

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA**  
**CENTRO SÓCIO ECONÔMICO**  
**DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

**EVELINE TELES MADURO**

**CERTIFICAÇÃO FAIR TRADE NO BRASIL: O CASO DAS COOPERATIVAS DE**  
**CAFÉ DO SUL DE MINAS GERAIS**

**FLORIANÓPOLIS**

**2017**

**EVELINE TELES MADURO**

**CERTIFICAÇÃO FAIR TRADE NO BRASIL: O CASO DAS COOPERATIVAS DE  
CAFÉ DO SUL DE MINAS GERAIS**

Monografia submetida à banca de avaliação da  
Universidade Federal de Santa Catarina para a  
obtenção do título de Bacharela em Relações  
Internacionais.

Orientador: Armando de Melo Lisboa

**FLORIANÓPOLIS**

**2017**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

A Banca Examinadora resolveu atribuir a nota 10 à aluna Eveline Teles Maduro na disciplina CNM 7280 – Monografia, pela apresentação deste trabalho.

Banca Examinadora:

-----  
Prof.: Armando de Melo Lisboa

Orientador

-----  
Profa.: Patricia Fonseca Ferreira Arienti

-----  
Prof.: Everton das Neves Gonçalves

*Dedico esse trabalho a todos aqueles amantes de café, preocupados com o desenvolvimento econômico mais igualitário e próspero.*

## AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo dom da vida, inteligência, discernimento e paciência, que acabei desenvolvendo ao realizar este trabalho.

Aos meus pais, Sônia e Moacir, que sempre me apoiaram, incentivaram e me amaram até quando eu não merecia tamanho amor, para a realização desse pequeno grande passo da minha vida.

À UFSC, por me dar a oportunidade de cursar Relações Internacionais com ótimos professores em uma universidade de excelência, que me proporcionou muito aprendizado e oportunidade de viver as melhores experiências acadêmicas e pessoais já vividas e assim, despertando o desejo de alçar voos maiores e poder fazer a mudança de alguma forma nesse mundo que nos rodeia.

Ao meu orientador, professor Armando de Melo Lisboa, pela motivação, paciência e sabedoria.

À direção do CCE, pela oportunidade de estagiar e conviver com profissionais competentes.

A todos os cafeicultores familiares, em especial aos das cidades do sul de Minas Gerais em Nova Resende, Poço Fundo e Guaxupé, em especial aos familiares da fazenda Tulha e Vitor Ribeiro, pela hospedagem, acolhida e visita guiada nas fazendas e cooperativas. Agradeço também aos responsáveis das cooperativas abordadas neste trabalho, Danilo Fernandes da Cooperativa Agropecuária dos Produtores Orgânicos de Nova Resende e Região Ltda (COOPERVITAE), e Daniel Penha da Silva da Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo (COOPFAM), objetos de estudo deste trabalho, pela disponibilidade, atenção e solicitude em me receber nas cooperativas, e ao fornecer dados importantes para o embasamento e finalização deste trabalho.

Aos demais, mas não menos importante, GRANDES amigas (os), *roommates*, “Além do Tempo”, “NSL” e “Italiane!”, pelo suporte emocional e compreensão de momentos antissociais; pelas risadas, comidas, dicas de pesquisas e de monografia, horas de terapias, choros e todo o carinho e apoio recebido.

## RESUMO

A partir dos anos 1960 observa-se uma reconfiguração do Sistema Internacional a partir da entrada de atores não estatais na Política Internacional, insatisfeitos com a ordem econômica da época. Essa nova ordem levou a ascensão de grupos e países sobre outros. Por conta disso, movimentos sociais transnacionais surgem indo contra essa ordem hegemônica. Surge então o Movimento do Comércio Justo que tem o café como produto norteador de sua existência, por buscar o reconhecimento do agricultor familiar e valorização de sua produção de uma forma mais igualitária e justa.

No setor cafeeiro, o Brasil sempre esteve em destaque e atualmente, é o maior produtor e exportador de café *Fair Trade* do mundo. Assim, o presente trabalho tem como objetivo verificar como se dá essa Certificação *Fair Trade*, no âmbito internacional e interno, suas diferenças para com outras certificações existentes no mercado de café e quais os impactos para as organizações fair trade e o protagonista desse Movimento, o agricultor familiar. Para tal análise foram escolhidas duas Cooperativas cafeeiras do Sul de Minas Gerais, estado com maior produção de café do Brasil para verificar os impactos da Certificação Fair Trade.

Palavras-chaves: Comércio justo; café; cooperativas; movimentos sociais transnacionais; Minas Gerais.

## **ABSCTRACT**

From the 1960s onwards, there was a reconfiguration of the International System from the entry of non-state actors into International Politics, dissatisfied with the current economic of the time. This new order led to the rise of groups and countries over others. Because of this, transnational social movements are emerging against this hegemonic order. The Fair Trade Movement, which has coffee as the guiding product of its existence, emerges, seeking the recognition of the family farmer and valuing its production in a more equalitarian and just way.

In the coffee sector Brazil has always stood out and is currently the largest producer and exporter of Fair Trade coffee in the world. The objective of this paper is to verify how Fair Trade Certification occurs in the international and domestic realm, its differences with other certifications in the coffee market, and what are the impacts for fair trade organizations and the protagonist of this Movement. Family farmer. For this analysis, two Coffee Cooperatives of the Southern Minas Gerais State, with the largest coffee production in Brazil, were selected to verify the impacts of the Fair Trade Certification.

**Keywords:** Fair trade; coffee; Cooperatives; transnational social movements; Minas Gerais.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Estruturas históricas .....	19
Figura 2: Modelo de processos históricos .....	20
Figura 3: European Fair Trade Association.....	25
Figura 4: International Federation Trade Association (logo antigo) .....	26
Figura 5: World Fair Trade Organization (logo atual) .....	26
Figura 6: Fairtrade Labelling Organizations International .....	28
Figura 7: Selo FairTrade.....	29
Figura 8: 10 princípios do Fair Trade.....	30
Figura 9: Distribuição geográfica do cultivo do Café .....	37
Quadro 1: Organizações cafeeiras certificadas Fair Trade no Brasil .....	33
Quadro 2: Exportações do Agronegócio Brasileiro.....	39
Quadro 3: Produção Mundial - principais países produtores .....	40
Tabela 1: Indicadores do desempenho da cafeicultura brasileira (2006-2015).....	42
Tabela 2: Exportações totais (anual) da COOPERVITAE no período de 2010-2016 .....	55
Tabela 3: Exportações por destino (anual) da COOPFAM no período de 2010-2016.....	60

## LISTAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABCA	Associação Brasileira de Café Especiais
ABCJ	Associação Brasileira de Comércio Justo
ABIC	Associação Brasileira da Indústria de Café
AICC	Associação Industrial e Comercial do Café - Portugal
APP	Área de Preservação Permanente
ATO	<i>Alternative Trade Organizations</i>
BIRD	Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento
BRFAIR	Associação das Organizações de Produtores FairTrade do Brasil
CLAC	<i>Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo</i>
CONAB	Companhia Nacional de Abastecimento
COOPERVITAE	Cooperativa Agropecuária dos Produtores Orgânicos de Nova Resende e Região Ltda
COOPFAM	Cooperativa dos Produtores Familiares de Poço Fundo e Região Ltda
DAP	Declaração de aptidão ao Pronaf
DCAF	Departamento de Café
EFTA	<i>European Fair Trade Association</i>
Emater-MG	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais
EMBAPRA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EPI	Economia Política Internacional
FACES	Plataforma do Comércio Justo e Solidário no Brasil
FINE	FLO + IFAT + NEWS! + EFTA
FLO	<i>FairTrade Labelling Organizations International</i>

FLO-CERT	<i>Certification Body of FairTrade Labelling</i>
FMI	Fundo Monetário Internacional
FTO	<i>Fair Trade Organization</i>
ICO	<i>International Coffee Organization</i>
IFAT	<i>International Federation for Alternative Trade</i>
IFSUL/MG	Instituto Federal do Sul de Minas Gerais
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MOBI	Mulheres organizadas buscando independência
NEWS!	<i>Network of European Worldshops</i>
OEA	Organização dos Estados Americanos
OI	Organizações Internacionais
OIC	Organização Internacional do Café
ONG	Organizações não-governamentais
ONGs	Organizações Não Governamentais
OPTCO	Organic Products Trading Company
OXFAM	<i>Oxford Committee for Famine Relief</i>
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
RI	Relações Internacionais
SIPAF	Selo de Identificação da Participação da Agricultura Familiar
SPAEE	Secretaria de Produção e Agroenergia
UFLA	Universidade Federal de Lavras
UNCTAD	<i>United Nations Conference on Trade and Development</i>
WFTO	<i>World Fair Trade Organization</i>

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	10
CAPÍTULO 1 - RECONFIGURAÇÃO DO SISTEMA INTERNACIONAL.....	15
1. <b>Breve contexto da teorização das Relações Internacionais</b> .....	15
2. <b>Movimentos Sociais Transnacionais</b> .....	21
<b>3. Movimento Fair Trade</b> .....	23
<b>1.3 Contexto do Fair Trade no Brasil</b> .....	31
CAPÍTULO 2 – CAFÉ .....	36
<b>2.1 Origens</b> .....	36
<b>2.2 Contexto Contemporâneo Nacional do Café</b> .....	38
<b>2.3 Certificações de Café</b> .....	44
Certifica Minas .....	44
Certificação Orgânica .....	45
<i>Rainforest Alliance Certified</i> .....	45
<i>UTZ Certified</i> .....	45
Certificação FairTrade .....	46
CAPÍTULO 3 - ESTUDOS DE CASO .....	50
<b>3.1 – COOPERVITAE</b> .....	50
3.1.1 O Fair Trade na COOPERVITAE .....	51
3.1.2 – O Processo de Certificação .....	53
3.1.3 - Perspectivas futuras .....	56
<b>3.2 COOPFAM</b> .....	57
3.2.1 Fair Trade na Cooperativa .....	57
3.2.2 O Processo de Certificação .....	58
3.2.3. Perspectivas futuras .....	61

CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	63
REFERÊNCIAS .....	65
APÊNDICES	
ANEXOS	

## INTRODUÇÃO

A teoria realista das Relações Internacionais percebe o Estado como único ator capaz de atuar politicamente no cenário internacional, com ênfase na questão do poder e da segurança. Todavia, observa-se que o Estado, este fundamental à teoria, em um cenário de globalização, não possui mais autonomia de agir na política internacional sozinho.

Em virtude dos constantes acontecimentos e mudanças na estrutura do Sistema Internacional no decorrer do Século XX, precisamente a partir dos anos 1970, surge e expande-se rapidamente a nova abordagem teórica das Relações Internacionais: a Economia Política Internacional (EPI), que acredita na existência de ator além-Estado, e defende a necessidade de incorporar a economia à metodologia da teoria da política internacional, possibilitando a percepção das razões que geraram essas mudanças no cenário internacional e como estas se desenvolveram.

Autores de EPI, como Susan Strange (1988;1995;1996) e Robert Cox (1981; 1996; 2007), utilizados como referencial teórico do presente trabalho, apesar de terem diferentes perspectivas dentro dos estudos da área, são reconhecidos como autores críticos e heterodoxos, referências no vasto debate teórico dentro das Relações Internacionais. Ambos tratam de explicar a atuação desses novos atores internacionais, agora sujeitos de Direito Internacional, considerados por Strange (1988, p 96) como atores não governamentais, que ultrapassam as capacidades que o Estado se encarregava de prover.

Essa perspectiva abre espaço para mudanças de pauta e análises sobre a relevância e influência desses novos atores no futuro das Relações Internacionais e em seus estudos teóricos. Cox e Strange buscam desconstruir as teorias de metodologia positivista no âmbito acadêmico, criticando, portanto, a teoria neorrealista e neo-institucionalista das Relações Internacionais, tanto por considerar o Estado como único protagonista internacional, quanto por naturalizarem as estruturas político-sociais, sem a preocupação de analisar suas origens e possíveis mudanças em seu desenvolvimento.

As análises de Strange e Cox consideram a existência de outros atores no Sistema Internacional como Organizações Internacionais (OIs), Corporações Transnacionais, Organizações Não Governamentais (ONGs) e movimentos sociais. Ao julgarem o Sistema Internacional como uma construção histórico-social, inserido em contextos distintos, os autores criticam, também, a centralização de soluções, defendendo uma interação dinâmica estrutural a

nível local e global, não acumulando, portanto, funções e poder de decisão e resolução a apenas um ator internacional, que neste caso, seria o Estado.

Este trabalho se desenvolve sob a perspectiva dos autores supracitados, defendendo que a abrangência desses novos atores internacionais se deve a problemas sociais gerados pela nova ordem global contemporânea e à incapacidade do Estado de atuar satisfatoriamente em todos os âmbitos da vida em sociedade, o que permitiu a organização de movimentos sociais contrários ao modelo de globalização imposto, como o *Fair Trade* (Comércio Justo, em tradução livre), por exemplo, tema deste trabalho.

O *Fair Trade* ou Comércio Justo é um movimento global, tido como modelo de comércio alternativo com o objetivo de beneficiar toda a cadeia produtiva, desde o agricultor até a indústria e consumidor final. Surge de maneira acanhada no final dos anos 1940 nos Estados Unidos a partir da prática de grupos voluntários que compravam produtos dos países subdesenvolvidos e revendiam em suas lojas. Fortifica-se nos anos 1970 com o surgimento de associações de comércio alternativo, posteriormente, com a criação da *International Federal for Alternative Trade* (IFAT) em 1989. Somente em 2001 o nome para a prática de comércio alternativo foi definido como *Fair Trade*.

O Fair Trade tem como objetivos a valorização de pessoas, do trabalho de pequenos agricultores familiares e artesãos, a promoção de práticas comerciais mais justas, o incentivo à gestão responsável e sustentável dos recursos naturais, o fomento e garantia da cultura de consumo sustentável e de qualidade, permitindo, assim, o acesso ao mercado internacional via certificação sobre determinado produto. Neste trabalho, utilizaremos como autenticador de produtos a Certificação *Fair Trade*.

Entre os produtos certificados *Fair Trade* se encontram o açaí, sucos, mel, frutas frescas e o café, produto escolhido como objeto desta pesquisa. A escolha pelo café se deve em virtude de sua relevância para com o âmbito do Comércio Justo e para a Balança Comercial Brasileira, além de ter sido o primeiro produto a receber Certificação *Fair Trade*.

O órgão responsável pela certificação e rotulagem é a *FairTrade Labelling Organizations International* (FLO-Cert), uma associação multilateral e sem fins lucrativos composta por 24 organismos, responsável pelas auditorias as quais toda a cadeia produtiva deve respeitar, desde o produtor, comerciante, até o produto final.

Pelo fato dessas auditorias se tornarem muito custosas quando realizadas individualmente e do histórico de exploração do trabalho humano e ambiental enraizado na atividade cafeeira, os pequenos produtores se encontram cada vez mais preocupados com o rumo da cafeicultura no Brasil. Unem-se, então, formando pequenas associações, e posteriormente, cooperativas de

pequenos produtores, a fim de conseguir receber a certificação e adentrando ao mercado mundial de café, oferecendo um produto de alto nível de qualidade e que se preocupa com a melhoria da qualidade de vida do pequeno produtor e a manutenção de sua cultura.

Dito isto, a temática deste trabalho se dá em torno do Movimento *Fair Trade* para o desenvolvimento deste trabalho foi adotado o método de pesquisa exploratória e descritiva, a fim de buscar familiaridade com o tema e produto escolhido, pelo desconhecimento profundo sobre o assunto e assim, foi colhido depoimentos e entrevistas, e selecionada duas cooperativas<sup>1</sup> de café certificadas *Fair Trade* como estudo de caso via pesquisa de campo.

Segundo Gonsalves (2001, p.67), a pesquisa de campo é o tipo de pesquisa que pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada. Neste caso, o pesquisador precisa ir ao espaço onde o fenômeno ocorre, ou ocorreu e reunir conjunto de informações que serão documentadas. Para tanto, a pesquisa de campo foi realizada na região Sul de Minas Gerais. Na cidade de Guaxupé, visitamos pequenas propriedades familiares de café, acompanhando a rotina dos trabalhadores e conhecendo mais sobre a cultura cafeeira. Em Nova Resende, visitamos a Cooperativa Agropecuária dos Produtores Orgânicos de Nova Resende e Região (COOPERVITAE). Seguimos para Poço Fundo a fim de conhecer a Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo (COOPFAM) e, por fim, chegamos a Belo Horizonte para a participação na Semana Internacional de Café 2016, visando aprofundar os conhecimentos e acompanhar as novas tendências do setor cafeeiro por três dias no maior encontro de café do Brasil.

Tais cooperativas foram escolhidas por serem as primeiras a vender café certificado *Fair Trade* no País, localizadas na região do sul de Minas Gerais, estado líder na produção de café no Brasil. Do total de 28 grupos produtivos certificados Fair Trade brasileiros atuantes, 24 estão em Minas Gerais, que, além de ser pioneiro na cadeia produtiva de café, foi o primeiro estado do País a ter uma cidade oficialmente tida como "cidade Fair Trade"<sup>2</sup> (Poços de Caldas) e a primeira Universidade Latino-americana pelo Comércio Justo do país<sup>3</sup>, a Universidade Federal de Lavras – UFLA, em cidade homônima.

---

<sup>1</sup> Outras duas Cooperativas Fair Trade do estado de Minas Gerais foram consultadas, contudo, não foi permitido e nem fornecido qualquer dado que fosse relevante para o presente trabalho.

<sup>2</sup> Em 2016 durante a realização dos Jogos Olímpicos no Brasil, Rio de Janeiro foi declarada como cidade FairTrade, sendo então a primeira capital da América Latina a ser declarada como tal. Disponível em: <http://www.fairtradebrasil.com.br/noticias/115/a-cidade-das-olimpiadas-torna-se-uma-cidade-fairtrade---the-olympic-city-becomes-a-fair-trade-city>. Acesso em: 20 de novembro de 2016.

<sup>3</sup> Um iniciativa da CLAC e BRFair, a fim de incentivar os estudos sobre o Comércio Justo.

Diante do exposto, a questão central a ser respondida pela pesquisa abarca os impactos que a Certificação *Fair Trade* trouxe para as cooperativas estudadas e o empoderamento<sup>4</sup> de pequenos produtores, representados aqui por cafeicultores do sul mineiro. A justificativa deste trabalho se dá não somente em função do fracasso do padrão produtivo-comercial do comércio tradicional em promover desvantagens socioeconômicas para pequenos agricultores familiares, em comparação aos atores dominantes no mercado, mas, sobretudo pela lacuna existente nos estudos de Relações Internacionais em relação ao Movimento de Comércio Justo no contexto econômico atual. O Comércio Justo se encontra em expansão, contrastando com outros setores do comércio em escala global, muitos deles afetados diretamente pela crise econômica do Sistema dos últimos anos.

Como o *Fair Trade* possui muitas variações de nomes, neste trabalho adotamos a nomenclatura de *Fair Trade* (FT) ou Comércio Justo quando nos referimos ao movimento social, mercado e princípios, e *FairTrade* quando nos referirmos à certificação, valor e quaisquer atividades relacionadas no que concerne à organização FLO-Cert.

Em um primeiro momento, o trabalho desenvolve-se com a pontuação de novas pautas e atores não estatais nos estudos de Economia Internacional, como Movimentos Sociais Transnacionais, exemplificado pelo Movimento do Comércio Justo; este movimento no Brasil, aplicado de maneira peculiar em relação aos demais países, em suas definições e aplicabilidades para o significado de "pequeno produtor" e associações ou Cooperativas, por exemplo, compõem o Capítulo 1.

O Capítulo 2 delineará o contexto histórico do café e suas peculiaridades no âmbito mundial e nacional, a fim de compreender o que o levou a ser o primeiro produto certificado *Fair Trade*; se apontará rapidamente outras certificações presentes no mercado cafeeiro, como a UTZ, *Rainforest* e a Certifica Minas, para que então, aprofundemo-nos no processo de Certificação *FairTrade*, especificamente executados pela FLO-Cert. Visamos compreender a estrutura e o processo do organismo certificador, além de suas normas e diretrizes para ser possível diferenciar esta certificação das demais.

Por sua vez, no Capítulo 3 será tratado o estudo de caso das duas cooperativas selecionadas, a história e processo das cooperativas para a obtenção da certificação pela FLO-Cert. As informações e dados obtidos pela pesquisa se indicarão através de um panorama da balança comercial das cooperativas, como também nas falas dos entrevistados, para que então,

---

<sup>4</sup> Adota-se o termo empoderamento baseado em Pedini (2011, p.22) que trata o empoderamento como “a possibilidade de fortalecimento dos cafeicultores familiares e suas organizações, tanto individual (econômico) quanto coletivo (relacional), no ambiente em que estão inseridos”.

seja possível responder a pergunta de pesquisa nas considerações finais, juntamente com depoimentos pessoais sobre a realização da pesquisa *in loco* e a importância de discussões do tema de Comércio Justo dentro da Academia.

## CAPÍTULO 1 - RECONFIGURAÇÃO DO SISTEMA INTERNACIONAL

### 1. Breve contexto da teorização das Relações Internacionais

O fim da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) é considerado o marco das primeiras iniciativas da construção do campo de estudos de Relações Internacionais, em função da necessidade de se debater sobre a natureza da ordem internacional.

Até então, preconizava fortemente a Teoria Liberal, que acreditava que o aprofundamento das relações comerciais entre os países seria o caminho para o equilíbrio de poder e garantia de pacificidade, como afirmava Gilpin (2002), que “a interdependência econômica cria laços positivos entre os povos e promove a harmonia de interesses entre as sociedades”<sup>5</sup> (p. 172). Contudo, tal discurso perdeu força após a ocorrência da primeira grande guerra, originada entre duas potências com capacidades equiparáveis, em função dos avanços tecnológicos, frutos, principalmente, da Revolução Industrial.

Assim, a fim de entender as causas da eclosão da Primeira Guerra, estudiosos voltaram-se à análise de estudo das relações entre os Estados soberanos num contexto anárquico, como únicos detentores de coerção, estes capazes de evitar ou diminuir a ocorrência de futuros conflitos similares (RENGGER;HOFFMAN, 1992, p. 128).

Com a inobservância do Tratado de Versalhes (1919) que culminou na Segunda Guerra Mundial (1939-1945), o pensamento da Teoria Liberal (idealista) é tido como uma grande ilusão e, deste modo, abre-se espaço para a ideologia realista, no qual se defende que não há outro meio dos países conseguirem garantir a paz e sobrevivência, se não por vias militares com o aval de um Estado soberano.

A Teoria Realista ganha mais força no âmbito acadêmico principalmente através dos autores econômicos neoclássicos que defendem que o conhecimento deve ser aperfeiçoado com foco, em que o campo de estudo esteja isolado; ou seja, para se compreender o que acontece no cenário mundial deve-se isolar a política internacional de outras áreas, pois, assim, “o realista político sustenta a autonomia da esfera política do mesmo modo como o economista, o advogado e o moralista sustentam as deles”. (MORGENTHAU, 2003. p.22).

Tal discurso se destacou por muito tempo tanto no âmbito acadêmico quanto político, como defende Strange (1995, p. 154, tradução nossa) “agora são mais de vinte anos que eu e outros primeiro pedimos pelo fim do longo e nocivo divórcio entre política e economia no estudo

---

<sup>5</sup> Tradução livre.

do Sistema Mundial”<sup>6</sup>. A predominância da Teoria Realista permaneceu até o momento em que duas escolas fundamentais dentro do *mainstream* de Relações Internacionais surgem: a Escola Americana e a Britânica, relacionadas à crítica, que será a teoria adotada neste trabalho, que se desenvolve baseado em dois autores de EPI, Susan Strange e Robert W. Cox.

Susan Strange (1923-1998), ex-jornalista de formação, cientista política e analista internacional é tida como fundadora da subárea da Teoria Crítica dentro das RI, a Economia Política Internacional, que surge e difunde-se rapidamente a partir de 1970, especialmente na Inglaterra, em resposta aos acontecimentos e desafios no âmbito internacional durante os anos 1970 e 1980, que implicavam diretamente a agenda de política externa dos EUA.

Diferente das demais teorias, a EPI, apesar de não ser classificada como tal, não nasce a partir de ideias, o *boom* na Economia Política Internacional como uma área de especialização foi reflexo não de ideias, mas de eventos<sup>7</sup> (STRANGE, 1995, p. 154-155, tradução nossa), diferindo das demais teorias<sup>8</sup> que não foram capazes de prever e explicar os acontecimentos e assim, questiona as origens e legitimidade da ordem internacional, social e econômica vigente e, acima de tudo, proporciona a inserção de discussão e produção acadêmica de temas, tal como o presente trabalho.

De acordo com Strange, era “natural que os políticos, a mídia e os acadêmicos desenvolvessem um forte interesse pela EPI” (Idem, p. 156), em virtude de acontecimentos como crises econômicas ao longo do Século XX, conflitos, o fim de Bretton Woods (1971), o primeiro choque do Petróleo (1973), e a percepção de que ocorria o fim da hegemonia estadunidense, trazem a necessidade de analisar tais eventos e situações não de maneira isolada, mas analisando a política e economia em conjunto, pois “os mundos da política e da economia não são, e não podem ser, separados um do outro” (Idem, p. 169-170).

A mesma autora considera que transformações estavam acontecendo no Sistema Internacional (1988), principalmente mudanças estruturais, no que diz respeito a perda de importância de atores clássicos, como os Estados. O Estado é ator fundamental e, por vezes, protagonista dentro do Sistema Internacional, contudo, a autora acredita na existência de outros atores não-estatais na EPI, como apresenta em “States and Markets” (1988), em função do

---

<sup>6</sup> It’s now more than twenty years since I and others first pleaded for an end to the long and harmful divorce of politics and economics in the study of the world system.(STRANGE, 1995, p. 154)

<sup>7</sup> The boom in International Political Economy (...) as an area of specialization has reflected not ideas but events. (STRANGE, 1995, p. 154-155)

<sup>8</sup> Como o objetivo deste trabalho não é aprofundar a discussão teórica, apresentamos de forma breve as ideias das duas principais teorias, liberal e realista para apresentar a EPI. Caso deseje entender melhor as teorias de Relações Internacionais, ver Little (1996), Banks (1985), Waltz (1979), A.J.R. Groom e Margot Light (1994).

surgimento de novas formas de exercer política pois, acreditar que o Estado é o único ator é acreditar que a política internacional é apenas uma política desenvolvida pela burocracia estatal.

A primeira coisa necessária para o desenvolvimento do estudo da economia política internacional é a redefinição do estudo da política. Por muito tempo, cientistas políticos imaginaram que a política consistia no que os governos faziam, como funcionam e como se comportam uns com os outros. O Estado, como alguém disse, veio para "colonizar" o estudo da política. (...) Mas, como assinalou o escritor francês Bertrand de Jouvenel (1954), as pessoas se engajam na política sempre que um indivíduo ou grupo precisa do apoio ou da assistência de outros para alcançar seus fins. Esse princípio nos permite pensar de maneira bem diferente sobre a natureza da política. Já não está confinado ao Estado, ao funcionamento do governo pelos Estados.<sup>9</sup> (STRANGE, 1995, p.169, tradução nossa).

Em "The retreat of the States" (1996), a autora, por desconsiderar teorias, define o que seria esse poder: poder estrutural e poder relacional como formas e métodos de análise. O poder estrutural é poder direto, ligado à ideia das RI de materiais tangíveis, como população, território, forças armadas, ao qual, o "Ator A" vai exercer poder diretamente sobre o "Ator B". Já o poder relacional é o poder indireto, e inicialmente imperceptível, em que a capacidade de um Estado ou de Estados mais desenvolvidos de conseguirem moldar ou desenhar o espaço no qual as relações intra Estados ou Estados com empresas, mercados e sociedade, vão ocorrer.

A autora também lança críticas aos acadêmicos, assegurando quem desenvolve a Teoria da EPI não são formuladores de política econômica, nem o governo, mas os teóricos, os professores; no momento em que eles, formuladores de políticas, aceitam uma agenda pronta, os pontos a serem estudados, eles acabam validando o Sistema Internacional e não aceitando qualquer mudança, pois veem os conteúdos a serem estudados como imutáveis e concretos. Strange defende que no momento em que os professores, teóricos, acadêmicos, sustentam a

---

<sup>9</sup> The first thing that is needed for the further development of the study of international political economy is a redefinition of the study of politics. For too long, political scientists have imagined that politics consists of what governments do, how the function and how they behave to one another. The state, as someone said, came to 'colonize' the study of politics. (...) But as the French writer Bertrand de Jouvenel (1954) pointed out (...), people engage in politics whenever one individual or group needs the support or assistance of others to achieve their ends. That principle allows us to think quite differently about the nature of politics. It is no longer confined to the state, to the functioning of government by states.(STRANGE, 1995, p.169)

manutenção do Sistema, significa que não estão se posicionando criticamente e deixando de buscar alternativas para possíveis mudanças estruturais.

Strange recebeu muitas críticas por ser autora multidisciplinar e trazer diferentes atores para o debate na área. Todavia, outros autores das RI compactuaram com a sua linha de pensamento, como Robert Keohane e Joseph Nye (1989, p.31). Ambos afirmam que o Estado é o ator principal das relações internacionais, que então passa a dividir espaço com novos atores (ONG's, OIs e empresas multinacionais), assumindo, assim, um papel diferente do que até então desempenhava. Com a rede de interações mais complexa e o declínio relativo do poder militar como determinante das relações internacionais, o cenário internacional conta, portanto, com atores não-estatais.

Anteriormente citado, outro autor conceituado na construção dos estudos de EPI e da Teoria Crítica dentro das RI é Robert W. Cox. Cox, em “Theory of social forces, States and World Orders”, de 1996, tem como ponto de partida a ideia de hegemonia de Antonio Gramsci, em que é considerada como “a capacidade de que um grupo social possui para exercer uma função de direção política e moral na sociedade”<sup>10</sup> (COX, 2007, p.113, tradução nossa.). Com base nos estudos do autor, Cox traz para a teoria das relações internacionais conceitos de hegemonia, sociedade civil e contra hegemonia, contribuindo, assim, para a construção de uma teoria crítica das Relações Internacionais.

Gramsci foi um filósofo marxista italiano que construiu seu conceito de hegemonia baseado na realidade da época, ou seja, seu contexto histórico, o início da década de 1920. Este autor baseou-se na burguesia para construir seu conceito de hegemonia, afirmando que foram necessárias concessões por parte da classe burguesa para subordinar as demais classes em troca de sua liderança.

A Teoria Crítica<sup>11</sup> de Cox dirige seu foco para a dominação dos Estados mais ricos e poderosos sobre os mais fracos (hegemonia). As relações hierárquicas aqui não são necessariamente imperialistas, mas muitas vezes baseadas em uma combinação de consenso e coerção.

A teoria é sempre para alguém e para algum propósito. Todas as teorias têm uma perspectiva. As perspectivas derivam de uma posição no tempo e no espaço, especificamente no tempo social e político. O mundo é visto de um

---

<sup>10</sup> The capacity of a social group to exercise a function of political and moral direction in society. (COX, 2007, p.113).

<sup>11</sup> Critical theory is directed to the social and political complex as a whole rather than to the separate parts (..) take as its starting point some aspect or particular sphere of human activity. (COX, 1981, p. 129).

ponto de vista que define em termos de nação ou de classe social, de dominação ou subordinação, de poder em ascensão ou declínio, de um sentimento de imobilidade ou de crise presente, de experiências passadas e de esperanças e expectativas para o futuro.<sup>12</sup> (COX, 1981, p. 128, tradução nossa).

A hegemonia não deve ser entendida apenas como a supremacia dos Estados mais poderosos, mas também como uma relação na qual as potências assumem um papel dirigente com base em uma combinação de recursos materiais, ideias e instituições que convençam os demais Estados das vantagens daquela ordem para o conjunto do sistema.

O mais relevante para Cox não é explicar o processo histórico em cada ponto, mas entender, dentro das mudanças no contexto internacional, os espaços disponíveis para movimentos anti-hegemônicos que existem como reação a essas estruturas tantas vezes naturalizadas. O autor percebe as estruturas como um quadro de referência para a ação política, estando sujeitas a mudanças resultantes dos projetos e estratégias levados a cabo pelos atores sociais, conforme se pode observar na figura abaixo:

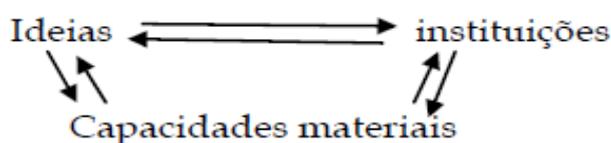


Figura 1: Estruturas históricas

Fonte: Autoria própria conforme modelo de Cox (1981, p. 136)

**Capacidades materiais:** são as capacidades produtivas ou de destruição, no caso de armamentos. Também são capacidades materiais a tecnologia e a organização burocrática do Estado.

**Ideias:** podem ser compartilhadas por meios de comunicação intersubjetivos (cultura, regras sociais) ou visões de mundo sobre o que é desejável ou legítimo (ideologias). Hábitos e costumes.

**Instituições:** são, nas palavras de Cox, “amalgamas de ideias e poder material” (1981, p.137), cristalizadas em um arranjo jurídico-político que influenciam diretamente a ação dos

<sup>12</sup> Theory is always for someone and for some purpose. All theories have a perspective. Perspective derive from a position in time and space, specifically social and political time. The world is seen from a standpoint defining in terms of nation or social class, of dominance or subordination, of rising or declining power, of a sense of immobility or of present crisis, of past experience, and of hopes and expectations for the future. (COX, 1981, p. 128)

atores e se tornam o terreno privilegiado para as disputas políticas. É o espaço onde as ideias e as capacidades materiais se concretizam.

Os três níveis referem-se, respectivamente, à esfera da produção, aos complexos do Estado-sociedade civil, e ao sistema de Estados. A composição de cada uma pode ser avaliada com base no modelo acima descrito. A relação entre os três níveis é recíproca e nunca unilateral. Cox (idem, p.138) defende que tanto as relações sociais quanto as políticas não são estáticas; elas permanecem em contínuo processo de mudança. Percebe-se aqui a função do historicismo (e da própria dialética), muito considerado em suas análises.

Para avaliar as esferas humanas particulares dentro de um processo histórico, Cox (ibidem, p. 137) sugere a adoção de métodos das estruturas históricas no qual são investigadas as três esferas sociais de atividades: as forças sociais, construídas pelo processo de produção; a forma de Estado, derivada do estudo dos complexos sociais e estatais; e as ordens mundiais, que são as configurações de forças que continuamente definem as relações de paz e guerra entre os Estados. Essas três esferas seriam inter-relacionadas à medida que, por exemplo, as mudanças na forma de produção gerariam novas forças sociais que, por sua vez, modificariam as estruturas do Estado e levariam a alterações das ordens mundiais.

As forças sociais não devem ser pensadas como existindo exclusivamente dentro dos estados. Forças sociais particulares podem transbordar as fronteiras do Estado, e as estruturas mundiais podem ser descritas em termos de forças sociais da mesma forma que podem ser descritas como configurações de poder estatal. O mundo pode ser representado como um padrão de forças sociais interagindo em que estados de forças sociais e configurações locais de forças sociais dentro de países particulares.<sup>13</sup> (COX, 1981, p. 141, tradução nossa).

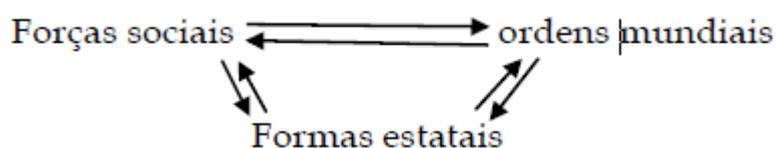


Figura 2: Modelo de processos históricos

Fonte: Autoria própria conforme modelo de Cox (1981, p. 138)

<sup>13</sup> Social forces are not to be thought of as existing exclusively within states. Particular social forces may overflow state boundaries, and world structures can be described in terms of social forces just as they can be described as configurations of state power. The world can be represented as a pattern of interacting social forces in which states of social forces and local configurations of social forces within particular countries. (COX, 1981, p. 141).

Cox mostra, portanto, como uma teoria ligada aos movimentos da História pode se adequar para compreender as transformações profundas em curso na política mundial, além de convidar a investigar como ideias, capacidades materiais e instituições cada vez mais ignoram e ultrapassam limites territoriais, redefinindo os espaços de articulação das forças sociais e dos Estados, bem como as características estruturais das ordens mundiais.

A partir desta introdução de variações no Sistema Internacional, que permitiu a inclusão de debates e construção de teorias dentro de RI, como a EPI e análise de novos atores não estatais, passamos agora à análise da atuação dos movimentos sociais em um processo de contra hegemonia.

## **2. Movimentos Sociais Transnacionais**

As mudanças observadas globalmente nas últimas décadas reconfiguraram o comércio internacional e a estrutura da Sociedade Internacional, apresentando novos desafios – internos e externos - a serem enfrentados pelos Estados.

Em virtude do contexto histórico-social mundial da segunda metade do Século XX, com constantes revoluções tecnológicas-informacionais, surgimento de corporações transnacionais, transnacionalização das relações internacionais e globalização econômica neoliberal, caracterizada pela sobreposição da esfera econômica às demais esferas (política, ambiental, social, etc.), resultou em um movimento crescente de homogeneização cultural e busca desenfreada por lucro, resultando em consequências nocivas à sociedade e ao meio ambiente.

Segundo Santos, M. (2000, p. 9), “deve-se considerar a existência de pelo menos três mundos em um só: o primeiro seria a globalização como fábula, o segundo como ele é, e o terceiro o mundo como ele pode ser”. Assim, pode-se afirmar que a globalização é vista de diferentes maneiras para cada classe social.

Por conta da reduzida atuação estatal, em função do enfraquecimento de seu papel frente ao surgimento das corporações transnacionais e nova dinâmica e fluidez do capital internacional, os Estados ficaram à mercê do poder do capital global com preeminência de gerência do Sistema Internacional.

As forças sociais opostas a esta configuração foram observadas acima. O capital nacional, os setores do trabalho estabelecido ligados ao capital nacional recém-mobilizado trabalhadores não estabelecidos no Terceiro Mundo e socialmente marginais nos países pobres são, de uma forma ou de outra, potencialmente

opostos ao capital internacional e ao Estado e à ordem mundial Estruturas mais favoráveis ao capital internacional<sup>14</sup> (COX, 1981, p.150, tradução nossa).

Cox (idem) ainda afirma que “(...) uma contra hegemonia consistiria numa visão coerente de uma ordem mundial alternativa, apoiada por uma concentração de poder suficiente para manter um desafio aos países centrais”<sup>15</sup>, ou seja, os problemas sociais gerados por uma nova ordem internacional gerariam condições para uma contra hegemonia, desde que houvesse uma organização política eficaz – o que se pode obter por meio dos movimentos sociais. Como exemplo, podemos citar a crise econômica mundial ocorrida entre as décadas de 1960 e 1970, que segundo o autor, foi favorável a processos que poderiam levar a um desafio contra hegemônico.

Assim, de acordo com Santos (2005), para se opor a este modelo de globalização e todas as consequências nocivas que ele acarreta os prejudicados pelo fenômeno passaram a se unir por meio de ação coletiva, com o objetivo de representar a insatisfação e mobilização da sociedade civil global<sup>16</sup>. Intensificam-se, assim, os movimentos sociais, utilizando então da revolução tecnológica para ultrapassar fronteiras e alcançar outros patamares.

Melucci (2001, p.35) destaca que “um movimento social é uma ação coletiva cuja orientação comporta solidariedade, manifesta um conflito e implica a ruptura dos limites de compatibilidade do sistema ao qual a ação se refere”. Portanto, os movimentos surgem em função da atuação enfraquecida – e muitas vezes violenta - do Estado, frente a ascensão das empresas transnacionais e da fluidez e dinâmica do capital internacional, que visam a homogeneização cultural e busca pelo lucro, tornando a atuação social do Estado dependente do capital global.

Nos países centrais, as políticas que se traduziram em cortes na transferência de recursos para grupos sociais que sofrem privações e que geraram muito desemprego abriram as perspectivas de uma grande aliança entre os desfavorecidos e contra os setores do capital e do trabalho que se apoiavam na

---

<sup>14</sup> The social forces opposed to this configuration have been noted above. National capital, those sections of established labour linked to national capital newly mobilised non-established workers in the Third World, and socially marginal in the poor countries are all in some way or another potentially opposed to international capital, and to the state and world order structures most congenial to international capital. (COX, 1981, p.150).

<sup>15</sup> (...) a counter-hegemony would consist of a coherent view of an alternative world order, backed by a concentration of power sufficient to maintain a challenge to core countries. (Idem).

<sup>16</sup> Segundo Keane (2003, p. 11), “Sociedade Civil Global se refere a uma vasta, ampla constelação não governamental de muitas estruturas institucionalizadas, associações e redes dentro das quais atores individuais e coletivos estão inter-relacionados e funcionando interdependentemente”.

produção internacional e na ordem mundial liberal-monopolista. [...] É necessário uma organização política eficaz [...] para reunir as novas classes operárias criadas pela produção internacional e para construir uma ponte que leve aos camponeses e aos marginalizados urbanos. (COX, 2007, p. 122).

Observa-se, assim, a possibilidade de uma contra hegemonia advinda da sociedade civil, a exemplo das reivindicações sociais que propiciaram o surgimento do estado de bem-estar social na primeira metade do Século XX.

Comprova-se, portanto, a possibilidade de aplicação da teoria crítica de Cox à atuação dos movimentos sociais transnacionais, que representam uma contra hegemonia, uma organização política para fortalecimento das classes sociais oprimidas e alteração da ordem vigente.

Dito isto, consideramos o Movimento *Fair Trade* (Comércio Justo), objeto deste trabalho, um movimento anti-hegemônico, pois atua contra o processo econômico dominante na ordem internacional. Reafirmando Cox (1981), os movimentos sociais podem influenciar em várias esferas, como econômica, política, ambiental, dentre outras.

O Movimento foi criado por pequenos grupos que foram marginalizados pelo modelo de comércio tradicional, e através do objetivo comum de garantir acesso ao mercado de maneira justa aos pequenos produtores, ultrapassaram as fronteiras nacionais. Esses grupos possuem uma organização política eficaz que exerce influência de nível local a internacional.

### 3. Movimento Fair Trade<sup>17</sup>

Há certa controvérsia ao se falar da história, conceituação e origem do Fair Trade (ou Comércio Justo). Segundo a WFTO<sup>18</sup> (2015), as primeiras práticas do Comércio Justo iniciam-se nos Estados Unidos da América, com o papel pioneiro da *Ten Thousand Villages*<sup>19</sup> e da

---

<sup>17</sup> O Movimento Fair Trade, recebe várias nomenclaturas, tais como: Fair Trade (inglês), Comércio Justo (em português), Comércio Solidário, Mercado Solidário, Mercado Ético-solidário, Economia Solidária e Mercado Fair Trade, como também Fairtrade (sem abreviações) que se refere segundo o Glossário da FLO (2011) à certificação e todas ou qualquer parte de atividade da Flo e Flo-Cert.

<sup>18</sup> World Fair Trade Organization, Disponível em: <http://wfto.com/about-us/history-wfto/history-fair-trade>. Acesso em: 26 de agosto de 2016.

<sup>19</sup> Ten Thousand Village é uma organização independente sem fins lucrativos, fundada em 1946, que comercializa produtos feitos de mais de 120 grupos de artesãos de 38 países em desenvolvimento da Ásia, África do Sul, América Latina e Oriente Médio. É uma das maiores organizações de Comércio Justo do mundo e uma das organizações fundadoras da WTFO. Disponível em:

SERRV<sup>20</sup>, criadas em 1946 e 1949, respectivamente, as quais dão início às feiras de comércio de bordados e artesanatos de portoriquenhos e de comunidades pobres dos países do Sul. Ambas com a missão de garantir que os artesãos recebam um valor mais justo pelos produtos produzidos e criar oportunidades de inserção de atividade no comércio.

Contudo, segundo Kunz (1999), as origens do Comércio Justo como movimento social surge na Europa no final dos anos 1960, quando jovens católicos criam uma associação para importar produtos de países em desenvolvimento. Posteriormente, fortaleceu-se mais no continente europeu quando a OXFAM<sup>21</sup> GB, primeira Organização de Comércio Alternativo (ATO), cria sua própria companhia comercial em 1964, a OXFAM *Trading* e comercializa artesanatos fabricados por chineses em suas lojas. (COMITÊ ECONÔMICO E SOCIAL EUROPEU, 2009).

Importante ressaltar a importância dos fóruns internacionais como as primeiras iniciativas de formalizar o Fair Trade como alternativa ao comércio internacional convencional, exemplificando a Conferência da UNCTAD<sup>22</sup> ocorrida em Nova Déli, Índia, em 1968, e que, segundo Wilkinson (2007), foi de suma importância para a defesa da tese do comércio no lugar da ajuda (*trade not aid*, em inglês), possibilitando espaços para a construção do diálogo sobre as necessidades de países em desenvolvimento.

Em suma, tanto no cenário internacional quanto internamente, vários outros conceitos e posturas lhe são próximos e são confundidos com o Comércio Justo. Diante isto, este trabalho utilizará o conceito de Comércio Justo definido pela FINE<sup>23</sup> (2001), que o aborda como:

Uma parceria comercial, baseada no diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional e contribui para o desenvolvimento sustentável, oferecendo melhores condições comerciais e garantir os direitos dos produtores e trabalhadores marginalizados, especialmente nos países do Sul.

---

[http://www.tenthousandvillages.com/media/wysiwyg/downloads/Annual\\_Report\\_2014-15.pdf](http://www.tenthousandvillages.com/media/wysiwyg/downloads/Annual_Report_2014-15.pdf) Acesso: 04 de julho de 2016.

<sup>20</sup> Serrv é uma organização fair trade sem fins lucrativos, dedicada à ascensão de artesãos, agricultores desfavorecidos e retirar as suas famílias da pobreza. Começou como um pequeno grupo de voluntários da Igreja dos Irmãos ajudando refugiados na reconstrução após a Segunda Guerra Mundial. Disponível em: <http://www.serrv.org/category/about-us>. Acesso em: 14 de outubro de 2016.

<sup>21</sup> OXFAM - Oxford Committee for Famine Relief (Comitê de Oxford de Combate à Fome), fundada em Oxford, Inglaterra, em 1942 por um grupo de acadêmicos, intelectuais e ativistas sociais liderados pelo cónego Theodore Richard Milford, com o objetivo inicial 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. Hoje, é uma confederação internacional de aproximadamente 18 organizações que trabalham em conjunto com parceiros e comunidades locais em mais de 90 países, a fim de alcançar um mundo mais justo sem pobreza. Disponível em: <https://www.oxfam.org/en/about/>. Acesso em: 14 de outubro de 2016.

<sup>22</sup> Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento. Disponível em: <https://ajonu.org/2012/10/17/conferencia-da-onu-sobre-o-comercio-e-o-desenvolvimento-unctad/>. Acesso em 14 de outubro de 2016.

<sup>23</sup> FINE Advocacy Office em Bruxelas.

Organizações de comércio justo, apoiadas pelos consumidores, estão envolvidos ativamente no apoio aos produtores, na sensibilização e nas campanhas para mudanças nas regras e práticas do comércio internacional convencional.

O Comércio Internacional tradicional foi definido historicamente por meio das relações comerciais assimétricas de caráter dependente entre os países do Norte e do Sul. Segundo Chang (2002, p.36), os países desenvolvidos, ao alcançarem o topo da hierarquia hegemônica, por meio de políticas ortodoxas e altamente protecionistas, “chutam a escada”, impedindo que os países em desenvolvimento consigam chegar ao mesmo ou a um patamar próximo ao já alcançado por eles.

Por volta dos anos 1970, organizações praticantes do comércio justo do mundo todo, até então chamado *Alternative Trade* – Comércio alternativo começam a se reunir em conferências realizadas informalmente a cada dois anos. Essa situação perdurou até os anos 1980, quando, ao final da década, decidem criar um comitê responsável pela gerência das ATOs, visto que o número dessas organizações aumentava cada vez mais.

Logo, em 1987 é criada a EFTA<sup>24</sup> – *European Fair Trade Association*, uma associação das nove maiores organizações importadoras de comércio justo em oito países da Europa (Áustria, Bélgica, França, Alemanha, Itália, Espanha, Suíça e Reino Unido), formalizada somente em 1990, e tendo como objetivo dar suporte, incentivar a cooperação e coordenação às organizações membras nos seus trabalhos.



Figura 3: European Fair Trade Association

Fonte: EFTA (2016)

Dois anos após a criação da EFTA, 1989, é criada a *World Fair Trade Organization* (WFTO), antiga *International Federation for Alternative Trade* (IFAT), Federação Internacional para Comércio Alternativo, graças a participação de 38 ATOs no encontro internacional ocorrido nos Países Baixos no mesmo ano. Em função da necessidade apresentada, tanto pelos países do

<sup>24</sup> Não se deve confundir com a *The European Free Trade Association* - (EFTA), a organização intergovernamental voltada para a promoção do livre comércio e integração econômica em benefício dos seus países membros, são eles: Islândia, Liechtenstein, Noruega e Suíça.

Sul quanto do Norte, de estabelecer uma rede global para as organizações de comércio justo, foram estabelecidas *networks*, como a *Asia Fair Trade Forum* (hoje WFTO ASIA), a Cooperação para o Fair Trade na África (atual WFTO *Africa and Middle East*), a Associação Latino Americana de Comercio Justo (WFTO Latin America) e a *IFAT Europe* (WFTO Europe).



Figura 4: International Federation Trade Association (logo antigo)

Fonte: El ABC do Comércio Justo (2011)

A WFTO (figura 5) possui mais de 370 organizações membros e 40 associações individuais em mais de 70 países. Acredita que o comércio tem que beneficiar os mais vulneráveis social e economicamente e gerir meios de subsistência sustentáveis, criando oportunidades para os pequenos produtores e em desvantagem econômica. As recorrentes crises econômicas mundiais e a persistência da pobreza, em que, de acordo com os relatórios do The World Bank<sup>25</sup>, mais de 1 bilhão de pessoas ainda vivem com ou menos de \$1.25 por dia, confirmam a procura de uma economia justa e sustentável tanto no nível local quanto global (WFTO, 2015).



Figura 5: World Fair Trade Organization (logo atual)

Fonte: El ABC do Comércio Justo (2011)

---

<sup>25</sup> World Bank Poverty Overview – Manco Mundial da Pobreza

Essa procura por formas de comércio mais justa e sustentável pela WFTO, se fortifica em 1994, quando ocorre a Primeira Conferência Europeia de Lojas Mundiais, marcando o início da cooperação entre voluntários e trabalhadores das lojas comerciais, e a criação da *Network of European World Shops* (NEWS!), representando cerca de 20 países europeus e 3000 lojas de todo o planeta (idem).

Até então, os produtos do Comércio Justo eram vendidos por organizações que tinham os ideais do Fair Trade como *ethos* central de orientação para as suas atividades ou para consumidores que buscavam adquirir tais produtos em lojas que detinham o produto e até mesmo lojas de comércio justo. Contudo, viu-se a necessidade de atingir um público mais amplo e não somente aqueles cientes do movimento e mercado Fair Trade, dessa forma, expandindo o movimento a fim de fazer com que produtores pudessem vender seu produto diretamente no mercado. Em 1981, Frans van der Hoff, missionário holandês que vive no México e trabalhava com pequenos cafeicultores que vendiam seu produto a “preços injustos”, juntamente com o apoio da ONG holandesa *Solidaridad*, desenvolveram um rótulo do comércio justo que sinalizava que o café então rotulado respeitava as diretrizes do Movimento Fair Trade, permitindo que qualquer pessoa, empresa ou organização tivesse acesso à compra ou venda desses produtos.

Em 1988, é criada na Holanda a Fundação “Max Havelaar”, a organização de certificação de qualidade do Movimento, com o primeiro selo fair trade do mercado. Segundo a WFTO (2015), a certificação foi bem-sucedida a ponto de no período de um ano, o café rotulado apresentou quota de mercado de aproximadamente 3% e incentivou a criação de organizações de rotulagem, sem fins lucrativos, adentrando em supermercados de outros países, principalmente no continente europeu e na América do Norte.

A certificadora Max Havelaar passou a certificar com selo de qualidade homônimo, a partir de 1997, quando foi criada a própria organização de certificação Fair Trade, a *Fair Trade Labelling Organizations International* (FLO). É a organização “guarda-chuva”, ou seja, que abriga outras organizações, sem fins lucrativos, com sede in Bonn, Alemanha, com 23 organizações membras, do qual três são *Networks producers* (Redes de Produtores, em português) e as outras 20 são organizações nacionais Fair Trade.

As Redes de Produtores representam cerca de 1,6 milhões de produtores e trabalhadores em 75 países, sendo elas: *FairTrade Asia Pacific*, representando a região asiática e o pacífico; *Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de*

*Comercio Justo* (CLAC), representando a América Latina e Caribe; e *FairTrade Africa*, representando o continente africano e o Oriente Médio.

A FLO foi a primeira organização de suporte ao Fair Trade, estabelecendo a estrutura de certificação das organizações *fair trade* envolvidas, com base nas normas e procedimentos de outros sistemas existentes, como a certificação orgânica, por exemplo.

Segundo a WFTO (2015), desde as primeiras práticas comerciais do movimento Fair Trade foi possível perceber a necessidade de este formalizar-se cada vez mais: no âmbito de sensibilização e advocacia, foi criado em 1998 a FINE, junção do acrônimo das quatro organizações aqui citadas: FLO (FairTrade International), IFAT (WFTO), NEWS! e EFTA, que, reunidas se concentram em tratar questões comuns, desenvolver termos de referência para futura colaboração, instigando um comércio cada vez mais equitativo.

Anos depois, em 2004, é criada a FLO-Cert, uma organização independente vinculada à FLO com a responsabilidade específica de certificar e verificar as organizações *fair trade*, utilizando os padrões FairTrade para certificar o comércio de produção e auditar. A organização que decidir ter um produto e ser uma organização certificada deve cumprir uma série de exigências estabelecidas pela FLO. Os produtos que estiverem dentro dos padrões exigidos pela FLO recebem a certificação e o direito de utilizar o selo, conforme figura abaixo.



Figura 6: Fairtrade Labelling Organizations International

Fonte: FLOCERT (2016)

A organização que decidir ter um produto e/ou ser uma organização certificada deve cumprir uma série de padrões e exigências estabelecidos pela FLO e os produtos que estiverem dentro dos padrões exigidos pela FLO, recebem a certificação e o direito de utilizar o selo, conforme figura abaixo.



Figura 7: Selo FairTrade

Fonte: FLO (2016)

Segundo Pedini (2011, p.42), cabe a FLO definir quem participa ou não da organização de produtos certificados, em função da demanda de produtos a serem certificados. Assim, só será possível que uma organização de produtores faça parte do quadrante de organizações certificadas se houver demanda pelo produto a ser ofertado.

Da mesma forma, uma organização de compradores somente será certificada pela FLO se houver uma oferta compatível para a sua demanda. Isso ocorre para que a certificadora garanta o preço mínimo a ser praticado, a fim de evitar pressões de negociação entre compradores e fornecedores.

Paralelamente à criação do selo *FairTrade* para os produtos Fair Trade, a WFTO (até então IFAT), a fim de fortalecer e desenvolver um sistema de monitoramento para as organizações de comércio justo, lança a *World Fair Trade Organization Mark* ou *FTO Mark* (Marca FTO, em português) com o objetivo de passar credibilidade aos membros e dar-lhes visibilidade no mercado de certificação consciente, sem a necessidade de passar por um processo de certificação de terceiros, como a FLO.

Juntamente com a FLO e FLO-Cert, a WFTO prescreveu 10 princípios que organizações Fair Trade devem seguir diariamente e fiscalizar a efetivação desses pontos (WFTO, 2013). São eles:



Figura 8: 10 princípios do Fair Trade

Fonte: WFTO (2015)<sup>26</sup>

- 1- Oportunidade para agricultores em desvantagem economicamente desfavorecida: tem como objetivo reduzir a pobreza e desigualdade em relação aos pequenos produtores;
- 2- Transparência e responsabilidade: a organização e os organismos *fair trade* devem ser transparentes nas relações comerciais e sua gestão;
- 3- Práticas de comércio justo: as negociações comerciais realizadas deverão ser realizadas apenas se estas garantirem para os pequenos produtores bem-estar social, econômico e ambiental, não visando a maximização de lucro;
- 4- Pagamento de um preço justo: um preço acordado coletivamente entre os envolvidos no processo de comercialização, garantindo um pagamento justo aos produtores;
- 5- Proibido trabalho infantil e trabalho escravo: devem ser seguidas pelas organizações a legislação trabalhista nacional e internacional, os Direitos Humanos, da Criança e do Adolescente, a fim de não ocorrer trabalho (forçado) escravo;
- 6- Discriminação, equidade e liberdade de associação: a organização não discriminará seus funcionários; deve atuar pela igualdade de gênero e não obrigar a associação à sua organização, ocorrendo de forma livre por parte do produtor/a;
- 7- Boas condições de trabalho: tanto os funcionários da organização quanto produtores na lavoura devem se encontrar em um ambiente de trabalho seguro e saudável, de acordo com as leis nacionais e convenções sobre segurança e saúde no trabalho;
- 8- Capacitação: os pequenos produtores devem participar de atividades específicas para auxiliar o produtor a melhorar suas habilidades de gerenciamento, capacidade de produção e acesso aos mercados;

<sup>26</sup> Disponível em: <http://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade>. Acesso em 27 de agosto de 2016.

- 9- Promoção do Fair Trade: as organizações devem promover conscientização do Comércio Justo;
- 10- Proteção do meio ambiente: todo o processo de plantação, manuseio, colheita e exportação devem ser realizados visando à maneira mais sustentável para realizá-los.

Dessa forma, os princípios trazidos acima são as diretrizes que guiam o Fair Trade enquanto movimento e Certificação, garantindo aos consumidores a ciência de que estão adquirindo produtos que respeitem e asseguram direitos trabalhistas, ambientais e promovem a igualdade de gênero e o desenvolvimento do agricultor familiar.

### **1.3 Contexto do Fair Trade no Brasil**

O Fair Trade no Brasil apresentou suas primeiras iniciativas de atuação no início dos anos 2000, precisamente em 2001, a partir da iniciativa da FACES (Plataforma de Articulação do Comércio Justo e Solidário), após o 1º Seminário de Comércio Justo, em São Paulo, reunindo entidades públicas e privadas contextualizadas na promoção da produção de base solidária. (FACES, 2008).

Por muitos anos, o movimento Fair Trade no Brasil foi chamado de Comércio Ético e Solidário, e hoje se denomina Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SCJS,) segundo Decreto nº 7.358, de 17 de novembro de 2010, no qual se entende por Comércio Justo e Solidário como a “prática comercial diferenciada pautada nos valores de justiça social e solidariedade realizada pelos empreendimentos econômicos solidários” (BRASIL, 2010, p.2).

Entretanto, antes mesmo da atuação da FACES e do Decreto nº 7.358 entrar em vigor, os protagonistas deste movimento, os agricultores familiares, já demonstravam os primeiros passos para a criação deste movimento no Brasil, pois se reuniam em pequenos grupos, organizados em cooperativas desde os anos 1970.

O Fair Trade tem como prioridade o desenvolvimento do pequeno produtor, contudo, no Brasil, de acordo com Pedini (2011, p. 46), para você ser um produtor ou organização Fair Trade, uma das obrigadoriedades é, primeiramente, ser um agricultor familiar, e estar organizado junto à associações ou cooperativas para fortalecimento da rede de relações sociais.

Embora pareçam ter o mesmo significado, pequeno produtor e agricultor familiar, em tese, tem significados divergentes: de acordo com estudo realizado no âmbito de um convênio de cooperação técnica entre a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura

(FAO) e o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA), agricultura familiar é definida

(...) a partir de três características centrais: a) a gestão da unidade produtiva e os investimentos nela realizados são feitos por indivíduos que mantêm entre si laços de sangue ou casamento; b) a maior parte do trabalho é igualmente fornecida pelos membros da família; c) a propriedade dos meios de produção (embora nem sempre da terra) pertence à família e é em seu interior que se realiza sua transmissão em caso de falecimento ou aposentadoria dos responsáveis pela unidade produtiva (INCRA/FAO, 1996: 4).

A utilização do termo agricultura familiar surgiu no Brasil em meados da década de 1980 no contexto de redemocratização do país. Contudo, somente nos anos 1990 foi possível observar a inserção de políticas agrícolas e de reforma agrária de abrangência nacional, voltadas para a produção familiar, como a criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), que financia projetos individuais ou coletivos, capazes de gerar renda aos agricultores familiares e assentados da reforma agrária (MDA, 2016).

Dessa forma, se comparado a outros países e contextos em que o Comércio Justo se desenvolveu, é possível perceber que no Brasil o Comércio Justo ainda precisa de maior atenção e espaço para debate tanto no âmbito acadêmico, quanto no político.

Apesar das dificuldades, seja na demora legislativa e até mesmo de valorização acadêmica, o Comércio Justo vem demonstrando força. Em 2012, o Brasil foi o primeiro País da América Latina a ter uma cidade reconhecida como “cidade do Comércio Justo”, Poços de Caldas, Minas Gerais, e recentemente, a primeira capital da América Latina, Rio de Janeiro, durante a realização dos Jogos Olímpicos de 2016. Tal fato é importante, pois, o papel destas cidades são promover cada vez mais o Movimento do Comércio Justo e divulgar a marca FairTrade, e para tal, são realizadas diversas palestras e ações em conjunto com comerciantes, produtores e consumidores.

De acordo com a *FairTrade International* (2015), cerca de 260 mil sacas de café *fair trade* foram exportadas por agricultores familiares no Brasil, conforme as regras definidas pelo sistema. Houve um crescimento de 68,45% em relação a 2014, quando foram embarcadas 152,3 mil sacas de 60 quilos, e representa um crescimento de 21,25% em relação ao volume exportado em 2013, de 125,6 mil sacas, com o faturamento em 2014 alcançando US\$ 27 milhões.

Atualmente, existem 68 organismos FairTrade no Brasil, atuantes na produção de banana, café, açaí, mel, frutas secas e sucos, dentre os quais, 44 destes organismos são do setor cafeeiro. 29 destes, por sua vez, são organizações produtoras de café, conforme quadro (1) abaixo.

**Quadro 1: Organizações cafeeiras certificadas Fair Trade no Brasil**

<b>Nome</b>	<b>Localidade</b>	<b>Tipo do Café</b>	<b>Função</b>
APPCER - Associação dos Pequenos Produtores do Cerrado	Patrocínio/MG	Arábica	Produtor
APRMJ - Associação dos Produtores Rurais do Município de Jeriquara	Jeriquara/SP	Arábica	Produtor
APROCADOC - Associação dos Produtores de Café de Dois Córregos	Dois Córregos/SP	Arábica	Produtor
APROCEM - Associação dos produtores de Cafés Especiais do Sul de Minas	Poço Fundo/MG	Arábica	Produtor
APROD - Associação dos Cafeicultores de Montanha de Divinolândia	Divinolândia/SP	Arábica	Produtor
ASCARIVE - Associação dos Cafeicultores do Vale do Rio Verde	Mantiqueira/MG	Arábica	Produtor
Associação Agropecuária Barra Grande de Caconde	Caconde/SP	Arábica	Produtor
ACAPER - Associação dos Cafeicultores de Petúnia e Região	Nova Resende/MG	Arábica	Produtor
Associação dos Pequenos Produtores do Município do Campestre	Campestre/MG	Arábica	Produtor
Associação dos Produtores de Cafés Especiais de Cabo Verde – MG	Cabo Verde/MG	Arábica	Produtor
ASSOPRIFIN - Associação dos Produtores de Ouro Fino	Ouro Fino/MG	Arábica	Produtor
ASSPROCAFE - Associação dos Produtores Familiares da Pontinha e Região	Fama e Paraguaçu/MG	Arábica	Produtor
ASSODANTAS - Associação dos Agricultores Familiares do Córrego D'Antas	Poços de Caldas/MG	Arábica	Produtor
ASSOFE – Associação de Pequenos Agricultores Familiares de Palmeiral	Palmeiral/MG	Arábica	Produtor

COCENPP – Cooperativa dos Produtores de Cafés Certificados e Especiais do Norte Pioneiro	Abatia/PR	Arábica	Produtor
COOCAMINAS- Cooperativa dos Pequenos Cafeicultores de Poço Fundo	Poço Fundo/MG	Arábica	Produtor
COOPASV - Cooperativa dos Pequenos Agricultores de Santana Da Vargem – MG	Vargem Grande/MG	Arábica	Produtor
COOMAP - Cooperativa Mista Agropecuária de Paraguaçu	Paraguaçu/MG	Arábica	Produtor
COOPERCAFEM - Cooperativa dos Produtores de Café Especial Dos Martins	Varginha/MG	Arábica	Produtor
COOPERPRATA - Cooperativa Prata de Cafés Especiais	Pratania/SP	Arábica	Produtor
COOPERVITAE - Coop Agr dos Prod Org de Nova Resende e Região	Nova Resende/MG	Arábica	Produtor
COOPFAM- Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região	Poço Fundo/MG	Arábica	Produtor e
COORPOL - Coop. Regio. Indus. e Com. de Prod. Agric. do Povo que Luta	Manhaçu/MG	Arábica	Produtor
Dos Costas - Cooperativa dos produtores de Café Especial de Boa Esperança	Boa Esperança/MG	Arábica	Produtor
ACAFEG - Associação dos Cafeicultores dos Bairros Gabirobal e Gonçalves	Andradas/MG	Não especificado	Produtor
APAS - Associação de Produtores Rurais do Alto da Serra	São Gonçalo do Sapucaí/MG	Não especificado	Produtor
COOCAFE - Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Lajinha	Lajinha/MG	Não especificado	Produtor
CAFESUL- Coop. dos Cafeicultores do Sul do Estado do Espírito Santo	Muqui/ES	Robusta	Produtor
COORPOL - Coop. Regio. Indus. e Com. de Prod. Agric. do Povo que Luta	Manhuaçu/MG	Robusta	Produtor

Fonte: FLO-Cert (2016)<sup>27</sup>.

<sup>27</sup> Disponível em: <http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/fairtrade-customer-search/>. Acesso em: 02 de novembro de 2016.

Portanto, é possível observar que o café é o principal produto *FairTrade* certificado no País e com presença forte no estado de Minas Gerais. De maneira geral, o café é o principal produto no âmbito Fair Trade, visto que foi o primeiro produto agrícola a receber certificação *FairTrade*.

Assim, a fim de compreender mais a importância e peso desse produto para o Movimento Fair Trade, o próximo Capítulo foca na apresentação do produto, sua origem e contexto dele no Brasil e características de mercado, como também os tipos de Certificações em que ele pode estar inserido.

## CAPÍTULO 2 – CAFÉ

### 2.1 Origens

O café tem papel importante na economia mundial, por ser um dos mais valiosos produtos primários comercializados no mundo, em função do seu preço por quilograma. De acordo com a AICC - Associação Industrial e Comercial do Café de Portugal (2016), o café é a segunda bebida mais consumida do Planeta, apenas superada pela água e a segunda mais comercializada no mundo, só superada pelo petróleo.

O café, antes de ser uma bebida servida quente e tradicionalmente presente na mesa dos brasileiros e de grande parte do mundo, é um fruto que vem de uma planta da família das Rubiáceas e que possui duas variedades principais, o *Coffea arábica* (Arábica) e *Coffea canephora* (Robusta e Conillon). A planta da espécie arábica foi encontrada nos altiplanos da Etiópia, e possui como característica genética a presença de 44 cromossomos, o que a torna potencialmente uma planta com maiores requintes do que a *canephora*, que possui 22 cromossomos, nativa das planícies do Leste Africano.

Assim, segundo a AICC (2016), o café arábica é responsável por cerca de 70% da produção mundial de café e apresenta melhor crescimento em locais com temperaturas amenas (16° a 24°C), situados em regiões mais elevadas dos trópicos e subtropicais, entre 610 e 1829 metros acima do nível do mar. A da espécie robusta, por sua vez, é uma planta vigorosa e pode suportar temperaturas mais quentes, até 29°C (85°F), apesar de se desenvolver também em altitudes mais baixas em comparação com a espécie arábica. Os grãos do café tipo robusta são menores e mais redondos do que o arábica e produzem um café de sabor amargo com cerca de 50% mais cafeína.

Ainda de acordo com Neto (2010), os países produtores de café, todos considerados tropicais, estão localizados na faixa entre os Trópicos de Câncer e de Capricórnio, com as lavouras com plantas da espécie arábica geralmente em locais de maior altitude, principalmente quanto maior a proximidade com a linha do Equador, conforme percebemos na figura abaixo. As principais regiões produtoras podem ser agrupadas nos chamados Cinturões de Café: América do Sul e América Central, África e Ásia.

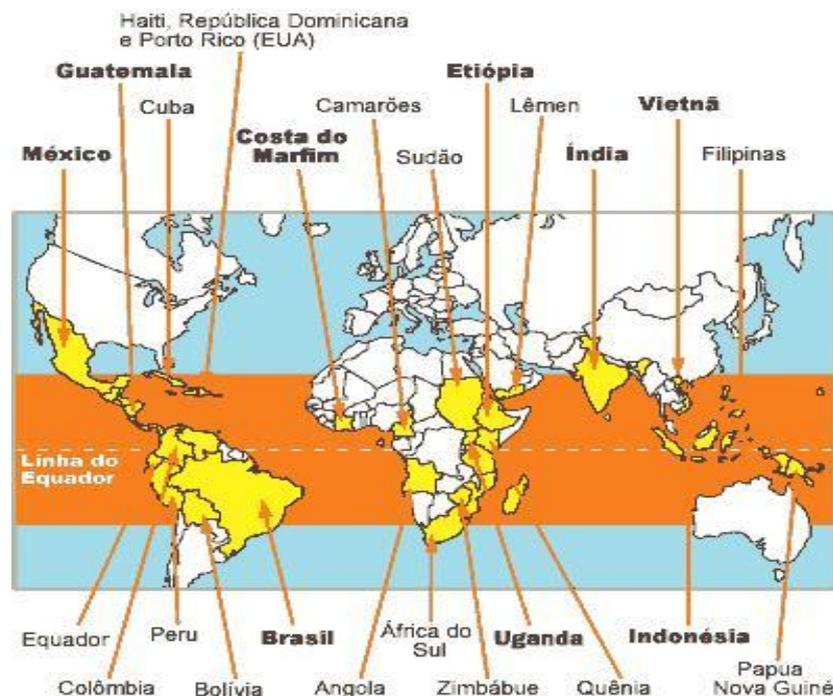


Figura 9: Distribuição geográfica do cultivo do Café

Fonte: AICC Portugal (2016)<sup>28</sup>

Apesar das diversas concepções de autores quanto a origem do café, a mais divulgada e primeira a fazer uma referência alusiva à planta, está registrada em manuscritos do Iêmen no ano de 575 (d. C.). Refere-se à lenda de Kaldi, um pastor de cabras que viveu em Kaffa, Absínia (hoje Etiópia), que ao observar suas cabras, “notou que elas ficavam alegres e saltitantes e que esta energia extra se evidenciava sempre que mastigavam os frutos de coloração amarelo-avermelhada dos arbustos existentes em alguns campos de pastoreio.” (NEVES, 1974, p. 52).

Contudo, o manuscrito tido como mais autêntico e que melhor explica a expansão do café pelo mundo foi escrito por Abd-el-Kader Hambali em 1957, em que diz que em meados do Século XV, na Arábia Feliz, o sheik Shéabeddin Dhabani, de Aden, em viagem à costa do Mar Vermelho conheceu a infusão do café e ficou maravilhado com as propriedades que jurou ter descoberto (MOREIRA, 2007). Ao retornar a seu País, levou consigo a bebida para os monges dos conventos, para que assim, conseguissem permanecer acordados para as incansáveis horas de leitura e estudo. Logo, o café foi levado para a Arábia e a difusão do café no mundo se deu rapidamente, com a expansão do Império Árabe a partir do Século XIII graças à unificação das tribos em torno do islamismo, fundado por Maomé. Principalmente no Século XV, com a ampliação do plantio próximo à Moca, principal porto da rota marítima

<sup>28</sup> Disponível em: <http://aicc.pt/origem/>. Acesso em: 20 de outubro de 2016.

para Meca, cidade tida como “também o centro do mundo” (idem), onde mercadores europeus buscavam especiarias.

Contudo, somente com o desenvolvimento da torrefação no Século XIV, na Pérsia, que o café passou a ser servido como conhecemos atualmente. Segundo a OIC (2016), os mercadores venezianos trouxeram o café para a Europa em 1615 e somente nos anos 20 do Século XVIII que o café começou a ser cultivado nas Américas.

Quando chegou ao Brasil, o café já tinha grande valor comercial devido ao crescente mercado consumidor europeu. Segundo Taunay (1939), o café chega ao Brasil por Belém em 1727, trazido da Guiana Francesa pelo Sargento-Mor Francisco de Mello Palheta da Coroa Portuguesa a pedido do governador do Maranhão e Grão Pará.

Em virtude das condições climáticas da região, o cultivo de café não se fixou no Norte da colônia e foi levado para outras regiões como Maranhão, Bahia, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná e Minas Gerais. Rapidamente o café passou de uma posição relativamente secundária para a de produto-base da economia brasileira e desenvolveu-se apenas com recursos nacionais, sendo, afinal, a primeira realização exclusivamente brasileira que visou a produção de riquezas (TAUNAY, 1939).

A cultura cafeeira no Brasil demorou a se expandir, em virtude da dependência econômica com a produção de minerais. Contudo, teve papel importantíssimo na construção política do nosso país, vide durante a política "café com leite" na República Velha (1889-1930).

A produção brasileira em escala comercial somente aconteceu no início do Século XIX e se fortificou mais nas décadas seguintes, quando o Brasil passou a exportar a sua produção, em virtude da grande procura do continente europeu e Estados Unidos por mercados consumidores.

## **2.2 Contexto Contemporâneo Nacional do Café**

A atividade cafeeira é fundamental tanto para a economia, como também para a política de muitos países em desenvolvimento. Segundo o SINDICAFÉ-MG (2016), para os países em desenvolvimento, a atividade cafeeira chega a corresponder até 70% das divisas dos países, o que em caso de eventuais crises e desafios no mercado de café, esses países podem vir a entrar em colapso.

A fim de lidar e enfrentar esses eventuais desafios, é criada a Organização Internacional do Café (OIC), principal organização intergovernamental no setor do café, que tem o Brasil

como membro juntamente a outros países exportadores e importadores, do qual se relacionam mediante cooperação internacional.

Esta cooperação é firmada dentro da OIC via o AIC – Acordo Internacional do Café, considerado instrumento para fortalecer o setor cafeeiro global, promoção da expansão sustentável no mercado, atuar na cooperação de assuntos cafeeiros dos países membros, membros estes que representam cerca de 97% da produção e 80% do consumo mundial. (EMBRAPA, 2015).

Apesar da característica de *commodity*, o café movimenta milhões de dólares e tem uma participação significativa na Balança Comercial Brasileira, como é possível observar no Quadro a seguir:

### Quadro 2: Exportações do Agronegócio Brasileiro

Ranking por valores - Volume em toneladas/ Receita em mil US\$

PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS	Jan a Dez/2015		Jan a Dez/2014		Var.% (a/b)
	US\$ MIL - (a)	Part. %	US\$ MIL - (b)	Part. %	
COMPLEXO SOJA	27.957.062	31,7%	31.403.497	32,5%	-11,0
CARNES	14.724.197	16,7%	17.429.297	18,0%	-15,5
COMPLEXO SUCROALCOOLEIRO	8.532.375	9,7%	10.366.872	10,7%	-17,7
PRODUTOS FLORESTAIS	10.333.743	11,7%	9.950.706	10,3%	3,8
<b>CAFÉS</b>	<b>6.158.740</b>	<b>7,0%</b>	<b>6.661.872</b>	<b>6,9%</b>	<b>-7,6</b>
<b>CAFÉ VERDE</b>	<b>5.555.415</b>	<b>6,3%</b>	<b>6.041.101</b>	<b>6,2%</b>	<b>-8,0</b>
<b>CAFÉ SOLÚVEL</b>	<b>556.404</b>	<b>0,6%</b>	<b>563.324</b>	<b>0,6%</b>	<b>-1,2</b>
<b>CAFÉ TORRADO &amp; MOÍDO</b>	<b>10.079</b>	<b>0,0%</b>	<b>11.603</b>	<b>0,0%</b>	<b>-13,1</b>
<b>OUTROS EXTRATOS, ESSENCIAIS, CONCENTRADOS</b>	<b>36.754</b>	<b>0,0%</b>	<b>45.830</b>	<b>0,0%</b>	<b>-19,8</b>
<b>CASCAS, PELÍCULAS DE CAFÉ E SUCEDANEOS</b>	<b>88</b>	<b>0,0%</b>	<b>15</b>	<b>0,0%</b>	<b>500,9</b>
CEREAIS, FARINHAS E PREPARAÇÕES	5.878.405	6,7%	4.641.435	4,8%	26,7
COURO, PRODUTOS DE COURO E PELETERIA	2.713.224	3,1%	34.490.009	35,6%	-92,1
FUMO E SEUS PRODUTOS	2.186.217	2,5%	2.501.868	2,6%	-12,6
SUCOS	2.050.442	2,3%	2.168.269	2,2%	-5,4
FIBRAS E PRODUTOS TÊXTEIS	1.776.262	2,0%	1.841.766	1,9%	-3,6
FRUTAS (INCLUI NOZES E CASTANHAS)	888.817	1,0%	841.296	0,9%	5,6
ANIMAIS VIVOS (EXCETO PESCADOS)	278.158	0,3%	742.199	0,8%	-62,5
CHÁ, MATE E ESPECIARIAS	480.905	0,5%	485.415	0,5%	-0,9
BEBIDAS	424.221	0,4%	428.043	0,4%	-0,9
LÁCTEOS	319.186	0,4%	345.407	0,4%	-7,6
CACAU E SEUS PRODUTOS	374.780	0,4%	337.424	0,3%	11,1
PESCADOS	220.162	0,2%	207.219	0,2%	6,2
DEMAIS PRODUTOS	2.927.222	3,3%	-28.094.713	-29,0%	-110,4
<b>TOTAL:</b>	<b>88.224.118</b>	<b>100,0%</b>	<b>96.747.881</b>	<b>100,0%</b>	<b>-8,8</b>

Fonte: ABIC (2015)<sup>29</sup>

<sup>29</sup> Disponível em: <http://www.abic.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=49#79>. Acesso em: 20 de outubro de 2016.

O Brasil, segundo ABIC (2015), é o maior produtor e exportador de café do mundo, como é possível verificar na tabela 3. Segundo boletim divulgado pela CONAB (2016), a área total de plantação de café, tanto *conillon* quanto arábica, corresponde a 2.200.080 hectares, 1,3 menor do que em 2015. Dos quais 270.164,1 (12,2%) estão no processo de formação, enquanto na produção esta área é bem maior, em torno de 1.949.915,9 hectares (87,8%). Desse total, 1.756.384,8 hectares, ou seja, 79,11% dessa área correspondem a lavouras de café do tipo arábica, do qual o Estado de Minas Gerais possui cerca de 1.184.196 hectares (67,42%) da área desse total. Já o tipo *conillon* predomina no estado do Espírito Santo, com cerca de 286.371 hectares.

Desse total, 1.756.384,8 hectares, ou seja, 79,11% dessa área correspondem a lavouras de café do tipo arábica, do qual o Estado de Minas Gerais possui cerca de 1.184.196 hectares (67,42%) da área desse total. Já o tipo *conillon* predomina no estado do Espírito Santo, com cerca de 286.371 hectares.

**Quadro 3: Produção Mundial - principais países produtores**  
(Volume em mil sacas de 60 Kg)

Países	2015		2014		2013		2012		2011		2010	
	Produção	Part. (%)										
*Brasil	43.200	30,13	45.346	31,97	49.152	33,49	50.826	34,44	43.484	31,84	48.095	35,99
Vietnam	27.500	19,18	27.500	19,39	27.500	18,74	25.000	16,94	26.500	19,40	20.000	14,97
Colômbia	13.500	9,41	12.500	8,81	12.124	8,26	9.927	6,73	7.652	5,60	8.523	6,38
Indonésia	11.000	7,67	9.000	6,34	11.667	7,95	13.048	8,84	7.288	5,34	9.129	6,83
Etiópia	6.400	4,46	6.625	4,67	6.527	4,45	6.233	4,22	6.798	4,98	7.500	5,61
Índia	5.800	4,04	5.517	3,89	5.075	3,46	4.977	3,37	4.921	3,60	4.728	3,54
Honduras	5.800	4,04	5.400	3,81	4.568	3,11	4.537	3,07	5.903	4,32	4.331	3,24
México	3.900	2,72	3.900	2,75	3.916	2,67	4.327	2,93	4.563	3,34	4.001	2,99
Uganda	4.800	3,35	3.800	2,68	3.602	2,45	3.878	2,63	3.075	2,25	3.223	2,41
Guatemala	3.400	2,37	3.500	2,47	3.159	2,15	3.743	2,54	3.840	2,81	3.950	2,96
Peru	3.200	2,23	3.400	2,40	4.338	2,96	4.453	3,02	5.373	3,93	4.069	3,04
Costa do Marfim	1.800	1,26	2.175	1,53	1.923	1,31	2.046	1,39	1.886	1,38	982	0,73
Nicaragua	2.000	1,39	2.000	1,41	2.017	1,37	1.890	1,28	2.193	1,61	1.634	1,22
Costa Rica	1.508	1,05	1.508	1,06	1.444	0,98	1.571	1,06	1.462	1,07	1.392	1,04
El Salvador	680	0,47	680	0,48	537	0,37	1.235	0,84	1.152	0,84	1.814	1,36
	134.488		132.851		137.549		137.691		126.090		123.371	
Outros países	8.912	6,21	8.999	6,34	9.196	6,27	9.871	6,69	10.493	7,68	10.260	7,68
TOTAL	143.400	100,00	141.850	100,00	146.745	100,00	147.562	100,00	136.583	100,00	133.631	100,00

Fonte: MAPA/SPAE/CONAB, OIC (2015)<sup>30</sup>

<sup>30</sup> Disponível em: <http://www.abic.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=48#2810>. Acesso em 20 de outubro de 2016.

Analisando os indicadores do desempenho da cafeicultura brasileira elaborados pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA), Secretaria de Produção e Agroenergia (SPAEE) e Departamento do Café (DCAF), disponível no site da ABIC, observamos que apesar de uma queda da produção brasileira no ano de 2015, se comparado ao ano de 2014, as exportações aumentaram consideravelmente, sendo a maior dos últimos 10 anos.

Contudo, de acordo com a pesquisa da Conab (2016), a produção brasileira deverá totalizar em torno de 49.640 mil sacas de café, das quais 41.285,8 mil sacas do tipo arábica, espera-se que seja de 14,8% do total de 43.235 mil sacas produzidas em 2015.

Em termos de consumo, o Brasil é o segundo maior consumidor de café do mundo, com aproximadamente 21 mi de sacas em 2015, com uma demanda interna em torno de 20 mi de sacas/ano, como pode ser verificado na tabela na página seguinte:

**Tabela 1: Indicadores do desempenho da cafeicultura brasileira (2006-2015)**

INDICADORES	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>1. Produção - Milhões/sc</b>	42,5	36,1	46	39,5	48,1	43,5	50,8	49,2	45,6	43,2 <sup>(1)</sup>
1.1. Área em produção - Milhões/sc	2,2	2,2	2,2	2,1	2,1	2,1	2	2	1,9	1,9
1.2. Produtividade sc/há	19,8	16,6	21,2	18,9	23,2	21,2	24,8	24,3	23,3	22,5
<b>2. Exportação - Verde, solúvel, extratos e torrado</b>										
2.1. Quantidade - Milhões/sc	28	28,4	29,7	30,5	33,5	33,6	28,7	32	36,7	37,1 <sup>(2)</sup>
2.2. Valor - Bilhões/US\$	3,4	3,9	4,8	4,3	5,8	8,7	6,5	5,3	6,7	6,2
2.3. Preço Médio - US\$/sc	120,23	137,03	160,2	140,38	172,11	259,83	224,9	164,81	181,35	165,92
<b>3. Consumo interno de café T&amp;M e Solúvel - Milhões/sc</b>	16,3	17,1	17,7	18,4	19,1	19,7	20,3	20,1	21	21 <sup>(3)</sup>
3.1. Consumo per capita - kg/habitante ano	5,3	5,5	5,6	5,8	6	6,1	6,2	6,4	6,4	6,2
<b>4. Estoques Públicos e Privados - Milhões/sc</b>	11,86	18,47	13,2	15,77	11,1	11,34	10,06	15,59	16,87	15,94 <sup>(4)</sup>
<b>5. Orçamento aprovado Funcafé - R\$ Milhões</b>	1.680	2.147	2.561	2.843	2.846	2.714	2.894	3.357	4.008	4.325
5.1. Financiamentos	1.579	2.026	2.441	2.673	2.673	2.539	2.734	3.180	3.825	4.137
5.2. Publicidade e Promoção dos Cafés do Brasil	5,5	13	13	15	15	14	8	2,5	4	4,5
5.3. Pesquisa Cafeeira	7,5	12	12	15,3	15,3	15	12	0	6,5	5,6
<b>6. Participação das exportações brasileiras de cafés em relação às exportações mundiais (em sc) (%)</b>	30,4	29,5	30,5	31,7	34,6	32,1	25,4	29,4	32,2	30,1 <sup>(5)</sup>
<b>7. Participação do Café nas exportações do agronegócio (em US\$) (%)</b>	6,8	6,6	6,6	6,6	7,5	9,2	6,7	5,3	6,9	7 <sup>(2)</sup>
<b>8. Preço do café tipo 6, bebida dura, recebidos pelos produtores, base CEPEA/ESALQ (R\$/sc)</b>	250,3	252,43	260,37	263,2	310,91	494,95	390,3	288,93	418,61	454,04 <sup>(2)</sup>

(1) Com base no 4º Levantamento de Safra da CONAB - Dez/15

(2) Jan a Dez/15

(3) Estimativa

(4) Estoques em 31/03/15 - Conab

(5) Safra 2015 - Participação Mundial

Fonte: DCAF - CONAB - ABIC - MDIC/SECEX - OIC - CEPEA/ESALQ/BM&F<sup>2</sup>

Disponível em: <http://www.abic.com.br/publico/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=52>. Acesso em 21 de outubro de 2016.

Em consumo, o País fica atrás somente dos Estados Unidos, que consomem em torno de 23 milhões sacas/ano, segundo dados da ABIC (2015). Espera que o mercado cafeeiro brasileiro se expanda e ultrapasse o mercado estadunidense, tanto no consumo de bebidas especiais quanto no que tange à produção de grãos diferenciados.

De acordo com a BSCA – Associação Brasileira de Cafés Especiais (2016), os grãos são especiais, pois possuem especificidades desde o plantio, região de cultivo, formas de manuseio, colheita e certificações, e são classificados em:

Café de origem certificada: a qualidade do grão é inerente à região onde é cultivada a planta. Por exemplo, o tipo arábica é o mais indicado para a região no sul de Minas Gerais em virtude das características do fruto de se desenvolver melhor em altitudes mais elevadas e temperaturas mais amenas; o que não é muito indicado para o cultivo na região do tipo *conillon*, por exemplo, pois é mais resistente à seca e adapta-se melhor a regiões mais quentes. Quanto maior a altitude (no caso, do tipo do café arábica), menor será a possibilidade e rapidez de fermentação, e, portanto, menor será a chance de ter uma bebida rio e/ou riado;<sup>31</sup>

Orgânico: seguindo regras da agricultura orgânica, cultivado sem aplicação de fertilizantes químicos ou agrotóxicos. Tem maior valor comercial por apresentar mais especificações qualitativas que agregam valor e força no mercado ao receber certificação;

*Gourmet*: café de alta qualidade, exclusivo, do qual adota o uso exclusivamente de grãos arábica, de peneira maior que 16<sup>32</sup> e com o mínimo ou nada de defeito, pois quanto mais defeitos<sup>33</sup>, pior será a qualidade da bebida.

Por fim, dentre os grãos especiais, a BSCA traz o café FairTrade em virtude dos impactos que a Certificação traz e agrega no âmbito em que está inserido, assim como o café orgânico.

As certificações, principalmente no Mercado de Café, trazem para o produto e para a empresa e produtor que o detêm um diferencial para a comercialização do produto.

---

<sup>31</sup> Bebida rio: café que apresenta sabor típico e acentuado de iodofórmio;

Bebida riada: café que apresenta leve sabor, típico de iodofórmio. (ABIC, 2009)

<sup>32</sup> Peneira acima de 16 no processo de peneiração prevalece os grãos maiores e tem uma uniformização maior na torra que garante um café de altíssima qualidade.

<sup>33</sup> Alterações indesejáveis encontrados no grão, dentre elas, podemos citar o grão brocado que é um grão danificado pela broca do café; grão esmagado; grão verde, colhido antes da hora, entre outros. (ABIC, 2009).

## 2.3 Certificações de Café

O processo de exportação de produtos agrícolas está cada vez mais rigoroso e exigente, seja no mercado nacional ou internacional. Dessa forma, a partir do momento em que o próprio mercado classifica os processos de certificação como obrigatórios para garantir a entrada dos pequenos produtores rurais no mercado global, a certificação acaba determinando alguns procedimentos da cadeia a ela submetida.

Segundo Pedini (2011,p.15), os diferentes tipos de certificação socioambiental na agricultura são sinais de que os movimentos sociais, notadamente aqueles originários dos consumidores, têm alcançado esse objetivo.

Sobretudo, o objetivo da certificação da produção e/ou de um produto visa garantir a procedência e respeito às normas de produção, tanto quanto as trabalhistas, ambientais. E em tempos de crises econômicas mundiais ou do próprio mercado cafeeiro, a certificação pode ser decisiva para recuperar as perdas e baixas de preço que por ventura obtiveram. Além disso, segundo o Café Point (2018), uma certificação pode agregar entre 3% a 10% na receita final do produto agrícola.

Na realização da pesquisa de campo foi observado a existência de uma padronização de certificações quando se trata do café. Sendo assim, apresentaremos brevemente as certificações mais comuns no setor cafeeiro, como a Certifica Minas, exclusiva em Minas Gerais; Orgânico; *Rain Forest Alliance*, *UTZ Certified* (UC) e por fim, a certificação *FairTrade*, estudada neste trabalho.

### **Certifica Minas**

A Certifica Minas Café (CMC) é um programa estruturador do governo de Minas Gerais, executado pelo Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA) e pela Emater-MG, com o objetivo de verificar se as propriedades produtoras cafeeiras mineiras estão em concordância com as exigências do comércio mundial.

Segundo a Emater/Mg (2016), a Certifica Minas permite a entrada competitiva da produção agropecuária mineira nos mercados, tanto nacional quanto internacional, a fim de superar as restrições zoofitosanitárias.

Se o produtor tiver interesse em se certificar deve procurar o escritório da Emater-Mg mais próximo do seu município, lembrando que deve ser pertencente ao estado de Minas Gerias, e incluir a propriedade no processo de certificação, que tem dentre as suas finalidades a

rastreabilidade do produto, custeamento e melhoria na qualidade, conquista de novos mercados e manejo adequado de solos.

### **Certificação Orgânica**

Dentre as certificações abordadas aqui, a certificação orgânica foi o primeiro tipo de certificação que ocorreu na cultura cafeeira brasileira, a partir de 1990. Esta certificação garante elementos que o consumidor valoriza e por isso o adquire, pois garante que a origem do produto, no caso o café, e a sua qualidade estejam em um patamar diferenciado.

Dentre as exigências por parte desta certificação está a não utilização, de nenhuma forma, de agrotóxicos e adubos químicos solúveis.

#### ***Rainforest Alliance Certified***

O selo *Rainforest Alliance Certified*<sup>TM</sup> foi desenvolvido pela Rede de Agricultura Sustentável (RAS). A RAS tem como objetivo definir práticas agrícolas corretas e que causem menos impacto à saúde dos consumidores. Segundo a IBD (2016) é composta por organizações internacionais conservacionistas e independentes.

A certificação é aplicada em fazendas de todos os tamanhos. Os produtores e empresas certificadas têm o direito ao uso do selo *Rainforest Alliance Certified*<sup>TM</sup> em seus produtos e materiais promocionais, o que possibilita diferenciação e acesso a novos mercados de exportação e dentro do mercado nacional.

#### ***UTZ Certified***

O objetivo desta certificação é proporcionar aos agricultores o aprendizado de melhores práticas agrícolas para o cultivo de produtos de melhor qualidade, gerar mais rendimento, criar melhores oportunidades e, ao mesmo tempo, cuidar do meio ambiente e dos recursos naturais do planeta.

Segundo a UTZ (2015), mais de 500.000 produtores se beneficiam do programa UTZ em 37 países, possuindo 125.000 hectares de café certificados no Brasil.

Foi observado na pesquisa *in loco* e com o discurso de produtores sobre os tipos de certificação, que de maneira geral, as certificações ambientais exigem do produtor ou empresa o cumprimento de requisitos básicos, como: práticas como coleta seletiva; diminuição no uso de agrotóxicos; melhores condições de trabalho e moradia, entre outras.

Portanto, é perceptível que embora com características diferenciadas, todas as certificações sejam elas de caráter ambiental ou de qualidade têm uma origem comum: a exigência estabelecida pelo mercado consumidor, em função da garantia de uma melhor qualidade intrínseca ou extrínseca do produto.

### **Certificação FairTrade**

A criação da FLO-Cert e unificação dos processos de certificação foi essencial para a estruturação do Comércio Justo e principalmente, para a maior eficiência no sistema de certificação e visibilidade às empresas, governos e União Europeia. (FERREIRA<sup>34</sup>, 2003, p.82)

A FLO cria e avalia as normas internacionais do Movimento *Fair Trade* que cabe a importadores, exportadores e produtores cumprirem. Também é responsabilidade da FLO decidir os preços de acordo com o produto e, para tal, produtores e parceiros comerciais são consultados para determinar os preços mínimos que podem ser adotados, de forma a oferecer maior bem-estar para os agricultores.

O *FairTrade* vem se expandido, apesar das crises de café, conquistando uma fatia de mercado muito forte, como por exemplo, 53% das bananas vendidas nos supermercados da Suíça e 22% do pó de café comercializado no Reino Unido.

Segundo a FLO-Cert (2016), mais de 27.000 produtos com o selo *FairTrade* são vendidos em mais de 115 países. Há 19 iniciativas de rotulagem atuantes na Europa, América do Norte, Japão e Oceania.

Para conseguir a certificação, a FLO desenvolve e avalia as normas do movimento. O cumprimento da normatização por parte de todos os envolvidos no processo cabe ao órgão local da FLO, a BRFAIR – Associação das Organizações de produtores *FairTrade* do Brasil, por exemplo, como representação nacional. Função também delegada a grupos de produtores certificados, como a CLAC. A CLAC – Coordenadora Latino-Americana e do Caribe de Pequenos Produtores e Trabalhadores do Comércio Justo no país é uma rede de produtores que representa todas as organizações certificadas *FairTrade* na América Latina e no Caribe. Tem a missão de defender e promover os interesses, o desenvolvimento e o empoderamento de seus membros associados e de suas comunidades.

---

<sup>34</sup> Victor Ferreira, ex-diretor geral da Max Havelaar França entre 1998-2007, uma das 17 organizações-membro da FairTrade Labelling Organisations (FLO).

Contudo, cabe a FLO-Cert, ou seja, a representação internacional, inspecionar os produtores e comerciantes para verificar o cumprimento dos critérios *FairTrade*. Sendo, dentro dos rótulos éticos, a única organização de certificação com ISSO 65, tida como a mais importante norma internacional às empresas de certificação de produtos agropecuários.

É relevante destacar as principais diferenças e características únicas desta certificação para com as outras: o *FairTrade Minimum Price*, o preço mínimo, e o *FairTrade Premium*, o prêmio.

O preço mínimo é decidido pela *FairTrade Standards and Pricing Unit*, que determina o preço mínimo pago aos seus produtores, a partir de consultas feitas a agricultores e parceiros comerciais. Este preço mínimo varia de acordo com cada produto. Trata-se de uma quantia pré-estabelecida em que caso os preços de mercado fiquem abaixo de um nível aceitável, busca cobrir os custos médios da produção mais ética e sustentável. Contudo, quando o valor de mercado do produto é maior que o do *Fair Trade*, o comprador deverá pagar a mais por esse preço, embora possa ocorrer negociação entre o produtor e comerciante. (WFTO, 2015).

O *FairTrade Premium*, por sua vez, é a bonificação destinada a investimentos em projetos sociais, econômicos e/ou ambientais, advinda de fundos adicionais acima do preço de compra. Esses fundos são destinados para a sociedade local para a saúde e/ou educação, como também melhorias de instalações e produção das associações e cooperativas certificadas.

O processo para ser um comerciante, produtor ou empresa *FairTrade*, de acordo com a FLO-Cert (2016), é composto de:

1º passo - Candidatura: preencher os dados no site<sup>35</sup> da FLO aguardando o retorno da mesma com o formulário de aplicação, com o pagamento de uma única taxa de candidatura não reembolsável. Esta taxa é independente da função comercial (produtor, comerciante, exportador) do número de produtos para que a candidatura seja feita e por causa da configuração da estrutura<sup>36</sup> além das regras e requisitos exigidos pela FLO para se certificar;

2º passo – Auditoria: após a aplicação e retorno da FLO, em até 30 dias será possível saber se terá continuação o processo de certificação. Após isso, pode ocorrer do produtor receber uma PTT (*Permission To Trade*), "permissão para comércio", caso não se identifiquem problemas na primeira auditoria; já para os comerciantes é possível emitir uma permissão

---

<sup>35</sup> Apply for FairTrade certification. Disponível em: <http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/apply-for-fairtrade-certification/>. Acesso em: 12 de janeiro de 2017.

<sup>36</sup> Estimativa da taxa. Disponível em: <http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/fees/>. Acesso em: 12 de janeiro de 2017.

temporária antes da primeira auditoria, a fim de antecipar a entrada de organizações no Sistema *FairTrade*.

As auditorias variam em comprimento e complexidade, dependendo do tamanho e da estrutura da sua organização e do número de produtos que deseja certificar. Nossos auditores geralmente são baseados em seu próprio país ou região e estão familiarizados com as línguas, culturas e sistemas jurídicos locais.<sup>37</sup> (FLO-Cert, 2016, tradução nossa).

O tempo varia de auditoria, podendo ser curto ou longo, dependendo de encontros e visitas do auditor nas fazendas, do *checklist*<sup>38</sup>, como também da conferência financeira e análise das documentações;

3º passo – Análise e avaliação: após a(s) auditoria(s), o auditor analisa e apresenta as notas recebidas. Caso não esteja de acordo com os padrões *FairTrade*, é possível realizar correções neste passo;

4º passo – Certificação: uma vez que não haja correções a serem feitas, a certificação é aprovada;

5º passo – Acompanhamento: após a certificação inicial, existe um ciclo de certificação de 3 anos, no qual são realizadas auditorias de supervisão e de renovação. Há a possibilidade de organizações serem classificadas como "organizações de alto risco", em virtude da alta complexidade ou alto volume comercial, e mais auditorias podem ser realizadas, sendo que elas podem ser planejadas ou sem aviso prévio.

Os critérios<sup>39</sup> exigidos pela FLO-CERT são os seguintes:

- Critérios de Conformidade Públicos – Core (C), são critérios básicos relacionados com os princípios de *FairTrade*, como por exemplo, no Brasil, ser um agricultor familiar para receber a certificação.
- Critérios de Conformidade Maiores – Majora (M), são critérios maiores, relacionados aos princípios-chave no *FairTrade*, que pode significar um grande risco caso não sejam cumpridos.

---

<sup>37</sup> The audits themselves vary in length and complexity, depending on the size and structure of your organization, and the number of products you want to certify. Our auditors are usually based in your own country or region and are familiar with local languages, cultures and legal systems.

<sup>38</sup> Modelo de checklist nos Anexos 1 e 2 deste trabalho.

<sup>39</sup> Lista pública de critérios de conformidade para pequenos produtores. Disponível em: <http://www.flocert.net/wp-content/uploads/2014/02/PC-PublicComplianceCriteria-SPO-ED-7.14-pt.pdf>. Acesso em: 13 de janeiro de 2017.

- Critérios de Conformidade de Desenvolvimento – Requisitos de Desenvolvimento (D) referem-se à melhoria contínua das organizações certificadas.

Por fim, apesar da obrigatoriedade do cumprimento dos critérios e princípios do Fair Trade supracitados, há uma variação para cada organização que deseja se certificar, devido às características do país, região, e do próprio Sistema *Fair Trade*.

## CAPÍTULO 3 - ESTUDOS DE CASO

Segundo José Filho (2006, p.64) “o ato de pesquisar traz em si a necessidade do diálogo com a realidade a qual se pretende investigar e com o diferente, um diálogo dotado de crítica, canalizador de momentos criativos”.

A fim de compreender o funcionamento e estrutura dos organismos certificados no Brasil e os consequentes impactos da certificação *FairTrade*, foram realizadas entrevistas com gestores de cooperativas, selecionadas como o objeto de estudo deste trabalho.

Fez-se necessária a pesquisa *in loco* em Setembro de 2016 na cidade de Guaxupé em Minas Gerais, em função do foco da grande produção de café numa grande Cooperativa não certificada *FairTrade*, proporcionando reconhecer e diferenciar o modelo de produção e volume entre uma Cooperativa certificada *FairTrade* e de uma Cooperativa não detentora da certificação. Também, em virtude da necessidade de aprendizado sobre o processo de colheita, preparo manejo de terra, entre outros procedimentos, do café.

Em seguida, a viagem se estendeu para a cidade de Nova Resende para conhecer e coletar dados e relatos do primeiro caso de cooperativa cafeeira certificada *FairTrade* estudada nesta pesquisa, a COOPERVITAE. Posteriormente, a outra cooperativa abordada foi a COOPFAM, na cidade de Poço Fundo, também no estado mineiro, apresentadas a seguir.

### 3.1 – COOPERVITAE

Localizada na cidade de Nova Resende, a COOPERVITAE – Cooperativa Agropecuária dos Produtos Orgânicos de Nova Resende e Região Ltda. foi a primeira cooperativa a ser visitada na pesquisa de campo, com entrevista e informações cedidas pelo diretor Danilo Fernandes.

De acordo com ele, surge em 1998 como uma associação, a Agronor, composta por um grupo de 28 produtores, que tinha como base a agricultura orgânica. No ano posterior, recebe seu primeiro certificado como produtor orgânico pela AAO – Associação de Agricultura Orgânica. Em 2001, a Associação Agronor passa para a estrutura de cooperativa. A COOPERVITAE, desde então, só trabalha com a certificação *FairTrade*.

A decisão de se tornar uma cooperativa se deu para facilitar os trâmites de comercialização e burocracia, pois, como tinham interesse em exportar seus produtos, uma associação não detinha os meios de realizá-lo. A associação não pode comercializar já a cooperativa pode. A cooperativa consegue aglomerar tudo e intermediar o negócio. Muda-se

razão social e diretoria, pois é necessário haver um tesoureiro para cuidar da parte financeira, segundo o diretor da COOPERVITAE.

O papel da cooperativa para os seus cooperados é, principalmente, a capacitação dos cooperados em manejo sustentável e conservação do solo, e promoção de treinamentos com parceiros/estagiários, a fim de incentivar melhoria da qualidade do café.

### 3.1.1 O Fair Trade na COOPERVITAE

Durante a pesquisa *in loco* ficou evidente o entendimento individual de cada um sobre o significado do Movimento do Comércio Justo, em função do impacto que ele causa na vida dos envolvidos.

O diretor da cooperativa entrevistado, Fernandes (2016), define *Fair Trade* como “uma certificação que foi criada por consumidores dos países desenvolvidos com interesses na procedência e forma de manejo dos produtos agrícolas”. A certificação é voltada, predominantemente, para a agricultura familiar e que respeitam as regras de preservação ambiental, direitos trabalhistas, além de agregação de valor e qualidade. Assim, cria-se essa certificação para se ter uma ligação direta com o consumidor, trazendo uma maior rentabilidade e sustentabilidade para o agricultor familiar.

O primeiro contato com o comércio justo aconteceu apenas em 2006, quando a cooperativa foi convidada pelo professor Sérgio Pedini<sup>40</sup> para participar do seminário na Escola Agrícola de Machado (MG). Neste período, a COOPFAM estava iniciando no Movimento Fair Trade, e se encontravam com o processo de certificação avançado. Segundo o entrevistado, a partir daí surgiu a ideia de também trabalhar com o *Fair Trade*, que já vinha trabalhando com orgânicos. Viram no *FairTrade* a possibilidade de mais uma certificação. Fernandes (2016) afirma que, para a cooperativa, esta certificação é chamada de “Certificação Chapéu”, no qual todos os cooperados da COOPERVITAE, automaticamente, se tornam produtores certificados *FairTrade*.

Não sem antes passar por critérios de avaliação, que acontece internamente no Departamento de Certificação da cooperativa, no qual o produtor apresenta a intenção de

---

<sup>40</sup> Sérgio Pedini, ex-reitor do IFSul Minas, é engenheiro agrônomo, mestre em administração rural e doutorando em administração pela Universidade Federal de Lavras, muito reconhecido na área de estudos sobre Comércio Justo, devido a sua experiência de atuação no apoio à agricultura familiar e à agroecologia. Atualmente, é professor do IFSul de Minas, cargo que exerce desde 1999.

afiliação. Após isso, cabe ao Departamento da Cooperativa fazer um *check list* dos critérios que o *FairTrade* exige para verificar se esse produtor se enquadra ou não no perfil do *Fair Trade*.

Art. 4º. Para associar-se, o interessado será entrevistado pelo Conselho Diretor e preencherá a respectiva proposta, fornecida pela Cooperativa, devidamente assinada, bem como a declaração de que optou livremente por associar-se, conforme as normas regimentais e estatutárias da Cooperativa, bem como observar a legislação cooperativista vigente. (COOPERVITAE, 2015)

O tempo desse processo pode variar, em virtude da entrega de documentação e agendamento de visitas do Departamento de Certificação na propriedade do agricultor familiar para repassar o *check list*. Concluído o relatório e o produtor apto, automaticamente, ele se torna um produtor *FairTrade*, podendo a próxima safra produzida ser comercializada como produto certificado, conforme aponta o artigo 3º do Estatuto da Cooperativa:

Art. 3º A Cooperativa admitirá como associados, pessoas físicas e, excepcionalmente, pessoas jurídicas, com interesse na produção e comercialização de produtos agrícolas, em especial o café, devidamente certificados como orgânicos, convencional e/ou Fair Trade, produzidos em imóveis sem impedimentos legais, forem admitidos como tais e que concordem com as suas normas estatutárias e regimentais, não praticando atos que possam prejudicar ou colidir com os interesses e objetivos da entidade. (COOPERVITAE, 2015)

A fim de entender os impactos e o papel da Certificação para a cooperativa e, conseqüentemente, o agricultor familiar cooperado, Fernandes (2016) utiliza como exemplo a cotação da saca do café em Nova York do dia em que a entrevista foi realizada para exemplificar em termos monetários a interação Certificadora-Cooperativa: "hoje<sup>41</sup> na Cotação de Nova York a saca é de 455,00 reais, e receberia por prêmio, por saca, R\$ 78,00 reais a mais." Esse valor é repassado ao produtor através de benefícios e melhorias, como por exemplo, construção de fossas sépticas, que são orientadas pelos técnicos do SEBRAE, inspetores da EMATER e técnicos do IFSul de Minas – Campus Muzambinho.

---

<sup>41</sup> A data da coleta das informações aconteceu no dia 06 de setembro de 2016.

Além disso, um detalhe está presente na sacaria<sup>42</sup>: o café, quando exportado, possui numeração específica na saca que permite que o comprador rastreie e saiba exatamente a procedência de produção do café.

### 3.1.2 – O Processo de Certificação

Apesar de não ser membro da cooperativa na época, Fernandes afirma que a antiga diretoria alegou que o processo de certificação não foi prolongado, durando em torno de um ano.

A respeito da adaptação da cooperativa após aderir ao certificado *FairTrade*, o diretor informa que não houve mudança imediata: "não teve praticamente nenhuma, porque ela já veio de uma ideologia de trabalhar com o agricultor familiar, sendo esse o ponto-base do *Fair Trade*" (FERNANDES, 2016).

Os maiores desafios encontrados pela cooperativa, afirma o entrevistado, foram os demais critérios que precisavam ser cumpridos, como a preservação do meio ambiente e a rastreabilidade do produto.

A COOPERVITAE faz o *check list* e inspeciona os cooperados, seguindo os mais de 300 critérios Fair Trade. Para facilitar o trabalho, a cooperativa possui um sistema de controle interno, do qual é realizada a inspeção dos produtores uma vez por ano. O diretor da cooperativa acrescenta que "vai depender muito do critério, pois existem vários tipos de critérios dentro do Fair Trade": de não conformidades menores, médias e graves.

(...) dependendo da não conformidade que o produtor tiver, por exemplo, ele está usando um produto proibido na lavoura. Isso é uma não conformidade gravíssima. A gente constatando isso, o produtor fica proibido de comercializar café até que ele solucione aquele problema. E, quando são não conformidades "mais leves", vamos dizer a própria FLO e também a cooperativa dão um prazo para o produtor regularizar; ele regularizando, continua movimentando com a cooperativa. (FERNANDES, 2016)

Um ganho da cooperativa é expresso no número de cooperados. Em 2006 possuía 56 cooperados e atualmente conta com 380 cooperados, sendo 225 membros ativos. Esses cooperados têm um diferencial no mercado, em relação ao preço do café. Por exemplo, com o

---

<sup>42</sup> Sacaria: Sacos para armazenamento do café, segundo POINT (2007). Disponível em: <https://www.cafepoint.com.br/radares-tecnicos/poscolheita/armazenamento-de-cafe-preservacao-da-qualidade-que-vem-do-campo-34893n.aspx>. Acesso em 20 de janeiro de 2017.

mercado de hoje, girando em torno de 15 a 20 reais por saca mais o valor do prêmio, a cooperativa consegue agregar mais valor para o produtor, porque arca com as despesas (frete até o porto, preparo do café, etc.) com estes recursos.

O prêmio é por saca de café. Além do valor da venda, há um prêmio de 20 centavos de dólar por libra-peso, que, convertendo-o em reais, estaria por volta de 86 reais. Logo, além do preço do café exportado, obtém-se 86 reais, em média; o valor varia de acordo com o dólar. Esse dinheiro vai para a cooperativa, para arcar com as despesas da certificação e de seu espaço físico. Outra parte deste prêmio, de acordo com Fernandes (2016), é investida nos produtores, em forma de capacitações, cursos de gerenciamento, administração agrícola, que demonstra ser o que mais tem obtido resultados, auxiliando o produtor a compreender o quanto o seu produto está custando e por quanto ele pode vender para que obtenha lucro.

Importante destacar que os cooperados que estão inativos não participam da divisão deste prêmio, pois além das diretrizes que devem seguir para ser um cooperado ativo da COOPERVITAE, ele também precisa seguir o Estatuto da Cooperativa. O membro será inativado, caso

Mantiver qualquer atividade que conflite com o objeto social da Cooperativa; deixar de cumprir as obrigações por ele contratadas na Cooperativa; deixar de realizar com a Cooperativa as operações que constituem seu objeto social, por prazo superior a um (1) ano; divulgar informações relevantes, sigilosas ou inverídicas sobre a cooperativa que possa prejudicá-la nas suas atividades e negócios sociais. (COOPERVITAE, 2015, ART.12§1)

Um cooperado é inativo, pois não movimentou produtiva e financeiramente com a cooperativa, e perdeu a rastreabilidade desta. Poderá retornar à cooperativa, contudo, refazendo todo o processo de inspeção.

Os produtores *fair trade* da cooperativa se inserem na concepção de agricultor familiar, aquele que produz sem o uso de mão-de-obra contratada, não possui funcionários. Entretanto, Fernandes afirma que o *FairTrade* aceita a regra estabelecida no país de origem, ou seja, produtor familiar no Brasil é aquele que consegue retirar a carta de aptidão ao PRONAF, a DAP. A DAP é voltada para quem produz até quatro módulos fiscais, equivalente a 100 hectares, não necessariamente de café.

O diretor da cooperativa afirma que o café no Brasil ainda é visto como "quantidade e não qualidade". Os compradores de países desenvolvidos vão buscar primeiro o produto na Etiópia, Colômbia, Guatemala, não conseguindo, todavia, alcançar o volume necessário para

consumo, e então se voltam ao Brasil. "(...) o fato de essas dificuldades dos impostos, das taxas que são cobradas serem muito mais caras, a gente não consegue vender o café com um valor agregado que poderia; porque tem esses trâmites no meio do caminho que dificultam" (FERNANDES, 2016).

Os maiores compradores do café "verde" *FairTrade* da COOPERVITAE são os Estados Unidos, a Itália e o Canadá, pois no mercado interno a venda de café fair trade da cooperativa é nula.

**Tabela 2: Exportações totais (anual) da COOPERVITAE no período de 2010-2016**

Exportações Totais	
Ano	Volume <sup>43</sup> (saca de 60kg)
2010	2560
2011	2880
2012-	3200
2013	3840
2014	3200
2015	3840
2016	3200

Fonte: Autoria própria com dados cedidos pela COOPERVITAE (2016)

Do volume montante que a cooperativa recebe por safra, em torno de 7 mil sacas de café por ano, 60% é comercializado no comércio justo. A qualidade dessas 7 mil sacas se aproxima de 80%. "Mas não o café na forma que o produtor traz, a gente não consegue exportar daquela forma, então precisa (...) tirar os defeitos da catação e isso dá uma quebra de, em torno, uns 20%. Então, do total do volume, de 55 a 60%, é possível vender isso como Fair Trade, exportar; e 40% fica no mercado interno" (FERNANDES, 2016).

O entrevistado, então, apresenta o tipo de café padrão, seu tamanho, peneira, para "fechar um container" e exportar:

De "duro" para cima, que é o café padrão de exportação. Se ele for melhor que "duro", agrega mais valor em cima da qualidade dele. O café "duro" é um café normal, é o padrão. Todos os provadores vão provar esse café: "esse café dele é muito duro", (...) agrupa todos os lotes dos produtores, para fazer o volume de um container, (...) geralmente precisa de 420 a 450 sacas de café. "Bica corrida", que é a da forma que o produtor trouxe da lavoura e o produtor traz

<sup>43</sup> A COOPERVITAE forneceu o volume referente ao total dos três países que a cooperativa exporta, Itália, Estados Unidos e Canadá.

para ser preparado e fazer 320 sacas, em um padrão aí de peneira 14 acima, ou 15 acima, que seria a quantidade de um container para exportação. (FERNANDES, 2016)

Certas especificações do tamanho do café se dão, pois a procura no mercado externo é bastante exigente e buscam por frutos de café graúdos e em sua forma “verde” para que a finalidade do produto seja dada pelas empresas importadoras.

### **3.1.3 - Perspectivas futuras**

A criação da Associação Brasileira de Comércio Justo (ABCJ) aponta que o fair trade está sendo mais promovido no país. Nas Olimpíadas havia, inclusive, um estande “Fair Trade do Brasil”. Vários eventos estão considerando a concepção de comércio justo.

Acredito que essas iniciativas estão dando certo e estão começando a fazer com que o povo brasileiro conheça o que é um café Fair Trade, o que é um “café Comércio Justo”. Então, o maior consumidor de café do mundo é o Brasil, é o maior produtor, mas também é o maior consumidor. Se essa concepção começar a ganhar gosto pelos consumidores, vai facilitar muito. Deixaríamos de exportar parte do café, e vai começar a vender no próprio mercado interno, mas é um negócio novo, então está crescendo, devagarzinho. (...) já estamos percebendo que, em um futuro próximo, vai se tornar realidade de ter um volume grande de consumo de “café Comércio Justo” no Brasil. (FERNANDES, 2016)

Fernandes acrescenta que o nicho de cafés especiais no Brasil ainda é muito pequeno, independentemente de ser Fair Trade ou não. Ou seja, o consumo de café de boa qualidade no Brasil é baixo. Ambas as tarefas terão que ser conquistadas juntas: o consumidor aprender a tomar um café de qualidade, e conhecer as responsabilidades que um café certificado fair trade possui para com a produção e venda de produtos.

Por fim, verifica-se que a existência do recebimento do preço mínimo de garantia faz, também, com que o produtor fique mais satisfeito com a cooperativa.

Depois que a cooperativa se tornou exportadora, ela tem uma aproximação direta com o cliente, ela sabe por quanto o café dela está chegando nos Estados Unidos, no Canadá, o quanto é gasto no meio do caminho, e o quanto vai chegar

no produtor. Isso pesou muito na balança comercial, financeira do produtor. E mais esse prêmio. (FERNANDES, 2016)

Portanto, observamos que a certificação trouxe a garantia para o agricultor familiar de ter a sua produção vendida e restituído a ele a valoração que o permita ter um bem-estar social digno e também, uma garantia, para a cooperativa manter seus gastos com os processos aduaneiros, independente do momento e do que aconteça com o mercado cafeeiro.

## 3.2 COOPFAM

A COOPFAM - Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo se localiza na cidade de Poço Fundo, no sul de Minas Gerais e é a primeira a ser certificada *FairTrade* no ramo do café no Brasil.

Sua história começa em 1980 quando pequenos produtores começaram a se reunir. 11 anos depois, foi fundada a Associação de Pequenos Produtores de Poço Fundo e Região, que viria a se tornar a COOPFAM em 2003.

Em 1998, a então Associação consegue a certificação *FairTrade*. Segundo Silva, gerente geral da cooperativa, em entrevista cedida para este trabalho em 2016, após a certificação, a Associação desenvolvia a intenção de trabalhar com exportação de café. Contudo, como citado anteriormente, associações não podem emitir notas, e foi necessária uma reestruturação na instituição. Em 2003, a Associação já organizada e com bom volume de produção adquirido, transforma-se em cooperativa, que cuidaria essencialmente da área comercial dos produtos.

### 3.2.1 Fair Trade na Cooperativa

Após a organização estrutural em cooperativa, era necessário identificar o consumidor a ser atendido e os produtos em evidência no mercado nacional e internacional. Entre eles, o produto orgânico e do comércio justo.

Para atender ao novo mercado, Silva relata que não foram necessárias muitas mudanças, pois o perfil da COOPFAM já estava dentro dos critérios necessários para obtenção do Selo *FairTrade*. Ainda segundo o entrevistado, os produtores não conheciam o Movimento Fair Trade, e o mesmo foi apresentado pelo professor Sérgio Pedini, citado anteriormente, com a intenção de valorização do produto, sem contar, entretanto, com um setor definido para atuar.

Na região se trabalhava mais com subsistência, produzindo-se arroz, feijão, milho e fumo, sendo este último o carro-chefe de produção. Logo, a Associação precisou definir o setor de atuação e se decidiu pelo café, que, todavia ainda não possuía um mercado diferenciado.

Segundo o diretor da COOPFAM, eram vários os questionamentos sobre a definição do setor cafeeiro, pois como a associação era de pequenos produtores, temia produzir e não gerar renda. O professor Pedini apresentou a Certificação *FairTrade* como o meio da Associação ter valorização do produto e dos produtores. E, assim, com a certificação e o valor do prêmio investido na organização de projetos para os cooperados, “ajudou demais a qualidade de vida de todos os produtores que estavam na época.” (SILVA, 2016).

O *FairTrade* foi o primeiro certificado da COOPFAM, e a partir disso outros acabaram sendo adquiridos, como o certificado de orgânicos, por exemplo, pela ONG Sapucaí.

A partir do momento em que se certificaram pelo *FairTrade*, afirma o entrevistado, surgiu o mercado, pois,

até então a forma de como trabalhar com café *FairTrade* e entendimento sobre o mercado fair trade não existia na cooperativa. Visto que a Associação já tinha interesse comercial e quando se tornou cooperativa começou a exportar, começou a surgir uma procura de interesse comercial (...) (SILVA, 2016).

Para tanto, a certificação proporcionou conhecimento sobre o mercado Fair Trade e, por conseguinte, trouxe consigo consumidores e empresas interessadas em obter café do tipo arábica certificado *Fairtrade*, inserindo a Cooperativa no mercado externo.

### **3.2.2 O Processo de Certificação**

Não foi preciso muito investimento na implantação da certificação na COOPFAM, pois fez parte de um projeto acadêmico que facilitou e cuidou de todos os trâmites para a sua realização. Este projeto era do professor Sérgio Pedini, já supracitado, da Escola Agrotécnica, em Machado (MG).

Atualmente, este processo e seu controle é feito pelo Departamento de Certificação dentro da cooperativa, além dos inspetores de campo, os quais, ao menos uma vez por ano, visitam todas as propriedades certificadas, e verificam se estão seguindo os critérios *FairTrade*. Nestas visitas, fazem a aplicação do *checklist*, analisam como estão os procedimentos, estabelecendo um prazo para o produtor caso haja alguma pendência, e depois retornam à propriedade para verificar se ela está adequada às conformidades.

Atualmente, a cooperativa conta com 439 cooperados, exclusivamente de agricultores familiares com o SIPAF - Selo de Identificação da Participação da Agricultura Familiar, que além de valorizar e reconhecer o agricultor familiar identifica os produtos da sua composição.

O cooperado da COOPFAM pode ter o *status* de produtor inativo na cooperativa, de acordo com seu Regimento Interno, se

(..) não entregar o café a cooperativa por duas safras consecutivas e deixar de cumprir com os dispositivos constantes no art.10 do Estatuto Social das normas estabelecidas nesse Regimento Interno. (COOPFAM, 2016, ART.9§2)

Ele também pode ficar inativo caso não esteja adequado aos critérios do *Fair Trade* hoje, como, por exemplo, o uso de agrotóxicos proibidos: "Gramocil", "2 4-D" (ácido diclorofenoxiacético), entre outros.

Na COOPFAM pode haver a suspensão ou inativação do produtor por, pelo menos, dois a três anos.

Art. 10º - Tipos de Suspensão:

I – Suspensão Leve: O produtor ficará suspenso de comercializar e participar dos benefícios oferecidos pela COOPFAM por um período de 60 dias; II – Suspensão Média: O produtor ficará suspenso de comercializar e participar dos benefícios oferecidos pela COOPFAM por um período de um ano; III – Suspensão Grave: O produtor ficará suspenso de comercializar e participar dos benefícios oferecidos pela COOPFAM por um período de dois anos. (COOPFAM, 2016)

Dentro dos critérios do *FairTrade*, observa-se a preocupação com a preservação de nascentes, matas ciliares e APPs (Áreas de Preservação Permanente), questões de erosão e manejo de esgoto. É um tópico muito citado nas entrevistas.

A COOPFAM, de acordo com Silva, além de fiscalizar os seus cooperados, também passa por auditorias, pelo menos uma por ano, realizada pela FLO-Cert.

A certificação também proporcionou um aumento na quantidade de cooperados, assim como na COOPERVITAE. O entrevistado frisa o retorno positivo dos agricultores para com a entrada no mercado externo, pois além de receberem as novidades do mercado cafeeiro, agregou-se valor à sua produção.

Na COOPFAM são realizados diversos cursos de capacitação sobre agrotóxicos, manejo integrado de pragas e doenças, conservação de solo e água, qualidade de cafés, colheita, pós-colheita, manejo de mato, e ainda treinamentos voltados às mudanças climáticas.

As mudanças após a obtenção da certificação foram significativas, principalmente para a balança comercial da cooperativa. De acordo com o seu diretor, o café antes era vendido no mercado local e não se via valorização do preço, sendo um preço comum de mercado; ao se tornarem certificados e conseguirem atingir o mercado externo contribuíram com um aumento na produção e, conseqüentemente, das exportações. A cooperativa cuida de toda tramitação para a exportação e outra empresa, a Dínamo Armazéns, é responsável pela armazenagem e rebenefício do café, que o classifica e o padroniza para garantir melhoras em suas características sensoriais.

O café exportado é o café arábica, tipo comum na região, do tipo "verde" (cru), em grão, e internamente vende-se ele torrado e moído ou torrado e em grão. A demanda da COOPFAM é maior para a exportação, do qual cerca de 80% da produção é enviada para fora do país. O café é exportado para os Estados Unidos, Reino Unido, Austrália, Japão, Itália, Suécia, Holanda e Irlanda.

Assim como na COOPERVITAE, os Estados Unidos são os maiores importadores do café *FairTrade* da cooperativa. Contudo, hoje ela exporta uma quantidade maior para o Reino Unido, devido a mudanças de sedes de algumas empresas do continente americano à Europa, como o caso da *Tchibo Coffee International Ltda.*: embora o processamento do café seja realizado no Reino Unido, o produto volta para a comercialização nos Estados Unidos, conforme tabela abaixo:

**Tabela 3: Exportações por destino (anual) da COOPFAM no período de 2010-2016**

País de Destino	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017 <sup>(3)</sup>
Estados Unidos	2.880	4.160	3.840	4.140	3.840	870	640
Nova Zelândia	0	640	960	320	0	0	0
Reino Unido	1.600	0	1.665	1.333	1.320	7.386	1.987
Japão	300	300	250	200	300	300	250
Itália	320	1.280	320	320	320	300	320
Austrália	0	320	0	960	640	640	0
Alemanha	0	0	0	440	640	1.340	7.200
Holanda	960	1.260	0	0	0	320	640
Suíça	320	120	0	0	0	0	0
Bélgica	0	320	0	0	0	0	250
Irlanda	0	0	0	0	0	320	320

Fonte: Autoria própria com dados cedidos pela COOPFAM (2016)

É possível também verificar impactos positivos na COOPFAM, que se expandiu mesmo em épocas de crise, como o ano de 2012 para o setor cafeeiro.

O entrevistado acrescenta que na última safra 2015/2016 foram exportadas 34 mil sacas, sendo 4 mil para o mercado interno. Estes são, então, industrializados e vão em sua maioria para cafeterias, nos estados do Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Santa Catarina e São Paulo.

Silva reafirma o compromisso da cooperativa em apoiar projetos que incentivem e defendam a diversidade. Um exemplo é o projeto social da COOPFAM com a integração de gêneros, no qual mulheres organizadas em busca de independência são as protagonistas de todo o processo de produção. Este grupo é denominado MOBI – Mulheres Organizadas Buscando Independência, linha produzida exclusivamente por mulheres. O diretor relata que a MOBI tem um nicho de mercado, do qual a empresa que exporta esse café é a OPTCO (*Organic Products Trading Company*), que compra o café por ser um “café feminino”.

### 3.2.3. Perspectivas futuras

Quando questionado sobre o que espera para o comércio justo daqui para frente, Silva afirma que acredita numa expansão do Movimento, tanto no mercado externo, quanto no mercado interno. O *FairTrade* tem uma tendência de crescimento e existe hoje uma procura de grandes organizações em busca dessa certificação e grandes cooperativas para poder exportar e atender o mercado externo.

Esta questão da expansão do comércio justo foi altamente abordada durante as visitas e o contato com pequenos produtores certificados. É uma visão positiva, que, contudo, também gera preocupação para as pequenas organizações. Ainda acrescenta que "se as grandes organizações entrarem no sistema Fair Trade, talvez fique difícil para as pequenas organizações a competitividade, em volume, em demanda de produtos" (SILVA, 2016).

Quanto ao consumidor interno, acredita-se que este é acostumado ao café encontrado nas gôndolas do supermercado:

É um café que é uma mistura, um “blend” que eles fazem do café que fica no mercado interno, que não é café de primeira qualidade. Então, hoje o pessoal ainda tem essa dificuldade de conhecer um café de qualidade, um café diferenciado; e, também, pagar um valor que tem um produto desses, porque a gente encontra cafés no mercado baratos, e quando a gente vai comprar um café com uma qualidade melhor, o preço dele também é maior. (SILVA, 2016)

Contudo, o consumidor brasileiro está começando a adquirir produtos com mais qualidade do que quantidade como também priorizando a obtenção de produtos com características produtivas mais sustentáveis, ressaltando os direitos trabalhistas e sociais através de um preço justo sobre esses produtos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao realizarmos este trabalho, ficou evidente uma lacuna na produção acadêmica voltada aos estudos do Comércio Justo, seja no Brasil ou internacionalmente. Contudo, foi verificado que modificações estão em processo e que, aos poucos, o tema vem ganhando mais espaço dentro da Academia. Digo isto para realçar a dificuldade que o âmbito universitário tem em se abrir a novos temas e atualizá-los, acompanhando o desenvolvimento das novas demandas de pesquisas e o quanto a autocrítica se faz necessária.

A viagem *in loco* realizada como parte do processo de construção deste trabalho proporcionou ampliação de conhecimentos e perspectivas sobre o Movimento *Fair Trade* e sobre um importantíssimo produto que movimenta milhões de reais na balança comercial brasileira, e que deixa resquícios na construção da História política do País.

O Movimento do Comércio Justo, desde a sua criação, desejou se inserir no mercado internacional, possibilitando a pequenos agricultores exportarem seus produtos. É importante ressaltar que comércio justo não diz respeito a ações de caridade.

No presente trabalho, o Comércio Justo foi abordado como movimento contra hegemônico, que, na função de fortalecer grupos de pessoas prejudicadas pela ordem econômica vigente, se reúnem e lutam por algo em que acreditam e que seja passível de realização.

Diante disto, as cooperativas e associações mostraram-se instrumentos fundamentais dentro do Movimento *Fair Trade*, pois permitem que produtores reunidos de forma democrática consigam agrupar o volume necessário para exportação de suas produções, além de saber que o lucro de suas vendas não foi retido por atravessadores. As cooperativas também são relevantes por motivos práticos de inserção no sistema: seria muito difícil para um produtor, sozinho, que produz 100, 200 sacas de café, competir em um mercado em que um grande produtor produz 10, 15 mil sacas, por exemplo.

As certificações, então, surgem como exigência para produtos agrícolas, em virtude da demanda de consumidores mais conscientes sobre a origem dos produtos que consomem, possibilitando valorizar mais o trabalho de pequenos agricultores.

O que difere cooperativas, associações e certificações tradicionais do *Fair Trade* do sistema econômico em vigência, além do respeito e cuidado com o meio ambiente e a proibição e proteção contra o trabalho escravo, é a valorização do pequeno produtor, representada pela segurança do preço mínimo e pelas capacitações voltadas a estes agricultores.

Portanto, é possível concluir que o que difere neste processo de certificação estudado é o *status* atribuído ao produtor. A Certificação *FairTrade* é voltada exclusivamente para

agricultores familiares: no caso do Brasil, detentores de até 4 blocos fiscais (100 hectares de terra). Caso o produtor ultrapasse este limite, perde a certificação por ir contra as diretrizes do *FairTrade*.

Observamos também que o comércio justo, além de pensar na sustentabilidade, valoriza a rentabilidade dos agricultores familiares, como ficou evidente na fala dos entrevistados. A comercialização de café *FairTrade* proporcionou melhorias na vida dos produtores e de suas famílias, criando relações diretas entre cooperativas e compradores e proporcionando acesso ao crédito, auxílio técnico e tecnológico do setor em que atuam.

Desta forma, concluímos que os impactos da Certificação *FairTrade* para os pequenos produtores foram positivos até o momento desta publicação. A inserção no Sistema Internacional transformou a forma dos agricultores conduzirem a lavoura, principalmente na diminuição drástica no uso de agrotóxicos, fazendo o manejo do mato roçado sem o uso de pesticidas e respeitando os biomas de suas terras.

As cooperativas em si também tiveram saldos positivos após a certificação, como aumento no número de cooperados, que ajudam a fortalecer mais a instituição e a divulgar mais o seu nome no mercado cafeeiro mundial, como verificado nas tabelas disponibilizadas, apresentando o crescimento de ambas as cooperativas analisadas.

Portanto, observamos o empoderamento de agricultores familiares via cooperativismo, em que, produtores unidos conseguem alcançar o mercado internacional. O empoderamento também atinge a perspectiva de gênero, no qual mulheres em busca de independência financeira começam a atuar tanto na lavoura, quanto na comercialização de suas produções. Esta é uma questão delicada, já que foi verificado de forma alarmante a presença produtiva de mais de 90% masculina: nas lavouras, na secagem, no administrativo, em todos os ambientes em que seria possível a atuação significativa de mulheres. Ou seja, a Certificação *FairTrade* também possibilitou independência financeira e segurança para os agricultores familiares sozinhos ou reunidos como cooperativa, independentemente de gênero em seu processo de desenvolvimento.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRAS DE CAFÉS ESPECIAIS. **Grãos especiais refinam o ‘cafezinho’**. Disponível em: [www.bsca.com.br](http://www.bsca.com.br). Acesso em: 14 de janeiro de 2017.

BEDIN, Gilmar Antônio. **A Sociedade Internacional e o Século XXI**. Ijuí: Ed. UNIJUÍ, 2001.

BRASIL. **Decreto nº 7.358**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/decreto/d7358.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7358.htm). Acesso em: 01 de agosto de 2016.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Tradução de Klauss Brandini Gerhard. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHANG, H J. . Disponível em:

[https://vk.com/doc259733856\\_437697661?hash=ac4d2884b15a5552af&dl=2da3f054e30aad6271](https://vk.com/doc259733856_437697661?hash=ac4d2884b15a5552af&dl=2da3f054e30aad6271). Acesso em: 01 de outubro de 2016.

COMITÊ ECONÔMICO E SOCIAL EUROPEU. **Parecer do Comité Económico e Social Europeu sobre o tema Alimentos provenientes do comércio justo: Auto-regulação ou legislação?**. Bruxelas, 2009. Disponível em: <http://doczz.com.br/doc/744968/com%C3%A9rcio-justo>. Acesso em: 07 de agosto de 2016.

CONNCT AMERICAS. **O que é a Certificação Fairtrade e como ela é obtida?**. Disponível em: <https://connectamericas.com/pt/content/o-que-%C3%A9-certifica%C3%A7%C3%A3o-fairtrade-e-como-ela-%C3%A9-obtida#>. Acesso em: 17 de janeiro de 2017.

COOPERVITAE. **Estatuto da Cooperativa**. Nova Resende, 2015, p.29.

COX, Robert W. **Gramsci, Hegemonia e Relações Internacionais: Um ensaio sobre o método** In: Gill, Stephen (org) Gramsci, materialismo histórico e relações internacionais, Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 2007, p. 113.

\_\_\_\_\_. “Theory Social Forces, States and World Orders: Beyond International Relations Theory. **Millenium: Journal of International Studies**, London, Vol. 10, n. 2, 1981. pp. 126-155. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/03058298810100020501>. Acesso em: 04 de outubro de 2016.

\_\_\_\_\_. **Approaches to World Order**. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

FACES DO BRASIL. **Comércio Justo no Brasil**. Disponível em:

<http://www.facesdobrasil.org.br/comercio-justo-no-brasil.html>. Acesso em: 27 de junho de 2016.

FAIR TRADE INTERNACIONAL. **Advocay and Position Papers**. Disponível em:

<http://www.fairtrade.net/resources/position-papers.html>. Acesso em: 23 de julho de 2016.

\_\_\_\_\_. **Glossary**. Disponível em:

[https://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/about\\_fairtrade/2011-06-28\\_fairtrade-glossary\\_WFTO-FLO-FLOCERT.pdf](https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/about_fairtrade/2011-06-28_fairtrade-glossary_WFTO-FLO-FLOCERT.pdf). Acesso em:

\_\_\_\_\_. **Fair Trade Customer Search**. Disponível em: <http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/fairtrade-customer-search/>. Acesso em 02 de novembro de 2016.

\_\_\_\_\_. **Certification**. Disponível em: <http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/apply-for-fairtrade-certification/>. Acesso em: 12 de janeiro de 2017.

\_\_\_\_\_. **Taxes of services**. Disponível em: <http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/fees/>. Acesso em: 13 de janeiro de 2017.

\_\_\_\_\_. **Lista pública de critérios de Conformidades – Organizações de pequenos produtores**. Disponível em: <http://www.flocert.net/wp-content/uploads/2014/02/PC-PublicComplianceCriteria-SPO-ED-7.14-pt.pdf>. Acesso em: 14 de janeiro de 2017.

FERNANDES, Danilo. Entrevista concedida a Eveline Teles Maduro. Nova Resende, 06 de setembro de 2016.

GILPIN, Robert. (2002), **Economia Política das Relações Internacionais**. Brasília, Editora da UnB.

GONSALVES, E. P. Conversas sobre iniciação à pesquisa científica. Campinas, SP: Alínea, 2001.

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

JAKOBSEN.K. **Comércio Internacional e Desenvolvimento - Do Gatt à OMC - discurso e prática**. São Paulo. Editora Fundação Perseu Abramo. 2005. p.114.

KEANE, John. **Global Civil Society?**. Cambridge: Cambridge University Press, 2003, p. 11

KEOHANE, Robert; NYE, Joseph. **Power and Interdependence**. 2a ed. Harper-Collins Publishers, 1989, p. 31.

KUNZ, M. **Fair Trade: how does it relate to other attempts to improve working conditions in the global economy?**. Wiesbaden: World University, 1999.

MARTINS, Ana Luíza. **Elixir do mundo moderno: fruto exótico em sua origem africana, o café se tornou um produto cobiçado, sinônimo de luxo e elegância**. Revista de História da Biblioteca Nacional, Rio de Janeiro, a. 5, n. 57, p. 20-23, jun. 2010.

MARTINS, Ana Luiza. **Historia do Café**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

MELUCCI, Alberto. **A invenção do presente: movimentos sociais nas sociedades complexas**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MORGENTHAU, Hans. **A Política entre as Nações**. Brasília: UnB, 2003.

NOVA DÉLI: o trabalho mais completo sobre o Terceiro Mundo. Correio da Manhã- Econômico Rio de Janeiro, 5º caderno, 1968. Disponível em: [http://memoria.bn.br/DocReader/089842\\_07/89285](http://memoria.bn.br/DocReader/089842_07/89285). Acesso em: 14 de outubro de 2016.

OLIVEIRA, Odete Maria de. **A era da globalização e a emergente cidadania mundial**. In: DAL RI JÚNIOR, Arno; OLIVEIRA, Odete Maria de. Cidadania e nacionalidade: efeitos e perspectivas nacionais, regionais, globais. 2.ed. Ijuí: Ed. Unijui, 2004, p.464-544.

OXFAM. **About us**. Disponível em: <http://www.oxfam.org.uk/what-we-do/about-us>. Acesso: 14 de outubro de 2016.

PEDINI, Sérgio. **Fair Trade: alternativa ao mercado convencional de café e processos de empoderamento de cafeicultores familiares**. 2011. Tese (Doutorado). Universidade Federal de Lavras, Programa de Pós Graduação em Administração, área de concentração em Organizações, Gestão e Sociedade. Lavras, MG, 2011, p. 174.

POINT, Café. **Armazenamento de café: preservação da qualidade quem vem do campo**. 2007. Disponível em: <https://www.cafepoint.com.br/radares-tecnicos/poscolheita/armazenamento-de-cafe-preservacao-da-qualidade-que-vem-do-campo-34893n.aspx>. Acesso em: 20 de janeiro de 2017.

\_\_\_\_\_. **Certificação e Qualidade: certificação de cafés sustentáveis**. 2008. Disponível em: <https://www.cafepoint.com.br/radares-tecnicos/certificacao-e-qualidade/certificacao-de-cafes-sustentaveis-43079n.aspx>. Acesso em: 20 de janeiro de 2017.

RAYNOLDS, L. T.; WILKINSON, J. Fair trade in the agriculture and food sector. In: RAYNOLDS, L. T.; MURRAY, D.; WILKINSON, J. (Ed.). *Fair trade: the challenges of transforming globalization*. London: Routledge, 2008. p. 33-47

RENGGER, Nick; HOFFMAN, Mark. "**Modernity, postmodernism and international relations**," in Joe Doherty, Elsepeth Graham and Mo Malek (eds.), *Postmodernis and the social sciences*. London: Macmillan, 1992. pp. 127-147.

SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). **A globalização e as ciências sociais**. 3. Ed. São Paulo: Cortez, 2005.

SANTOS, Milton. **Por uma outra Globalização: Do pensamento único à consciência universal** / Milton Santos. - Rio de Janeiro: Record, 2000.

SCHNEIDER, J. **Relatório da pesquisa mundial de comércio justo: parte 1 e 2**. Brasília: SEBRAE, 2012.

SCS GLOBAL SERVICES. **Certificação de Comércio Justo**. Disponível em: <https://www.scsglobalservices.com/pt-br/certificacao-de-comercio-justo>. Acesso em: 01 de agosto de 2016.

SERRY. **About us**. 2016. Disponível em: <http://www.serrv.org/category/about-us>. Acesso em: 14 de outubro de 2016.

SILVA, Daniel. Entrevista concedida a Eveline Teles Maduro. Poço Fundo, 08 de setembro de 2016.

STELZER, Joana; GOMES, Rosemary (Org.). **Comércio justo e solidário no Brasil e na América Latina**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, 2016. 412 p.

STRANGE, Susan. **States and Markets**. London and New York: Pinter, 1988.

\_\_\_\_\_. **The Limits of Politics**: in Schapiro, Leonardo, *Government and Opposition*. London: School of Economics and Political Science, 1995, vol. 30, p. 291–311. Disponível em:

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1477-7053.1995.tb00129.x/full>. Acessado em: 12 de janeiro de 2017.

\_\_\_\_\_. **The Retreat of the State** – The diffusion of Power in the World Economy. New York: Cambridge University Press, 1996.

TAUNAY, A. de E. História do café no Brasil: no Brasil Imperial: 1822-1872. Rio de Janeiro: Departamento Nacional do Café, 1939.

UNCTAD. Actas de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre COMERCIO Y DESARROLLO. Disponível em: [http://unctad.org/es/Docs/td97vol1\\_sp.pdf](http://unctad.org/es/Docs/td97vol1_sp.pdf). Acesso em: 14 de outubro de 2016.

UTZ. Certification. Disponível em: <https://utz.org/what-we-offer/certification>. Acesso em 14 de janeiro de 2017.

VIEIRA, L. **Cidadania e globalização**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

VILLAGES. **Annual Reports**. 2014. Disponível em: [http://www.tenthousandvillages.com/media/wysiwyg/downloads/Annual\\_Report\\_2014-15.pdf](http://www.tenthousandvillages.com/media/wysiwyg/downloads/Annual_Report_2014-15.pdf)  
Acesso: 04 de julho de 2016.

WFTO. **10 principles Fair Trade**. Disponível em: <http://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade>. Acesso em 27 de agosto de 2016.

\_\_\_\_\_. **History of WFTO**. Disponível em: <http://wfto.com/about-us/history-wfto>. Acesso em: 26 de agosto de 2016.

\_\_\_\_\_. **About us**. Disponível em: <http://www.serrv.org/category/about-us>. Acesso em: 26 de agosto de 2016.

\_\_\_\_\_. **Definition of Fair trade**. Disponível em: <http://www.wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade>. Acesso em 26 de agosto de 2016.

\_\_\_\_\_. **Annual Reports**. Disponível em: <http://wfto.com/sites/default/files/WFTO%202015%20Annual%20Report.pdf>. Acesso em: 01 de setembro de 2016.

WILKINSON, J. **Fair Trade**: Dynamic and Dilemmas of a Market Oriented Global Social Movement. Journal of Consumer Policy, 30(3), pp. 219-239.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A: TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E DEPOIMENTOS



#### TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E DEPOIMENTOS

Eu \_\_\_\_\_, CPF \_\_\_\_\_, RG \_\_\_\_\_,

depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos, riscos e benefícios da pesquisa, bem como de estar ciente da necessidade do uso de minha imagem e/ou depoimento, especificados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), AUTORIZO, através do presente termo, a acadêmica de Relações Internacionais **Eveline Teles Maduro** da pesquisa de Monografia intitulada **Certificação Fair Trade nas Cooperativas Cafeiras do Sul de Minas Gerais**, a realizar as fotos, vídeos que se façam necessárias e/ou a colher meu depoimento sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes.

Ao mesmo tempo, libero a utilização destas fotos (seus respectivos negativos), vídeos e/ou depoimentos para fins científicos e de estudos (livros, artigos, slides e transparências), em favor da pesquisa, acima especificada, obedecendo ao que está previsto nas Leis que resguardam os direitos das crianças e adolescentes (Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, Lei N.º 8.069/ 1990), dos idosos (Estatuto do Idoso, Lei N.º 10.741/2003) e das pessoas com deficiência (Decreto N.º 3.298/1999, alterado pelo Decreto N.º 5.296/2004).

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2016

\_\_\_\_\_  
Pesquisador responsável pelo projeto

\_\_\_\_\_  
Sujeito da Pesquisa

## **APÊNDICE B – ENTREVISTA PARA COLETA DE INFORMAÇÕES DIRECIONADA AOS AGRICULTORES FAMILIARES COOPERADOS À COOPERVITAE.**

Perguntas realizadas para os produtores cooperados da COOPERVITAE

A entrevista foi realizada via troca de mensagens pelo telefone celular, mediante autorização da Cooperativa e dos produtores.

Entrevistado 1 - 33 anos, da cidade de Nova Resende, Minas Gérias;

Entrevistado 2 - 27 anos, da cidade de Nova Resende, Minas Gerais.

1) Desde quando você trabalha com a produção de café? Desde quando é um cooperado da Coopervitae e porque decidiu se cooperar?

2) Quando se tornou um cooperado você sabia o que era o Comércio Justo, já tinha ouvido falar sobre isso? E a Coopervitae já era uma cooperativa certificadora Fair Trade?

3) Pra você o que é o Comércio Justo e quais são as suas diretrizes para obter certificação Fair Trade?

4) Como foi a sua resposta frente a proposta da certificação Fair trade da Coopervitae? Você estava aberto a modificar sua forma de produção para atender as diretrizes do Comércio Justo?

5) Houve grandes modificações e investimentos que você precisou fazer? Se sim, quais foram?

6) Ganhos obtidos ao ser um Cooperado Fair Trade? Houve aumento da produção? Pra você há muitas perdas ao ser um cooperado de uma Cooperativa Fair trade?

7) Na sua opinião, qual o papel das capacitações que ocorrem graças ao prêmio que recebem do Comércio Justo?

8) Por fim, quais as suas perspectivas para o cultivo do café no Brasil? E quais as perspectivas para o Comércio Justo no Brasil? Você acredita que há espaço e demanda no mercado e se é um movimento de comércio promissor?

9) O que falta para o Comércio Justo (Fair Trade) tomar uma importância na agricultura brasileira como ocorre em outros países?

## ANEXOS

## ANEXO A – CHECK LIST DE CAMPO - CRITÉRIOS FAIR TRADE PARA ORGANIZAÇÃO DE PEQUENOS PRODUTORES.

### CHECK LIST DE CAMPO - CRITÉRIOS FAIRTRADE PARA ORGANIZAÇÃO DE PEQUENOS PRODUTORES

Legenda: B - Critérios Básicos M - Critérios Maiores D - Critérios de Desenvolvimento ✓ - Cumprido ✗ - Não cumprido

REQUISITO FAIRTRADE	ANO	B/M/D	✓	✗	COMENTÁRIOS
<b>1. Requisitos Gerais</b>					
<b>1.1 - Certificação</b>					
1.1.1	A organização de pequenos produtores dispõe de um contrato de operador válido com a FLO-CERT	0	M		
1.1.1	Você deve aceitar auditorias em suas dependências e em dependências subcontratadas e fornecer informações ao órgão de certificação, quando estas forem requeridas	0	M		
1.1.2	Você deve apontar uma pessoa como contato para todos os assuntos de certificação. Esta pessoa deve manter o órgão de certificação informado sobre detalhes de contatos e informações importantes	0	B		
1.1.2	Todas as não conformidades da auditoria anterior foram corrigidas	1	M		
1.1.2	Você só pode vender produtos Fairtrade se tiver um certificado válido ou possuir uma autorização comercial de FLO-CERT, válida	1	M		
<b>1.2 - Membros pequenos produtores</b>					
1.2.1	Ao menos 50% dos membros da organização são pequenos produtores	0	M		
1.2.1	Todos os meeiros que produzem o mesmo produto que o proprietário da terra são convidados a se filiarem na cooperativa/associação e cumprir os critérios de produção da FT	0	B		
1.2.1	Todos os meeiros possuem contratos escritos e aprovados no sindicato local, de acordo com a lei	0	B		
1.2.2	Ao menos a metade do volume que a sua organização vende por ano é produzida por pequenos produtores	0	M		
<b>2. Comércio</b>					
<b>2.1 - Rastreabilidade</b>					
2.1.1	Apenas os produtos de membros são vendidos como Fairtrade. Produtos de membros e não membros são separados fisicamente	0	M		
2.1.2	Há uma descrição escrita de fluxo do produto dos membros ao comprador	0	B		
2.1.3	Mantém registros dos produtos fornecidos por membros - nome do membro individual, data da compra, volume e preço recebido pelo membro	0	B		
2.1.4	Produtos vendidos como Fairtrade são identificados em documentos - notas, faturas, dentre outros.	0	B		
2.1.5	Mantém registro de todas as vendas Fairtrade. Os registros devem indicar o nome, volume vendido, nome do comprador e ID FLO, data e devem estar vinculados aos documentos de venda	0	B		
2.1.6	Se você processar produtos do Comércio Justo, deve manter registros de processamento (volumes) - antes e depois do processamento	0	B		
2.1.7	Se você vender um produto de Comércio Justo, você deve identificá-lo como de "Comércio Justo" (na embalagem e na documentação) e deve separá-lo dos produtos "Não Fairtrade"	0	B		
<b>2.2 - Origem</b>					
2.2.1	Produtores recentemente certificados podem vender produto estocado por 1 ano como Fairtrade	0	B		
<b>2.3 - Contratos</b>					
2.3.1	Não assinar novos contratos quando você ou seu comprador estiverem suspensos da certificação	0	M		
2.3.2	Se você for descertificado, deve parar a venda de produtos Fairtrade imediatamente após a descertificação	0	B		
2.3.3	Novos preços Fairtrade devem ser válidos em novos contratos (contratos antigos, cumprir o que foi acordado)	0	B		
2.3.4	Você deve assinar contratos vinculantes fornecidos por seu comprador e se tiver a intenção de descumprir o contrato, deve avisá-lo com antecedência de no mínimo 2 meses, antes da data de embarque	0	M		
<b>2.4 - Rotulagem (Uso da Marca Fairtrade)</b>					
2.4.1	O uso do selo Fairtrade em embalagens ou material promocional externo deve ser aprovado pela Fairtrade International	0	B		
2.4.2	O uso do selo Fairtrade em produtos terminados, para serem vendidos aos consumidores no mercado interno, deve ser aprovado pela Iniciativa Nacional	0	B		
<b>3. Produção</b>					
<b>3.1 - Gestão de Práticas de Produção</b>					
3.1.1	Informar os associados sobre requisitos ambientais e de trabalho	0	B		
3.1.2	Riscos de descumprimento dos critérios de produção são identificados - avaliação de riscos	1	B		
3.1.3	Avaliação de riscos deve ser repetida a cada 3 anos	3	D		
3.1.4	Desenvolver e implantar um procedimento para monitorar desempenho dos membros com relação aos critérios de produção	3	D		
3.1.5	Se você é uma organização de 2º e 3º Graus, você deve implantar um Sistema de Controle Interno que lhe permita controlar o cumprimento dos requisitos do Comércio Justo em todos os níveis das organizações	3	D		
<b>3.2 - Proteção Ambiental</b>					

Conti.

REQUISITO FAIRTRADE		ANO	B/M/D	✓	✗	COMENTÁRIOS
<b>Gestão Ambiental</b>						
3.2.1	Uma pessoa ou grupo de pessoas é responsável por liderar o cumprimento dos requisitos ambientais	0	B			
<b>Controle Integrado de Pragas</b>						
3.2.2	Fornecer treinamento sobre Controle Integrado de Pragas aos seus membros	3	D			
3.2.3	Membros demonstram que a aplicação de pesticidas é baseada no conhecimento das pragas e doenças	6	D			
<b>Uso seguro e manuseamento de pesticidas e outros químicos</b>						
3.2.4	Membros e trabalhadores que aplicam ou manuseiam pesticidas / produtos químicos foram treinados para realizar essas atividades	3	B			
3.2.5	Implementar medidas para o uso adequado de EPI por parte de pessoas que manuseiam pesticidas e produtos químicos	3	B			
3.2.6	Todos os membros e trabalhadores estão cientes dos perigos e riscos associados aos pesticidas e químicos perigosos	3	D			
3.2.7	Não aplicação de pesticidas e químicos perigosos dentro de 10m das atividades humanas	1	B			
3.2.8	Pulverizações aéreas não devem ser realizadas em áreas com atividade humana ou fontes de água	1	B			
3.2.9	Existe um armazém central seguro para armazenagem de pesticidas e químicos perigosos (trancado, acessível somente a funcionários treinados, ventilados e equipados com materiais absorventes para lidar com acidentes e vazamentos, não deve conter comida, pesticidas rotulados e em recipientes originais, com instruções de segurança)	0	B			
3.2.10	Pesticidas e químicos perigosos devem ser estocados, apropriadamente, por membros (trancados, impedem a entrada de crianças)	3	B			
3.2.11	Pesticidas e químicos perigosos corretamente identificados - rótulos originais	3	D			
3.2.12	Membros tem equipamentos para controlar acidentes e vazamentos em áreas onde preparam ou misturam pesticidas ou químicos perigosos. Devem planejar para que não haja sobra da solução de pulverização	6	D			
3.2.13	Recipientes de pesticidas ou químicos proibidos não são reutilizados e usados para armazenar água ou alimentos	0	B			
3.2.14	Deve ser feita a tripla lavagem e perfuração de recipientes vazios de pesticidas	3	D			
<b>Escolha dos Pesticidas usados</b>						
3.2.15	Existe uma lista atualizada de pesticidas usados nos cultivos Fairtrade identificando a categoria vermelha ou âmbar (deve ser atualizada a cada 3 anos)	0	B			
3.2.16	Produtos da lista de materiais proibidos (lista vermelha) não são usados nos cultivos Fairtrade	0	M			
3.2.17	Em caso necessário, foi solicitada a exceção para o uso de materiais proibidos à Flo-Cert	0	B			
3.2.18	Desenvolver procedimento para garantir que seus membros não usem os pesticidas proibidos nas culturas FT	1	B			
3.2.19	Reduzir o uso de herbicidas, adotando outras técnicas de prevenção e controle de ervas daninhas	3	D			
<b>Solo e Água</b>						
3.2.20	Identificar áreas com erosão ou em risco de erosão	3	D			
3.2.21	Treinar membros onde tenham sido identificados os riscos ou onde tenha sido identificada a erosão consolidada, em práticas de prevenção ou redução do risco de erosão	6	D			
<b>Manejo de Fertilizantes</b>						
3.2.22	Treinar membros sobre o uso apropriado de fertilizantes	6	D			
<b>Fertilidade do Solo</b>						
3.2.23	Documentar medidas para melhorar a fertilidade do solo - cobertura de solo, rotação de culturas, dentre outras	3	D			
<b>Fontes Sustentáveis de Água</b>						
3.2.24	Identificar e listar as fontes de água para irrigação e processamento de culturas Fairtrade (mapa ou lista dos locais)	3	D			
3.2.25	Informação sobre a situação das fontes de água na sua área - documento de outorga ou uso insignificante, por exemplo.	6	D			
<b>Uso sustentável da Água</b>						
3.2.26	Treinar membros sobre uso eficiente da água (especialmente na irrigação e processamento)	3	D			
3.2.27	Águas residuais de processamento e de efluentes sanitários não devem ter impacto negativo na qualidade da água, fertilidade do solo e segurança alimentar	6	D			
3.2.28	Fornecer treinamentos aos membros sobre águas residuais e riscos para a saúde	6	D			
<b>Resíduos</b>						
3.2.29	Propriedades devem estar livres de resíduos perigosos - explicar aos membros o que são e como devem ser gerenciados e destinados	1	B			
3.2.30	Áreas designadas para armazenagem e eliminação de resíduos perigosos são encontradas nas propriedades ou na cooperativa	3	D			
3.2.31	Você deve sensibilizar seus membros sobre reutilização de resíduos orgânicos em suas propriedades	3	D			
<b>OGM</b>						
3.2.32	Não são usados OGM nas culturas Fairtrade e são implementadas medidas de prevenção	0	B			