraquecida, mostra que é necessário adotar novas posturas comerciais, para se combater não só a crise econômica financeira, mas, sobretudo, as desigualdades sociais em todo o mundo, pautando-se na ética e num consumo mais justo.



9º ENEDS

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA
E DESENVOLVIMENTO SOCIAL



“O Brasil que se quer e os caminhos que se trilham”

No Brasil, apesar do contexto econômico ser diferente dos países europeus, da Crise Econômica afetar nossa economia de outra forma, a essência do Comércio Justo é a mesma: transformação. Contudo, acreditamos que a maneira de enxergar, de sentir o Comércio Justo no Brasil seja diferente dos países europeus. Aqui ele afeta diretamente os produtores brasileiros, que dependem dele pra sobreviver. É algo mais latente, mais palpável. Trabalhar, vender, comprar produtos derivados do Comércio Justo não é algo que você só encontra nas lojas ou nos supermercados e que se sente a diferença somente na hora de pagar a conta. É algo que se encontra pelas ruas, que reflete diretamente na sociedade da qual fazemos parte. As realidades são diferentes, mas o consumo é o mesmo. Talvez devemos começar daí a nossa reflexão.

5 Referências Bibliográficas

II PLAN PROPIO DE COOPERACIÓN AL DESARROLLO EN LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA, 2009. Disponível em: <www.us.es>. Último acesso em junho de 2012.

BLISKA, Flávia Maria de Mello; VEGRO, Celso Luís Rodrigues. *Cafeicultura, renda básica e cidadania: paralelismo entre Brasil, Uganda e Vietnã*. 2011. Disponível em: <<http://www.sinteseeventos.com.br/bien/pt/papers/flaviabliskaCafeiculturarendabasicacidadania.pdf>>. Último acesso em junho de 2012.

BRASIL. Governo Federal. *Consumo Consciente*. 2011. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/consumo-consciente>>. Último acesso: junho de 2012.

CRUE. *Código de Conducta de Universidades en Materia de Cooperación al Desarrollo*. 2006. Disponível em: <www.crue.org/areainternacional/Cooperacion/>. Último acesso em junho de 2012.

EIXHHORST, Werner. MARX, Paul; PASTORE, José. *Crises Econômicas e Flexibilidade no Trabalho: os casos da Alemanha e do Brasil*. Bonn, São Paulo. Disponível em: <http://ftp.iza.org/dp6137_BRA.pdf>. Último acesso em junho de 2012.

EL MUNDO, 16 de maio de 2005. *El Senado también beberá café procedente del comercio justo*. Disponível em: <<http://www.elmundo.es/elmundo/2005/05/16/solidaridad/1116258683.html>>. Último acesso: junho de 2012.

FUNDACIÓN ADSIS. *EquiMercado: ¿Qué es el Comercio Justo?*. Disponível em: <<http://www.equimercado.org/elcomerciojusto/elcomerciojusto2.htm>>. Última consulta: junho de 2012.

ICO. *Relatório sobre o Mercado Cafeeiro*. Organização Internacional do Café. Dezembro de 2009. Disponível em: <<http://dev.ico.org/documents/cmr-1209-p.pdf>>. Último acesso: junho de 2012.

IDEAS. *Comércio Justo*. IDEAS. Disponível em: <<http://www.ideas.coop/>>. Último acesso em junho de 2012.

IDEAS. *Ciudad por el Comercio Justo*. IDEAS. Disponível em: <<http://www.ciudadporelcomerciojusto.org/>>. Último acesso janeiro 2012.

IDEAS. *Universidad por el Comercio Justo*. Ciudad Justa, 2012. Disponível em: <<http://www.ciudadjusta.org/>>. Último acesso em: junho de 2012.

INTERMÓN OXFAM. *Comercio Justo*. Intermón Oxfam. Disponível em: <<http://www.intermonoxfam.org/>>. Último acesso em junho de 2012.

KAIROS. *Comércio Justo no Brasil*. Instituto Kairós. Disponível em: <<http://www.facesdobrasil.org.br/membrosfaces/61-instituto-kairos.html>>. Último acesso em junho de 2012.

MANIFESTO DA I JORNADA DE COMÉRCIO JUSTO. *Comunicação e Solidariedade da Universidade de Sevilla*. Sevilla, 2012. Disponível em: <<http://www.comerciojustous.org/>>. Último acesso em junho de 2012.

SETEM. *Comercio Justo*. SETEM. Disponível em: <<http://www.setem.org/site/es/federacion/comercio-justo/>>. Último acesso em junho de 2012.



9º ENEDS

ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA
E DESENVOLVIMENTO SOCIAL



“O Brasil que se quer e os caminhos que se trilharam”

SETEM. *El Comercio Justo en España 2010*: Crisis, impactos y alternativas. Coordinadora Estatal de Comercio Justo. Icaria Editorial, 2011.

SETEM. *El Comercio Justo en España 2008*: Canales de importación y distribución. Coordinadora Estatal de Comercio Justo. Icaria Editorial, 2008.

SETEM. *Anuario de Comercio Justo*: La Evolución de Ventas Totales en España 2000 - 2007. SETEM, 2009.

SETEM. *Anuario de Comercio Justo*: El Comercio Justo en España 2004. Situación y Perspectivas. SETEM, 2004.

WFTO. *Sixty Years of Fair Trade*. World Fair Trade Organization. Disponível em: <<http://www.wfto.com/>>. Último acesso em: junho de 2012.

WWF BRASIL. *O que é desenvolvimento sustentável?* Disponível em: <http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/questoes_ambientais/desenvolvimento_sustentavel/>. Último acesso em junho de 2012.