

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ  
COLEGIADO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

**CELINA ANDRIELY MACHADO DA COSTA**

**COMÉRCIO JUSTO E GÊNERO: UMA ABORDAGEM  
SOBRE O PAPEL DA MULHER NO COMÉRCIO  
INTERNACIONAL**

**MACAPÁ-AP**

**2017**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ  
CELINA ANDRIELY MACHADO DA COSTA**

**COMÉRCIO JUSTO E GÊNERO: UMA ABORDAGEM SOBRE O PAPEL DA  
MULHER NO COMÉRCIO INTERNACIONAL**

Trabalho de Conclusão de curso apresentado ao Colegiado do Curso de Relações Internacionais da Universidade Federal do Amapá, como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Relações Internacionais.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Msc. Lourrene de Cássia Alexandre Maffra

**MACAPÁ-AP  
2017**

Dedico este trabalho aos meus avós maternos, Manoel e Raimunda (*in memoriam*), por todo amor, dedicação e por sempre terem acreditado nos meus estudos.

## AGRADECIMENTOS

É findado o longo e árduo percurso que percorri até aqui para me graduar numa universidade federal. Evidentemente, este caminho seria impossível se eu o trilhasse sozinha. Assim sendo, agradeço primeiramente a minha mãe, que me sustentou de todas as maneiras, não medindo esforços para meu sucesso acadêmico e profissional. Como dedicado anteriormente, também agradeço a meus avós maternos, que não se encontram mais neste plano, mas a quem devo minha criação e as oportunidades que me ajudaram a alcançar. Ambos não tiveram o prazer de serem apresentados intimamente à leitura e à escrita, mas encorajaram a mim e a seus outros netos ao aprendizado e ao saber.

Agradeço a minha orientadora, professora Lourenne Maffra, pela paciência e por me ajudar a vencer esta última fase da graduação. Sua compreensão nos momentos críticos foram fundamentais para a não desistência da batalha. Obrigada a todos os professores que foram persistentes e ímpares para minha permanência no curso. Repassando seus conhecimentos e incentivando a buscar sempre dias melhores. Agradeço também ao Ivson, técnico prestativo, e todos àqueles que contribuem com o bom funcionamento da UNIFAP.

Sou grata aos meus colegas e amigos de turma. Principalmente aos inseparáveis Richard Monteiro, Gustavo Rosseline, Rauanderson Santos e Delanda Barbosa. Não esquecendo, Jefferson Medeiros (*in memorian*), companheiro a quem também agradeço por imaginar que estaríamos juntos agora (e estamos).

Agradeço minha família em geral e aos meus diversos amigos que acreditam e gostam de mim. Em especial ao meu grande e estimado amigo Hugo Castro (*in memorian*) pelas conversas de cunho científico e por viver para sempre em minha vida.

Por último mas não menos importante, sou infinitamente grata ao meu companheiro e amado Ronaldo Ribeiro Neto. Nem uma lauda inteira seria capaz de sintetizar sua importância durante esta graduação e nos tantos anos que estamos juntos. Você foi indispensável nos dias mais felizes e turbulentos de faculdade, com seu amor, companheirismo, dedicação, carinho e apoio. Não receio em dizer que sem você esta conquista seria irreal. Te amo agora e te amarei enquanto eu viver.

Enfim, a todos que direta ou indiretamente fazem parte da minha formação, o meu muito obrigada.

*“Fairy tales of yesterday will grow but never die.”*

(The show must go on – QUEEN)

## RESUMO

O Comércio Justo como estratégia de desenvolvimento conta dentre seus critérios de certificação, com o princípio de igualdade entre homens e mulheres. Entre os pontos fortes para a realização deste preceito estão a organização das mulheres como base do processo, a consciência de igualdade de gênero, o acesso aos recursos produtivos e a identificação das mulheres com os assuntos econômicos. Buscamos através dos enunciados deste trabalho oferecer uma visão teórica e atualizada da incorporação da perspectiva de gênero no domínio do comércio internacional. Nesse sentido, é necessário pautar-se em uma visão feminista para distinguir os conceitos de comércio internacional no âmbito tradicional e alternativo. A pesquisa se alinha em acordo com os parâmetros de gênero para gradualmente introduzir as preocupações do debate sociológico, político e econômico acerca do papel da mulher no Comércio Justo. O trabalho aqui apresentado é uma análise preliminar e geral que tem como objetivo a colaboração no posterior desenvolvimento de estudos de gênero e consumo.

Palavras chave: Comércio Justo, Gênero, Relações Internacionais, Economia.

## **ABSTRACT**

The Fair Trade as a development strategy counts among its certification criteria, with the principle of equality between men and women. Among the strengths to realize this criterion are the organization of women as a basis for their development, awareness of gender equality, access to resources and identification of women with economic issues. The work is a preliminary and general investigation that aims to collaborate in the subsequent development of studies of gender and consumption. We seek through the statements of this work, to offer a theoretical and updated view of the incorporation of the gender perspective in the field of commerce. In this sense, it's necessary to be guided by a feminist vision to distinguish the concepts of international trade in the traditional and alternative scope. Research is aligned according to gender criteria to gradually introduce the concerns of sociological, political and economic debate about the role of women in Fair Trade.

Key words: Fair Trade, Gender, International Relations, Economy.

## LISTA DE FIGURAS, GRÁFICOS E QUADROS

Figura 1 - Princípios do Comércio Justo.....	25
Figura 2. Preço do café norte-americano no Comércio Justo.....	29
Figura 3. O sistema de Comércio Justo .....	32
Figura 4. Princípios de empoderamento das mulheres .....	73
Figura 5. Objetivos de Desenvolvimento do Milênio .....	80
Figura 6. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.....	83
Figura 7. População ocupada por tipo de atividade e gênero no Brasil em 2011.....	90
Figura 8. Produtora de Gumutindo recoltando café .....	96
Figura 9. Mulheres da Women Wine .....	98
Figura 10. Tecelã das Rendeiras.....	100
Tabela 1. Vendas do Comércio Justo em 2004 e 2005 (US\$ 1.000) .....	33
Tabela 2. Dados do mercado de trabalho dividido por gênero.....	74
Quadro 1. Projetos de comércio onde mulheres estão inseridas.....	86



## LISTA DE SIGLAS

1. AGNU – Assembleia Geral das Nações Unidas
2. CDNL - Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas
3. CEPAL – Comissão Econômica para a América Latina
4. CJ – Comércio Justo
5. EFTA – Federação Europeia de Comércio Justo
6. FAO – Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura
7. FMI – Fundo Monetário Internacional
8. IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
9. ITC - Centro de Comércio Internacional
10. ODM – Objetivos de Desenvolvimento do Milênio
11. ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
12. OIT – Organização Internacional do Trabalho
13. OMC – Organização Mundial do Comércio
14. ONGs – Organizações Não-Governamentais
15. OXFAM – Comitê de Oxford de Combate à Fome
16. PADD - Plano de Apoio Científico à Política de Desenvolvimento Sustentável
17. SENAES – Secretaria Nacional de Economia Solidária
18. UNCTAD – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>21</b>
<b>1. O COMÉRCIO JUSTO .....</b>	<b>16</b>
<b>1.1 Histórico .....</b>	<b>16</b>
<b>1.2 Conceito .....</b>	<b>18</b>
<b>1.3 Princípio .....</b>	<b>20</b>
1.2.1 Princípio 1: Criação de Oportunidades para Produtores em Desvantagem Econômica .....	20
1.2.3 Princípio 2: Transparência e Responsabilidade nas contas .....	20
1.2.3 Princípio 3: Práticas de negociações comerciais justas .....	21
1.2.4 Princípio 4: Pagamento de um preço justo .....	21
1.2.5 Princípio 5: Proibição do trabalho infantil e do trabalho forçado .....	22
1.2.6 Princípio 6: Compromisso com a não-discriminação, com a igualdade de gênero, com o empoderamento econômico da mulher e da livre associação .....	22
1.2.7 Princípio 7: Garantia de boas condições de trabalho .....	23
1.2.8 Princípio 8: Capacitação dos trabalhadores .....	24
1.2.9 Princípio 9: Promoção do Comércio Justo .....	24
1.2.10 Princípio 10: Respeito ao meio ambiente .....	24
<b>1.4 Objetivos .....</b>	<b>26</b>
1.4.1 O Que é um “Preço Justo”? .....	27
<b>1.5 Certificação dos produtos .....</b>	<b>29</b>
<b>1.6 Atores envolvidos .....</b>	<b>35</b>
<b>2. COMÉRCIO JUSTO E GÊNERO NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS .....</b>	<b>40</b>
<b>2.1 Aspectos históricos .....</b>	<b>42</b>
<b>2.2 A questão de gênero nas Relações Internacionais .....</b>	<b>46</b>
<b>2.4 Gênero nas transações comerciais: comércio tradicional e Comércio Justo .....</b>	<b>53</b>
<b>2.5 Análise feminista do Comércio Justo .....</b>	<b>58</b>
<b>3. O PAPEL DA MULHER NO DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL TRADICIONAL E DO COMÉRCIO JUSTO .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.1 A presença da mulher .....</b>	<b>65</b>
<b>3.2 Consolidação da mulher no comércio internacional .....</b>	<b>67</b>
<b>3.3 Igualdade de gênero e o empoderamento econômico das mulheres em novos quadros globais .....</b>	<b>71</b>
3.3.1 A Onu Mulheres: uma entidade para a igualdade e o empoderamento .....	71
3.3.2 A OMC e a política comercial de gênero .....	76
3.3.3 Os objetivos das agendas internacionais para o desenvolvimento .....	79
3.3.4 Agenda de ação de Adis Abeba na Terceira Conferência Internacional Sobre O Financiamento Do Desenvolvimento .....	85
<b>3.4 Índices da inserção das mulheres no comércio nacional brasileiro .....</b>	<b>88</b>
<b>3.5 O papel da mulher no Comércio Justo .....</b>	<b>92</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>104</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>106</b>

## INTRODUÇÃO

---

Na etapa de globalização da economia mundial a partir do século XXI, acentuaram-se as disparidades existentes entre países dos hemisférios Norte e do Sul<sup>1</sup>. Os setores econômicos, sociais e tecnológicos existentes não seguiram um desenvolvimento igualitário. Em especial nas comunidades locais que produzem matérias-primas base de produtos industrializados, a produção é vendida por um preço abaixo do que realmente custou. Desse modo, com a inserção de máquinas e computadores advindos do processo da revolução da tecnologia, a mão de obra humana se tornou uma força produtiva cada vez menos valorizada.

Todavia, desde o surgimento das práticas de vendas e trocas comerciais, e que foram intensificadas durante o período das grandes navegações, o modo de colonização e descolonização resultou em um modelo assimétrico de expansão comercial. As elites políticas e econômicas que surgiram nesses períodos eram as grandes interessadas para que este modelo se perdurasse por um longo tempo.

O Comércio Justo (CJ) surge então nos dias atuais como alternativa face ao panorama da economia capitalista vigente. Com a iniciativa de incluir os que anteriormente eram excluídos, estabelece-se como um dos fatores cruciais para a valorização do produtor, da produção e do produto. Pois obedece, acima de tudo, regras que incentivam a equidade, solidariedade e valorização do fator de trabalho humano.

O desenvolvimento proposto pelo Comércio Justo não passa nem pela caridade nem por ajudas financeiras. Ele tem como base uma organização diferenciada das grandes trocas comerciais mundiais, sobretudo no que se refere entre os países ricos e pobres. É um comércio onde os produtores, empresas e

---

<sup>1</sup> O limite Norte/Sul é o nome dado a uma linha imaginária que separa os países desenvolvidos (do Norte) dos países em desenvolvimento (do Sul). Não corresponde a um limite entre o hemisfério Norte e o hemisfério Sul, mas a uma linha que ilustra as desigualdades de desenvolvimento. Devemos ter cuidado para que essa oposição não cruze exatamente a divisão do globo em dois hemisférios. Por exemplo, a Austrália, um país desenvolvido economicamente do Norte, está localizada no hemisfério Sul. O termo de fronteira Norte/Sul apareceu inicialmente em 1980 no relatório de Willy Brandt, chanceler alemão de 1969. O documento abrangia um mapa do mundo delimitado por uma linha que dividia os países conforme suas notoriedades (MABIN, 2015). Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/se/v30n2/0102-6992-se-30-02-00323.pdf>>. Acesso em 25/11/2016.

consumidores reúnem-se para cooperarem mutuamente afim de encontrar um meio para a manutenção de um equilíbrio econômico e social.

Algumas dessas empresas que se direcionam a esta alternativa comercial trazem aos clientes o senso de consciência sustentável e social. O marketing que engaja a responsabilidade de consumo consciente vem aumentando em todo mundo. Segundo a pesquisa da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) de 2016, só no Brasil houve o aumento de 51,4% dentre os entrevistados que se autodeclaravam consumidores conscientes (contra 33% em 2015). Para eles, tal atitude é posta em prática através da reflexão sobre “as consequências de uma compra antes de concretizá-la, considerando seus impactos sociais, ambientais e econômicos”<sup>2</sup>. Assim sendo, alavanca-se uma nova potencialidade para o comércio: o de suprir esta demanda.

Segundo os levantamentos quantitativos e qualitativos que serão demonstrados no decorrer deste estudo, a grande maioria das pessoas envolvidas em atividades de Comércio Justo são mulheres. Por isso, é relevante que os atores deste nicho comercial considerem o impacto de suas atividades tanto sobre as produtoras femininas quanto nas relações entre homens e mulheres em uma determinada comunidade. O presente trabalho tem como proposta uma análise que se concentra na abordagem de gênero dos atores do Comércio Justo. Dentre seus objetivos específicos estão identificar as premissas do CJ baseados em seus conceitos e princípios. Compreender o papel das mulheres nas diversas atividades comerciais, e também no que tange o baixo reconhecimento social deste papel pelas sociedades em que vivem.

Os resultados do estudo não estão apenas canalizados para o meio acadêmico, como também para a transformação de uma sociedade em geral. O modelo tradicional de produção, estando cada vez mais escasso de produtos não industrializados, abre aval para um fator competitivo que é a atual demanda de mercadorias que causem menos impacto social e ambiental. Fator que conduz à busca por novos modelos de produção e venda na economia global.

---

<sup>2</sup> CNDL. Consumo consciente, 2016. Disponível em <<https://ptdocz.com/doc/1746557/consumo-consciente-2016>>, acesso em 25/11/2016.

A problematização das variáveis de consumo e o impacto de ambos os setores, tanto o tradicional quanto o alternativo no comércio internacional pode ser a fonte da resolução dos dilemas anteriormente dispostos. Na hipótese de que a utilização dos preceitos do Comércio Justo sejam benéficos, de que maneiras eles aufeririam resultados positivos no papel que as mulheres exercem no mercado econômico? Para a explanação do trabalho, é vital no primeiro momento delinear acerca do que se trata o Comércio Justo para então adentrar as teorias de gênero.

No que se refere à natureza, esta é uma pesquisa básica, uma vez que pode gerar novos conhecimentos que poderão ser úteis para o avanço do entendimento acerca da temática proposta. Na sua forma refere-se a uma pesquisa qualitativa, pois de acordo com Duarte (2014) trata-se de uma abordagem que pode ser traduzida por aquilo que não pode ser mensurável, pois a realidade e o sujeito são elementos indissociáveis.

Assim sendo, no primeiro momento, será adotada a pesquisa bibliográfica, desenvolvida a partir de material já publicado pois segundo Marconi e Lakatos (2010) recupera o conhecimento já acumulado sobre o tema. Quanto aos objetivos serão de cunho exploratórios, pois busca-se uma maior familiaridade com o assunto em questão. Desta forma, passaremos a desenvolver maior aptidão no que diz respeito à construção de hipóteses.

A coleta de dados para análise das informações será realizada baseando-se em dados contidos em artigos publicados, livros e periódicos e ocorrerá na base de dados das Bibliotecas Virtuais, nas bases confiáveis como Scielo (coleção de revistas e artigos científicos), dentre outras.

Deste modo, verificar referenciais teóricos disponíveis em diversos meios informativos através de pesquisas bibliográficas sobre a trajetória do Comércio Justo, com destaque aos benefícios proporcionados pela adoção do mesmo, norteará este trabalho. Concomitantemente, a pesquisa é acompanhada pelo anseio e deleitamento particular de sua autora. O interesse pelo assunto aqui relacionado proporcionou-lhe a adoção de alguns novos estilos de vida, fazendo da experiência

promovida pela conclusão de uma etapa acadêmica uma enorme realização pessoal.

A estrutura do trabalho, por sua vez, segue o seguinte enredo: primeiramente traz-se uma explanação sobre o Comércio Justo, tanto no que tange seus princípios quanto sua aplicação prática; posteriormente, à luz de referencial teórico, dialoga (juntamente com as teorias básicas de autores que abordam a temática de gênero) com uma análise feminista das Relações Internacionais acerca das transações comerciais e do Comércio Justo; e em seu terceiro e último capítulo, adentra sobre as questões relativas ao papel da mulher no desenvolvimento do comércio internacional tradicional e ao proposto pelos preceitos do Comércio Justo. Finalizando, traça suas considerações finais sobre o questionamento aqui proposto.

# 1. O COMÉRCIO JUSTO

---

## 1.1 Histórico

Historicamente, as primeiras iniciativas vistas como exemplos de Comércio Justo datam do final do século XIX. Em uma tentativa solidária de alguns padres, pequenos produtores foram ajudados para que pudessem escoar suas produções dentro da Europa. Segundo Pedini (2001), essa vertente europeia baseava-se nas preocupações de entidades ligadas às igrejas cristãs. O autor também aborda sobre a vertente norte-americana que iniciou durante a década de 1960. Assim, tratava-se de um movimento fortalecido no qual instituições e organizações buscavam melhorias aos produtos de países subdesenvolvidos para que esses pudessem competir com os derivados industrializados<sup>3</sup>.

Neste ponto da história, o comércio internacional crescia disparadamente graças aos fatores de produção cada vez mais rápidos e tecnológicos. Em 1968, na Índia, foi lançado o slogan *Trade but not aid* (comércio mas não ajuda) no âmbito da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) que respondeu ao apelo de alguns representantes da economia do Sul a respeito dos fatores de produção e desigualdades sociais (WILKISON, 2007).

Também nos anos sessenta a Comissão Econômica para a América Latina (CEPAL), organismo oficial das Nações Unidas encarregado de promover o desenvolvimento da região, elaborou suas primeiras críticas para denunciar a deterioração dos termos de troca resultantes do comércio internacional comum. Já na década de setenta, a denuncia iniciada pela CEPAL criticou a existência de uma relação econômica desequilibrada entre países em desenvolvimento (exportadores de commodities agrícolas) e os países do Norte (exportadores de produtos industriais). Assim, o livre comércio e a teoria da vantagem comparativa só seriam

---

<sup>3</sup> PEDINI, S. Fair Trade: Alternativa ao mercado convencional de café e processos de empoderamento de cafeicultores familiares. 2011. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Lavras. Lavras, 2011. Disponível em <<http://repositorio.ufla.br/jspui/handle/1/3090>>. Acesso em 25/11/2016.

favoráveis para os países industrializados pois as estruturas das economias desenvolvidas eram diferentes das economias não dominantes, culminando em uma troca desigual (RIST, 2001).

Alguns autores determinam a origem do Comércio Justo ou *Fair Trade* (em inglês) diretamente após as duas grandes guerras, especialmente sob a liderança do Comitê de Oxford de Combate à Fome (OXFAM) na Europa. A OXFAM criou a primeira organização alternativa de comércio e entre 1970-1980, apareceriam organizações importadoras de Comércio Justo tais como a *Fair Trade Organizations*, na Holanda, a OXFAM na Bélgica, *Artisans du Monde*, na França, a GEPA, na Alemanha, etc. (EFTA, 2000; NICHOLLS, OPAL, 2005).

O movimento do Comércio Justo teve início físico na Holanda, onde foi aberta a primeira loja baseada nos princípios do *Fair Trade*, em 1969. A partir dessa data, o movimento alcançou rapidamente outros países europeus: Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, Finlândia, França, Inglaterra, Irlanda, Itália, Suécia e Suíça (SCHNEIDER, 2012).

Todavia foi apenas em 1990 que a atividade realmente ganhou impulso. Seu contexto aparentemente foi o do surgimento dos novos movimentos sociais. Ele passou a ser visto como um movimento social transnacional que funciona em redes, mas tendo uma concentração do centro de decisão no Norte, especialmente na Europa. Buscava uma maior igualdade entre os pequenos produtores do Sul e os compradores, para que estes possuíssem uma melhor autonomia nas vendas (LEMAIGRE; VERBEEREM, 1997). No entanto, a adoção do termo “autonomia” não nega a existência na prática de relações assimétricas. Por exemplo, os participantes envolvidos nas atividades do Comércio Justo não hesitavam em cooperar com os governos para promovê-lo no contexto do desenvolvimento sustentável. Durante este período, o movimento foi denominado como sendo uma

Associação comercial baseada no diálogo, na transparência e no respeito que busca maior equidade. Contribui para o desenvolvimento sustentável oferecendo melhores condições de comercialização e garantindo dos produtores e trabalhadores marginalizados, particularmente os do Sul. As organizações de Comércio Justo (apoiada por consumidores) se



comprometem ativamente em apoiar os produtores, em sensibilizar a opinião pública e levar a cabo campanhas em favor das mudanças de normas e práticas do comércio internacional convencional. O modelo proposto pelo Comércio Justo oferece um sistema comercial em que os produtores, comerciantes e consumidores compartilham o lucro de maneira mais igualitária. Assim o Comércio Justo pretende aumentar tanto a renda como as possibilidades de escolha dos grupos produtores, e de maneira mais geral, contribuir para atenuar a pobreza do Sul e devolver a dignidade aos produtores. O Comércio Justo se baseia nas capacidades dos produtores, por isso as comunidades possuem um papel muito importante no momento de contribuir para seu próprio desenvolvimento (LEMAIGRE, VERBEEREM, 1997, p. 54).

Assim sendo, a grande vaga de inquietação quanto ao meio ambiente e as crises de recursos naturais dos anos 70, foi um marco nas discussões do modelo econômico vigente. A Conferência de Estocolmo de 1972 foi a base para debates acerca do Desenvolvimento Sustentável “com foco no crescimento populacional, urbano e na tecnologia envolvida na industrialização” (MALHEIROS *et al.*, 2012, p.3). A partir de então a dimensão social dessa sustentabilidade se assentou na melhoria da qualidade de vida através de políticas públicas construídas para distribuição e redistribuição dos bens de forma igualitária (SACHS, 2000).

## 1.2 Conceito

Em março de 2001, em Lima capital do Peru, o conceito de Comércio Justo expandiu-se através dos acordos propostos no I Encontro Latino-Americano de Comércio Justo, Consumo Ético, Troca e Moeda Social. Ele se ampliou para atender as demandas das trocas comerciais internas dos países. Logo, não apenas as exportações seriam atendidas, como também o próprio mercado local. A comercialização entre os países Sul-Sul e Oriente-Occidente revalorizariam o conceito do movimento (HESPANHA *et al.*, 2009, p. 61).

Para autores como Fretel e Simoncelle-Bourque (2003, p. 19) o Comércio Justo parte do princípio de que haja uma

Valorização do trabalho e das expectativas dos produtores e consumidores, permitindo uma melhoria substancial na qualidade de vida das pessoas, tornando viável a vigência dos direitos humanos e o respeito ao meio ambiente numa perspectiva de desenvolvimento humano, solidário e sustentável. Trata-se de estabelecer relações entre produtores e

consumidores baseadas na equidade, na associação, confiança, solidariedade e interesse compartilhados; relações que obedecem a critérios precisos e visem objetivos em diferentes planos: obter condições mais justas para os produtores marginalizados e desenvolver práticas e regras do comércio internacional com apoio de uma parte dos consumidores (FRETEL, SIMONCELLE-BOURQUE, 2003, p. 19)

Atualmente existe uma definição oficial do Comércio Justo que serve como ponto de partida introdutório. Segundo a elucidação que propõe a FINE<sup>4</sup> em 2001, o Comércio Justo pode ser entendido como:

(...) uma parceria comercial, baseada no diálogo, transparência e respeito, que visa alcançar uma maior equidade no comércio internacional. Contribui para o desenvolvimento sustentável, oferecendo melhores condições comerciais ao garantir os direitos dos produtores e trabalhadores marginalizados, especialmente no Sul do planeta. As organizações de Comércio Justo (apoiadas pelos consumidores) estão envolvidas ativamente ao apoiar os produtores, a sensibilizar a opinião pública e pensar numa campanha em prol de mudanças nas regras e práticas do comércio internacional convencional (FINE, 2001).

Todavia, a definição proposta pela FINE não pôs fim à heterogeneidade do Comércio Justo e às tensões que o circundam. Pelo contrário, as tentativas de defini-lo através de alguns argumentos vastos acabaram minando em situações nas quais qualquer indivíduo, através de sua perspectiva e convencimento, poderia promover sua própria concepção de Comércio Justo. Consoante Blanchet e Carimentrand (2012), propor apenas uma definição a priori sobre Comércio Justo é hoje praticamente impossível, pois esta esbarraria arbitrariamente em diferentes maneiras alternativas – e às vezes incompatíveis – de projetar o comércio. Uma definição conceitual e neutra, pronta e bem precisa não existe, assim abre-se uma porta para reflexões.

De fato, este trabalho não possui como principal objetivo definir nem defender o Comércio Justo, mas utilizar suas referências como método de pesquisa no que tange a abordagem de gênero no comércio internacional. Assim, este trabalho partirá da premissa de que o Comércio Justo pode ser entendido como

---

<sup>4</sup> Criada em 1998, esta organização tem um nome cuja sigla refere-se às quatro federações que trabalham em prol do Comércio Justo. Ela é composta pela FLO - Organizações de Rotulagem Fairtrade (Fairtrade Labelling Organisations, em inglês), IFAT - Federação Internacional de Comércio Alternativo (International Federation for Alternative Trade, em inglês), NEW - Rede de WorldShops Europeus (Network of European WorldShops, em inglês), e, por último, pela EFTA- Associação Européia de Comércio Justo (European Fair Trade Association, em inglês). Disponível em <<https://wfto.com/about-us/history-wfto/history-fair-trade>>. Acesso em 25/11/2016.

“uma abordagem alternativa entre produtores e consumidores, oferecendo aos produtores melhores negócios e permitindo que eles melhorem suas vidas e planejem seus futuros” (FLO, 2002).

### **1.3 Princípio**

Desde sua criação em 1999, a Organização Mundial do Comércio Justo (WFTO - World Fair Trade Organization, em inglês), estabeleceu 10 princípios que devem ser cumpridos pelas organizações que trabalham com o Comércio Justo<sup>5</sup>, sendo elas as seguintes:

#### **1.2.1 Princípio 1: Criação de oportunidades para produtores em desvantagem econômica**

A redução da pobreza por meio do comércio é uma parte essencial dos objetivos do CJ. O apoio aos pequenos produtores marginalizados, sejam estes compostos por famílias, pessoas independentes ou agrupadas em associações ou empresas cooperativas, visa abrir caminho para os que vivem à margem da insegurança econômica e da pobreza a adquirirem a autossuficiência econômica. A organização deve ter um plano de ação para que isso seja realizado.

#### **1.2.3 Princípio 2: Transparência e responsabilidade nas contas**

A organização é transparente em sua gestão e em suas relações comerciais. É responsável ante todos os atores através do respeito pela sensibilidade e confidencialidade das informações comerciais proporcionadas. Busca maneiras apropriadas e participativas para envolver os funcionários, os membros e os produtores em seus processos de tomada de decisões. Se assegura de que as informações pertinentes são fornecidas a todos os seus sócios

---

<sup>5</sup> WFTO. 10 Principles of Fair Trade. Disponível em <<https://www.wfto.com/sites/default/files/10-FAIR-TRADE-PRINCIPLES-2013.pdf>>. Acesso em 28/01/2017.

comerciais. Os canais de comunicação são abertos em todos os níveis da cadeia de fornecimento.

### 1.2.3 Princípio 3: Práticas de negociações comerciais justas

As organizações comerciam diligentemente para desenvolver o bem-estar social, econômico e ambiental dos pequenos produtores marginalizados sem interesses pessoais. Cumprem seus compromissos de forma responsável, profissional e pontual. Os fornecedores respeitam seus contratos e entregam pontualmente os produtos com a qualidade e especificação acordada. Já os compradores de Comércio Justo levam em conta as desvantagens econômicas que enfrentam os produtos e fornecedores, assim asseguram de que os pedidos são pagos no momento que recebem os produtos e de acordo com os critérios acordados por ambas partes.

A organização mantém uma relação de longo prazo baseada na solidariedade, na confiança e no apoio mútuo que contribuem com o crescimento e na promoção do Comércio Justo. Mantém uma comunicação eficaz com seus sócios comerciais. As entidades envolvidas em uma relação comercial buscam aumentar o volume do comércio entre eles e oferecem o valor e a diversidade de seus produtos como uma medida para aumentar seus lucros. A organização trabalha em cooperação com as outras Organizações de Comércio Justo nos países e evita a concorrência desleal. Evita a duplicação de produtos de outras organizações sem permissão. O Comércio Justo reconhece, promove e protege a identidade cultural e os saberes tradicionais dos pequenos produtores propagados através de seus produtos artesanais, alimentícios e outros serviços relacionados.

### 1.2.4 Princípio 4: Pagamento de um preço justo

Um preço justo é aquele que foi acordado mutuamente por todos os envolvidos, através do diálogo e da participação. Quando as estruturas de preço de Comércio Justo existem, estas são utilizadas como um mínimo para o cálculo dos preços de produtos. O pagamento justo significa a provisão de uma remuneração

socialmente aceitável, considerado justo pelos mesmos produtos e que tem em conta o princípio do pagamento igual pelo trabalho tanto para mulheres como para os homens. As empresas importadoras e de marketing do Comércio Justo apoia a capacitação requerida para os produtores, assim eles próprios serão capazes de alcançar um preço justo a seus produtos. Mais adiante abordaremos em específico este princípio e suas implicações.

#### 1.2.5 Princípio 5: Proibição do trabalho infantil e do trabalho forçado

A Organização cumpre com a Convenção das Nações Unidas em matéria dos Direitos das Crianças<sup>6</sup> e às leis nacionais/regionais sobre o emprego de menores de idade. A Organização se assegura de que não haja trabalho forçado no local de produção ou no domicílio de seus membros. As organizações que compram produtos do CJ dos grupos de produtores, seja direta ou indiretamente, se asseguram de que não foi utilizado trabalho forçado ou infantil. Qualquer envolvimento de crianças como aprendiz de um saber tradicional deve ser sempre de maneira pública e monitorada. Desta forma, prevenindo de que haja um efeito negativo sobre seu bem-estar, segurança, educação e lazer.

#### 1.2.6 Princípio 6: Compromisso com a não-discriminação, com a igualdade de gênero, com o empoderamento econômico da mulher e da livre associação

A organização não deve discriminar no momento da contratação, promoção, demissão ou aposentaria de um empregado quaisquer fatores motivados por questões raciais, de classe social, nacionalidade, religião, deficiência física ou mental, orientação sexual, gênero, filiação sindical, doenças crônicas tais como o HIV ou idade. Ela pode contar com uma política clara e um plano para promover a igualdade de gênero que garanta que tanto as mulheres como os homens tenham a capacidade de aceder aos recursos que eles necessitam para serem produtivos.

---

<sup>6</sup> A Convenção sobre os Direitos da Criança foi adotada e aberta para assinatura, ratificação e adesão por meio da Resolução 44/25 da Assembleia Geral de 20 de novembro de 1989. Entrou em vigor em 2 de setembro de 1990, em cumprimento ao artigo 49. Foi ratificada por 193 países. Disponível em <<https://www.unicef.org/brazil/sowc20anosCDC/cap4.html>> . Acesso em 28/01/2017.

Promove, também, a capacidade de intervir na política institucional do ambiente de trabalho. Enfoque deste trabalho, o princípio aqui disposto rege sobre as constituições e os estatutos da organização para que permitam e possibilitem às mulheres a tornarem-se membros ativos e em posições de liderança, independentemente da sua condição em relação à posse de ativos, como terras e propriedades. Destinar o poder de livre escolha no âmbito profissional às mulheres induz a que elas possam participar de uma vida econômica, e é essencial para a construção de economias fortes. Quando as mulheres são empregadas, mesmo que seja em uma situação de emprego informal, elas recebem um salário igual por um trabalho semelhante ao dos homens. É mister que a organização reconheça todos os direitos das mulheres trabalhadoras e empenhe-se em garantir que todas recebam completamente os benefícios legais do seu labor. A organização precisa levar em consideração as necessidades especiais de saúde e segurança para as mulheres grávidas e lactantes.

O presente trabalho visa explorar este princípio onde as mulheres estão diretamente envolvidas. Através do estudo da inserção do gênero no comércio internacional, pretende-se expandir e comparar os processos dinâmicos tanto nos setores onde as mulheres são empregadas tradicionalmente, quanto os que envolvem o Comércio Justo.

#### 1.2.7 Princípio 7: Garantia de boas condições de trabalho

A organização precisa oferecer um ambiente de trabalho seguro e saudável para seus empregados e/ou sócios. Cumprir, no mínimo, com as leis nacionais e regionais trabalhistas e com as Convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre saúde e segurança e também no que tangem horas e condições de trabalho dos empregados ou dos membros. As organizações que trabalhem com o Comércio Justo têm de apresentar um relatório sobre as condições de saúde dos produtores.

### 1.2.8 Princípio 8: Capacitação dos trabalhadores

É recomendado que a organização procure aumentar os impactos positivos de desenvolvimento para os pequenos produtores marginalizados, tendo como objetivo desenvolver as habilidades dos seus próprios empregados ou membros. Trabalhar diretamente com os pequenos produtores significa desenvolver atividades específicas para ajudá-los a melhorar suas habilidades de gestão, capacidade de produção e acesso aos mercados locais, regionais e internacionais. As empresas que compram produtos de Comércio Justo através de intermediários fortalecem a iniciativa de desenvolver os meios de apoio aos produtores e grupos marginalizados com quem trabalham.

### 1.2.9 Princípio 9: Promoção do Comércio Justo

A organização precisa divulgar os princípios do Comércio Justo e a necessidade de uma maior justiça no comércio mundial através do mesmo. Ela deve oferecer aos seus clientes as informações sobre si, sobre os produtos que vende e sobre os produtores ou os membros que fizeram e/ou colheram os produtos. Sempre buscando usar técnicas de publicidade e marketing honestos.

### 1.2.10 Princípio 10: Respeito ao meio ambiente

As organizações que produzem produtos de Comércio Justo são obrigadas a maximizar o uso das matérias-primas provenientes de fontes sustentáveis na sua própria região, comprando de produtores locais sempre que possível. Devem usar tecnologias de produção que reduzem o consumo de energia e, quando possível, utilizar tecnologias de energia renovável que minimizam as emissões de gases de efeito estufa que prejudicam o meio ambiente. A busca pela diminuição do impacto causados pela quantidade dos resíduos produzidos é um dos principais alicerces do movimento. Os produtores agrícolas de Comércio Justo precisam reduzir os efeitos dos danos ambientais através da não (ou mínima) utilização de pesticidas em seus métodos de produção.

Compradores e importadores dos produtos de Comércio Justo dão prioridade a produtos feitos com matérias-primas de fontes sustentáveis e que têm o menor impacto sobre o meio ambiente. Todas as organizações usam, tanto quanto possível, materiais reciclados/recicláveis, que tenham suas embalagens de fácil decomposição e enviam seus produtos preferencialmente por via marítima.

Figura 1 - Princípios do Comércio Justo



Fonte: WFTO

De acordo com Oliveira (2015), independentemente de certificação *Fairtrade* esses princípios deveriam fazer parte de toda organização responsável social e ambientalmente, mas apesar de parecer lógica, na prática ainda prevalece um comércio onde há exploração das pessoas, do meio ambiente, através do poder de mercado. Logo, partindo desses princípios, o movimento do Comércio Justo é um esforço para criar padrões de produção e consumo alternativos para os padrões destrutivos e socialmente desiguais ambientalmente inerentes à produção e comércio de sistemas tradicionais (MURRAY; RAYNOLDS, 2000).



## 1.4 Objetivos

A abordagem do Comércio Justo vai além de critérios que envolvam apenas os princípios mencionados. De acordo com MaxHavelaar (2013), o objetivo do Comércio Justo é de criar um espaço onde as relações comerciais sejam capazes de estabilizar e melhorar as condições de subsistências dos pequenos produtores.

Segundo Bucolo (2004), para que haja tal espaço é preciso o estabelecimento de preços justos. Este preço pode ser constituído através de um trato audacioso: um ambiente onde os próprios agentes econômicos estão preocupados com o social e desejam negociar de forma justa. Este é o primeiro desafio. O segundo envolve a procura por consumidores que anseiam consumir de maneira consciente.

De acordo com Moore (2004, p. 36), a noção de “preço justo” está inserida como um dos objetivos do Comércio Justo que são:

1. Melhorar os meios de vida e o bem-estar dos produtores através do acesso a mercados, do fortalecimento das cooperativas e associações de produtores, do pagamento de um preço mais justo e da continuidade nas relações comerciais.
2. Promover oportunidades de desenvolvimento para os produtores desfavorecidos, especialmente mulheres e povos indígenas, e proteger as crianças da exploração no processo produtivo;
3. Sensibilizar os consumidores para os efeitos negativos sobre os produtores no atual comércio internacional para que exerçam positivamente o seu poder de compra;
4. Dar um exemplo de parceria no comércio através do diálogo, transparência e respeito;
5. Promover mudanças nas regras e práticas do comércio internacional convencional;
6. Proteger os direitos humanos promovendo a justiça social, práticas ambientais sólidas e segurança econômica.

Dessa forma, o Comércio Justo pode ser entendido como uma relação de troca justa entre todos os elos da cadeia produtiva, baseada no diálogo, na transparência e no respeito, que busca maior igualdade no comércio internacional (FINE, 2005). Todavia, cabe destacar que as relações sociais e comerciais são demasiadas complexas para que se possam resumir a um conjunto de normas que, aliás, são exigentes, não faz sentido serem impostas, mas progressiva e assumidas

de maneira colaborativa, não só por alguns, mas por todos os intervenientes da cadeia e são permanentemente desafiadas por novas realidades.

#### 1.4.1 O Que é um “Preço Justo”?

Um preço justo, no contexto regional ou local, é aquele que foi acordado através do diálogo e da participação. Além de cobrir os custos de produção e permitir uma produção socialmente justa e ambientalmente racional, também garante que as condições de vida dos produtores melhorem. Entendemos por preço justo aquele que oferece uma remuneração justa para os produtores e leva em conta o princípio da igualdade de ganho para mulheres e homens (MONTAGUT, 2011).

Na filosofia antiga, o conceito de justiça era de haver uma virtude que abrangia tudo e todos, sem distinguir a moral e o direito intrínseco dos seres humanos. Dessa forma, agir de forma justa demonstrava que as atitudes de uma pessoa eram baseadas no amor ao bem. Assim “no século IV a.C., os pitagóricos simbolizaram a justiça com o número quadrado, no qual o igual está unido ao igual. A ideia da justiça como igualdade, desde então, tem se apresentado sob inúmeras dessas variantes” (ROSS, 2000, p 313). Platão aborda que a justiça é uma das quatro virtudes básicas para a funcionalidade de um sistema de eixo gravitacional. A justiça é “a virtude moral que rege o ser espiritual no combate ao egoísmo biológico, orgânico, do indivíduo” (PLATÃO apud ADEODATO, 1996, p. 54).

Conforme a concepção de Aristóteles, a justiça significa igualdade. Nas relações de indivíduos dentro de uma comunidade ou nas que envolviam Estado e indivíduo, o objetivo do Direito era o de promover a equidade. Por meio do Direito as disparidades entre os seres humanos que culminavam em desigualdades diversas seriam remediadas. Segundo a teoria de justiça do citado filósofo, não é suficiente apenas que o Direito imponha ordem, mas que esta seja “justa”, ou seja, baseada no respeito à igualdade (ARISTÓTELES apud BOBBIO, 2000, p 117).

Se tratando de Comércio Justo, muitos estudos mostram que as principais motivações dos consumidores deste nicho incluem “[...] a noção de que os preços justos para os agricultores e fabricantes do Sul são a certeza de que uma produção segura e honesta oferece a oportunidade ao produtor de preservar sua dignidade e autonomia” (SWAEN, MAON, 2006, p. 15).

No entanto, os pressupostos de Montagut (2011) ainda ressaltam que o preço justo também deve ser justo para quem paga. Quando o comprador entende qual é a base que o artesão usou para calcular o preço de seu produto, o pagamento do preço justo é natural, pois ele reconhece que não está incentivado a exploração de mão-de-obra. Assim, no cálculo do preço justo não pode haver abuso nem aumento dos custos para encarecer o preço final do produto, haja vista que o fundamental do preço justo é garantir o respeito na cadeia: remunerar justamente quem produz e cobrar justamente de quem consome.

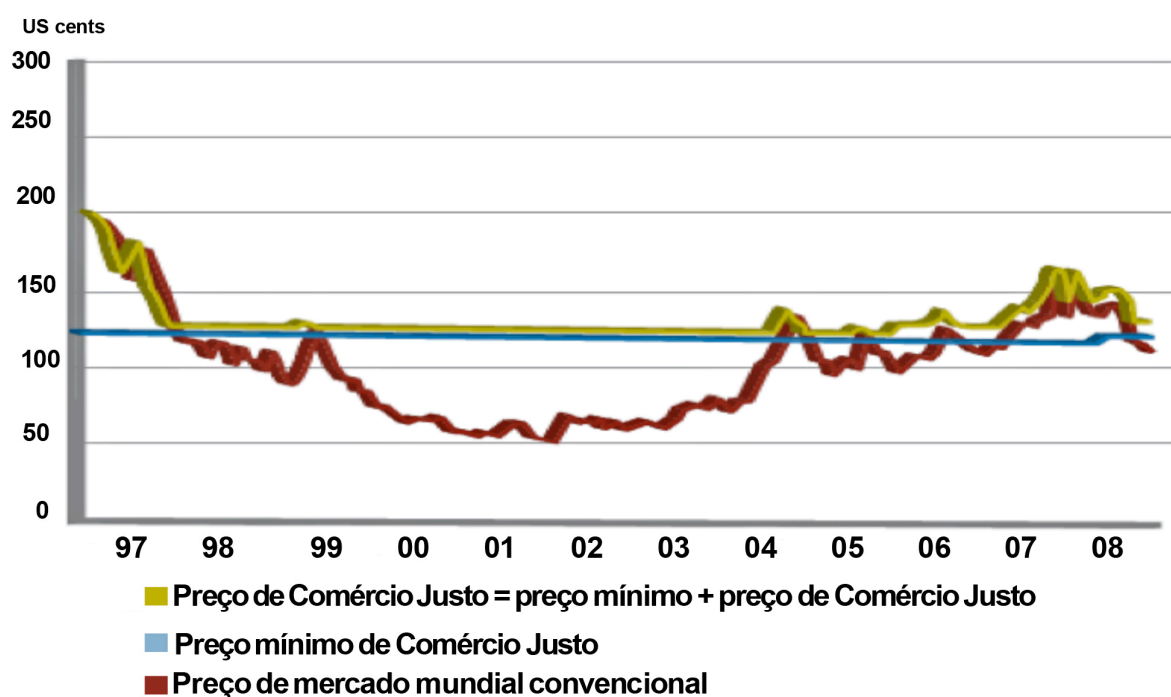
Por outro lado, a noção de preço justo, embora na verdade seja um princípio normativo central do Comércio Justo, é amplamente discutida nas organizações do Sul (especialmente com os líderes das organizações). Um preço justo para eles está ligado à consciência, ética e igualdade (por exemplo, pagar um artesão no Peru o mesmo que se paga a um da Europa). Quanto ao preço, 5% do valor do produto é atribuído ao serviço da comunidade e 5% para um fundo comum de cada grupo (TRANSFAIR USA, 2008).

A noção de preços justos permitiu que artesãos aprendessem a fazer um cálculo do valor de seus produtos. Em entrevistas na Bolívia e no Peru, várias organizações têm destacado que o conceito de “preço justo” ajudou a aumentar a consciência entre os produtores do real valor de suas vendas. O preço justo permitiu mostrar-lhes que o cálculo do preço de um produto está ligado ao custo da matéria-prima juntamente com os custos da produção, integrando um salário que pague o trabalho da pessoa. Esta noção, que pode parecer elementar, não é necessariamente conhecida em áreas pobres. De fato, para muitos produtores, o preço de um produto ainda está muitas vezes ligado à satisfação de suas necessidades básicas de subsistência. Também se o produto tarda a ser vendido,

ele muitas das vezes o será feito apenas levando em conta o seu valor de produção - um preço abaixo do custo das matérias-primas (CHARLIER *et al.*, 2006, p. 70).

A ilustração abaixo demonstra o desenvolvimento do preço do café norte-americano no comércio tradicional e no Comércio Justo:

Figura 2. Preço do café norte-americano no Comércio Justo



Fonte: *Transfair USA*, 2008

Observa-se que o preço mínimo de Comércio Justo se manteve superior ao preço convencional de café por quase uma década. Entretanto, com a inserção cada vez maior de produtos certificados e produzidos por organismo de Comércio Justo, o valor se manteve praticamente o mesmo em contrapartida a valorização do preço convencional de mercado.

### 1.5 Certificação dos produtos

Desde os anos 1980, alguns setores do Comércio Justo buscaram novos mercados para seus produtos, respondendo assim ao pedido de alguns produtores do Sul, ansiosos para expandir suas vendas para além das redes restritas. Durante o mesmo período, os consumidores estavam cada vez mais sensíveis aos

problemas das condições ambientais e de produção nos países em desenvolvimento.

Dadas as preocupações dos cidadãos e as possibilidades criadas pelo movimento, iniciou-se uma reflexão sobre a necessidade de expandir, tanto quanto possível, a distribuição de produtos do Comércio Justo e torná-los disponíveis para todos consumidores - o cidadão ativista - através dos supermercados. Assim nasceu em 1988 na Holanda, o primeiro rótulo de produtos do Comércio Justo: MaxHavelaar (introduzido em 1990 na Bélgica, e em 1992 na Suíça e na França), o *TransFair* em 1993 e o *FairTrade* em 1994 na Inglaterra (BUCOLO, 2003, p. 111). As organizações que concedem os selos e as certificações visam garantir a manutenção de relacionamentos de longo prazo entre produtores e distribuidores do Norte.

Essas organizações mantêm uma lista de especificações e impõem o pagamento de uma taxa aos importadores que desejam fixar um selo de certificação do Comércio Justo em seus produtos. Quando certificados, estes poderão ser vendidos em grandes escalas em lojas, supermercados e redes varejistas. Graças a este tipo de certificado, os produtos do CJ estão hoje em mais de 70 000 pontos de venda na Europa e 749 operadores na América Latina (SEBRAE, 2010 p. 15).

Nesta perspectiva, entende-se melhor o papel e a importância dos rótulos de comércio equitativo quando levado em consideração que “este negócio (...) pretende anexar, via rótulos, valores de justiça social para a composição dos produtos” (COCHOY, 2008, p. 109). A principal questão que se coloca é se esses rótulos ajudam os consumidores no seu desejo de serem justos. O objetivo é “maior equidade no comércio internacional”, e, geralmente, exige o estabelecimento de um preço mínimo, que é considerado um preço “justo” de acordo com a definição comum de Comércio Justo. Dentre os “valores e princípios” da Carta do CJ de 2008, afirma-se que seus atores concordam nomeadamente a afirmarem uma “[...] equidade e solidariedade em suas relações comerciais”, e para isso exige-se “cobrar

preços e modos de financiamento justos, permitindo que todos possam viver com dignidade do trabalho”<sup>7</sup>.

Diaz Pedregal (2007) mostra a complexidade do senso de justiça no Comércio Justo visto que seus atores portam notadamente diferentes concepções de justiça e nem sempre compatíveis. Assim, os selos de certificações ajudam os consumidores a atenderem suas demandas por um produto sustentável. Em um contexto de informação assimétrica, o consumidor conta com o rótulo para se certificar de que quem produziu aquele produto recebeu um salário decente através do preço que ele está pagando (HOTELLING, 1929).

O sistema do *Fair Trade* tem sua metodologia de funcionamento da seguinte forma: no centro de todo sistema estão as Iniciativas Nacionais, que assume a principal parte dos trabalhos, dentre essas iniciativas, estão:

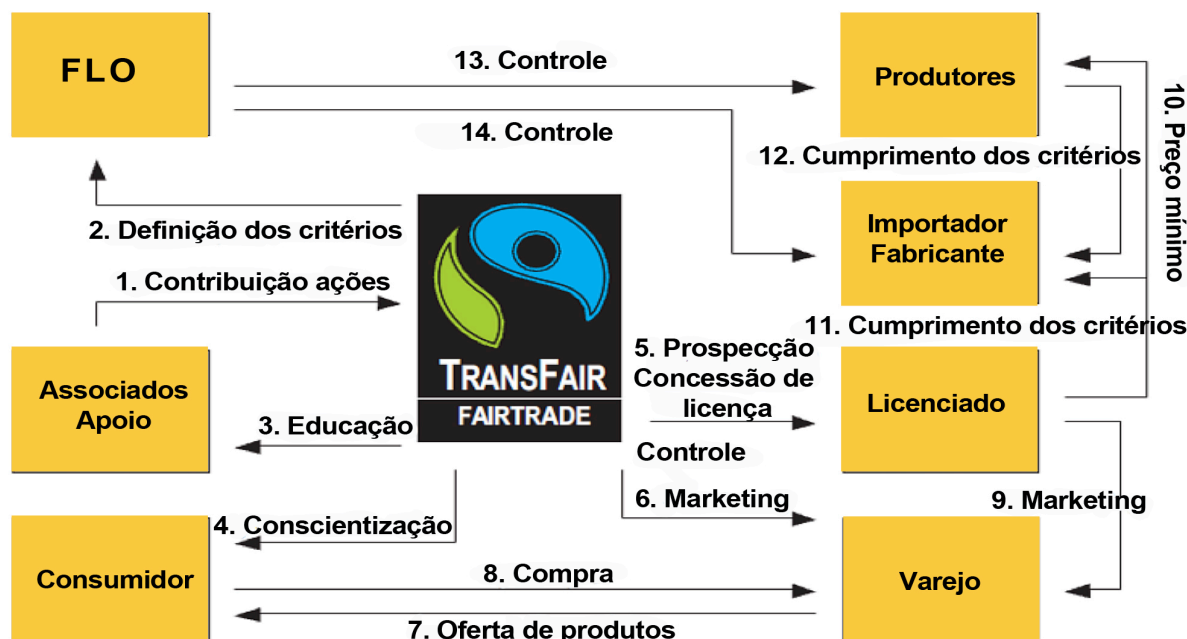
(1) Receber recursos e apoio de seus associados; (2) ajudar a definir os critérios internacionais de certificação de produtos e produtores junto com a FLO; (3) realizar ações e campanhas de educação de seus associados; (4) atuar na conscientização do público consumidor, além desenvolver ações de lobby junto a órgãos governamentais; (5) prospectar licenciados para a fabricação de produtos, para os quais são concedidas as licenças de uso do selo de Fair trade e que receberão o controle regular; (6) oferecer apoio e orientação para o marketing das lojas; (7) o lojista oferece uma gama de produtos e o consumidor compra os produtos; (8) o licenciado fornece apoio de marketing às lojas; (9) a loja paga o importador que, por sua vez, (10) paga o produtor. Em contrapartida, o importador e os produtores se comprometem a seguir os critérios estabelecidos (11 e 12) em suas relações. A FLO, depois de ter definidos os critérios, certifica e controla os produtores e os importadores (13 e 14) (SEBRAE, 2007, p. 33).

A ilustração abaixo demonstra o sistema de rotação e movimentação do Comércio Justo:

---

<sup>7</sup> EFTA. A plataforma para o Comércio Justo. Disponível em <<http://www.commercequitable.org/lapfceetsesmembres/chartedelapfce.html>> . Acesso em 18/01/2017.

Figura 3. O sistema de Comércio Justo



Fonte: SEBRAE, 2007

Os selos de Comércio Justo podem, inicialmente, serem analisados como sendo dispositivos que ajudam os consumidores a encontrarem seu caminho. Segundo Karpik (2007), a incerteza sobre a qualidade dos produtos é a regra, não a exceção. Obter informações precisas sobre o produto é problemático, e o consumidor deve ser ajudado na sua tomada de decisão. Karpik diferencia os selos entre os demais dispositivos de escolhas que permitem a comparação dos produtos. O consumidor tende a demonstrar que é justo e consciente por suas escolhas, relacionando aos selos o modo que lhe permitem reconhecer os produtos deste tipo de comércio. Assim, pode-se dizer que:

Para as características do produto relacionadas com critérios ambientais e sociais, há uma distribuição considerada desigual de informações entre o produtor (ou o fornecedor) e o consumidor (comprador). Os rótulos “orgânicos” e “justo” são um capital de reputação informativo que orientam os consumidores na escolha: eles agem como forma de reduzir a incerteza, e diminuindo a assimetria de informação entre vendedores e compradores de tais produtos (TAGBATA, SIRIEIX, 2010, p. 35).

Portanto, pode-se entender que se o Comércio Justo pressupõe a existência de consumidores que querem ser justos, estes últimos identificam os produtos deste comércio como sendo de qualidade eminentemente superior. A qualidade de um produto para os consumidores é o resultado da combinação das

suas características intrínsecas ou internas, por um lado, e as suas características externas, simbólicas ou éticas por outro (CARIMENTRAND, 2008).

As características internas afetam seu sabor, a segurança que ele apresenta, suas contribuições em termos de saúde prestado ao consumidor, e se ele é capaz de satisfazer as suas necessidades. Os recursos simbólicos de um bem “designam a sua capacidade de satisfazer as necessidades dos consumidores em termos de valores culturais e morais” (CARIMENTRAND, 2008, p. 35).

Entretanto, estas duas dimensões são necessárias para uma abordagem abrangente sobre a qualidade de um bem. Assim, os consumidores de produtos do Comércio Justo escolhem este tipo de produto principalmente pelas suas características intrínsecas, incluindo a sua superioridade em termos de qualidade, bem como suas características simbólicas ou éticas.

O volume total de produtos comercializados pelo *Fair Trade*, incluindo aqueles certificados e vendidos pelas lojas de comércio alternativo (normalmente sem certificação), alcançou a cifra de 1,6 bilhão de dólares em 2004 e 2005 (RAYNOLDS; LONG, 2008).

Na Tabela 1 é possível observar a evolução desse mercado no que se refere aos diferentes continentes e segundo a origem dos produtos.

Tabela 1. Vendas do Comércio Justo em 2004 e 2005 (US\$ 1.000)

	Vendas de produtos certificados FLO	de pela	Vendas das lojas de comércio alternativo	Total de vendas
<b>Europa</b>				
Reino Unido	942 000		90 000	1 020 300
<b>Suíça</b>	345 000		7 400	351 500
França	178 000		1 400	179 200
Alemanha	136 000		6 700	141 800
Holanda	88 000		14 300	100 400
<b>América do Norte</b>				



EUA	472 000	87 400	547 800
Canadá	428 000	79 800	507 800

Elaboração da autora. Fonte: RAYNOLDS E LONG (2008, p.20)

No Brasil, segundo o levantamento da Fair Trade, das 17 empresas certificadas, nove são exportadoras de café. O país está em nono lugar em número de produtores certificados entre os países da América Latina, onde 317 grupos foram certificados. No mundo, o total chega a 569. De acordo com dados da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), vinculada ao Ministério do Trabalho, a geração de renda desses empreendimentos é estimada em R\$ 491,4 milhões, tendo se mantido estável nos últimos três anos. Conforme a pesquisa, 44% desses negócios estão concentrados na região Nordeste, seguida por Sul (17%), Sudeste (14%), Norte (13%) e Centro-Oeste (12%)<sup>8</sup>.

Uma alternativa para reduzir a instabilidade do mercado de café, aumentar o valor econômico, social e ambiental de sua produção, que envolve grande número de pequenos produtores, e ampliar sua comercialização é a certificação dos cafés sustentáveis, cujo consumo é crescente. De acordo com Waridel (2002) a inserção dos produtores familiares no mercado de cafés especiais, onde os retornos financeiros em geral são mais elevados, é imprescindível para o desenvolvimento econômico e social de grande parte dos produtores de café nos principais países produtores.

De modo geral, as iniciativas de certificação no Brasil ainda são muito recentes, além de serem desconhecidas pela maior parte dos produtores. O apoio de programas de políticas públicas e de instituições com experiência na implementação dessas políticas é essencial para a organização dos produtores, capacitação de técnicos e lideranças locais, e realização de ações que orientem a produção de café de boa qualidade e facilitem o acesso à certificação.

Embora a principal motivação para se obter a certificação seja a maior possibilidade de acesso ao mercado de cafés especiais, independentemente do sistema de certificação, é importante estar sempre buscando a melhoria da

<sup>8</sup> IPEA. Comércio Justo E Economia Solidária No Brasil E O Papel Da Política Pública Na Sua Promoção. Disponível em <[http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3934/1/bmt49\\_econ01\\_comerciojusto.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3934/1/bmt49_econ01_comerciojusto.pdf)> Acesso em

qualidade do café para assegurar a manutenção e/ou a conquista de novos mercados.

### **1.6 Atores envolvidos**

O Comércio Internacional Justo é estruturado de acordo com as relações existentes entre os atores que participam do processo produtivo e da rede do comércio justo. Prezando, no entanto, que a rede tenha o mínimo de participantes e intermediários dentro da cadeia, desde o produtor até o consumidor final. Diferente do comércio tradicional, o qual possui uma cadeia maior e com mais intermediários envolvidos, gerando maior dificuldade na transparência da origem do produto, a cadeia do Comércio Justo possui menos intermediários e o custo agregado ao valor no preço final costuma ser menor (ROCHA; CECCON, 2010).

Os atores do Comércio Justo estão inseridos desde a produção do produto até o seu marketing e sua venda efetiva. Conforme a Federação Europeia de Comércio Justo (EFTA, sigla em inglês) os atores “são todos aqueles e todas aquelas que através do seu trabalho, sua prática social ou as suas ações contribuem para a promoção de um intercâmbio econômico equitativo”<sup>9</sup>. Eles são divididos em produtores, canais de distribuição (grupo de compradores, importadores e certificações) cadeia de comerciantes (lojas e supermercados), associações, ONGs e comunidades envolvidas no desenvolvimento do movimento e enfim o os grupos de Organizações do Comércio Justo.

Os produtores muitas das vezes se reúnem em cooperativas ou sindicatos de trabalhadores afim de criar uma verdadeiro ação conjunta permitindo-lhes compartilhar os ganhos que sua produção atinge. Em seguida existem dois principais canais de comercialização dos produtos que são: a central de compras de Comércio Justo que os importam para distribuí-los posteriormente, e os importadores privados. Neste último caso, as agências de certificação independentes conduzir à certificação dos produtos através do desenvolvimento de critérios adaptados a cada um deles. A rotulagem resultante desta fase torna então possível a introdução em supermercados (por exemplo). Ela permite, além disso,

---

<sup>9</sup> Disponível em <[http://www.efta.int/sites/default/files/publications/bulletins/EFTA\\_Free\\_Trade\\_Relations\\_July-August\\_2006.pdf](http://www.efta.int/sites/default/files/publications/bulletins/EFTA_Free_Trade_Relations_July-August_2006.pdf)> , acesso em 29/01/2017.

evitar usos indevidos do termo “Comércio Justo”. A difusão dos produtos, por conseguinte, tem lugar por meio de um destes dois agentes. Esta fase é essencial na medida em que possibilita a ligação entre produtores e potenciais compradores. Os clientes da cadeia de comerciantes são os supermercados e os varejistas presentes principalmente nos países do Norte (devido à notoriedade ligada ao desenvolvimento dos movimentos do CJ).

Esta cadeia tem um papel vital na evolução deste tipo de comércio por meio de sua cobertura geográfica que oferece uma distribuição mais ampla dos produtos tais como café, cacau, banana, etc. No entanto, a porcentagem do volume de negócios representada por estes produtos certificados é ainda muito baixa. O terceiro grupo de atores são as associações, ONGs e cooperativas que têm um papel de advocacia e são os instigadores da sensibilização dos consumidores sobre a responsabilidade do ato de compra. Eles também efetuam medidas na comercialização de produtos através da criação de seu próprio sistema de distribuição do produto regional ou importações equitativas. Elas apoiam os esforços para organizar novas agências ou criarem programas para o desenvolvimento sustentável. Assessoram e prestam ajuda aos produtores a se adaptarem às normas do mercado interno ou para a exportação (EFTA, 2006).

As Organizações do Comércio Justo têm um papel fundamental na coordenação das ações dos atores em diferentes países. De acordo com Schweickert (2004), podem ser elencadas as quatro principais:

- IFAT (Federação Internacional de Comércio Alternativo)

Conecta os produtores nos países em desenvolvimento com organizações apoiadoras desta forma de comércio no Norte. Possui 148 organizações de 48 países da Europa, América do Norte, Ásia, América Latina e África.

- EFTA (Federação Europeia de Comércio Justo)

Tem como objetivo reunir importadores e compradores e facilitar a divulgação de informações entre os membros. Ela também possui os meios de pressionar a União Europeia e é a fonte de campanhas de informação. O IFAT desenvolveu um sistema de monitoramento para as organizações de fair trade, o que contribuiu para o desenvolvimento da credibilidade dessas organizações junto aos envolvidos no sistema de comércio predominante e os consumidores. Os membros aprovados pela Rede IFAT podem utilizar a sua marca, o que os identifica como organização de fair trade.

- NEWS! (Rede Europeia de Lojas do Mundo)

É a rede europeia de world shops que coordena a cooperação entre as lojas em toda a Europa ocidental. A rede é formada por 15 associações nacionais de 13 países que representam juntos, cerca de 2.500 lojas e que, por sua vez, contam com o trabalho de mais de 100.000 voluntários.

Os objetivos de NEWS! são: Interligar as *worldshops* (lojas em volta do mundo) e as organizações das mesmas em toda a Europa; Iniciar, direcionar e promover campanhas conjuntas; Estimular e apoiar a criação de associações de *worldshops* na Europa; Cooperar com outras entidades, com ênfase nos interesses das *worldshops*.

Com sede em Bruxelas, a NEWS! recebe para seu trabalho recursos da União Europeia e das 15 associações nacionais europeias. A organização está também ativamente engajada no desenvolvimento do Comércio Justo nos novos membros da União Europeia da Europa oriental.

- A FLO (Organização Internacional de Certificações do Comércio Justo)

Criada em 1997 pelas 14 Iniciativas Nacionais de certificação que promovem e comercializam o selo em seus países. Responsável pela certificação de produtores, produtos, indústrias e comerciantes, está sediada em Bonn, Alemanha, e tem hoje 20 membros: os 15 países europeus; Canadá; EUA; Japão; Austrália e Nova Zelândia.

A FLO regularmente inspeciona e certifica organizações de produtores em mais de 50 países – na África, Ásia, e América Latina – envolvendo aproximadamente um milhão de famílias de agricultores e trabalhadores. Foi impressionante a evolução do sistema de monitoramento no período entre 2001 e 2005. O número de organizações de produtores cresceu 127% e o número de comerciantes, 132%. O ano de 2005 foi especialmente significativo, obtendo-se a recepção de mais de 400 pedidos de certificação de novos grupos produtores (SCHWEICKERT, 2004, p. 19).

Portanto, em uma cadeia de Comércio Justo, existem apenas três entidades envolvidas no processo: o produtor, o importador (uma Organização Não-Governamental de Desenvolvimento ou ONGD sem fins lucrativos associada ao movimento) e o vendedor final. Cada um destes intervenientes recebe em média um terço do valor de venda do produto ao público e o consumidor paga pelo produto um preço competitivo e com valor ético (PEREIRA; BLISKA, 2013).

Além de conseguir este equilíbrio de sustentabilidade em toda a cadeia, o Comércio Justo pretende ser também um movimento sensibilizador do consumidor. Ele vê uma relação direta entre suas opções de compra e as condições de vida em diversas partes do comércio internacional. Praticar um comércio responsável tem, assim, implicações que extravasam o âmbito econômico e incluem também as esferas ecológica e social.

Como visto anteriormente, no quesito social o Comércio Justo tem como um de seus princípios a participação econômica feminina na cadeia produtiva. Entretanto, atualmente dos 1,3 bilhões de pessoas que vivem na pobreza, 70% são mulheres (BANCO MUNDIAL, 2016)<sup>10</sup>. Grande parte do percentual da população nas áreas rurais, as mulheres têm que lutar não só para viverem do seu trabalho, mas também para estabelecerem seu lugar na sociedade. Raramente proprietárias de suas terras, ao contrário de seus maridos, elas não recebem diretamente a remuneração que decorre de sua atividade. Elas têm menos ou nenhum peso na

---

<sup>10</sup> THE WORD BANK. Poverty and shared prosperity, 2016. Disponível em <<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/25078/9781464809583.pdf>> Acesso em 16 novembro de 2017.

tomada de decisões na família e no trabalho. No entanto, elas ocupam um lugar proeminente em áreas como artesanato ou produção agrícola (MAXHAVELAAR, 2012).

A situação da mulher na sociedade levanta muitas questões e abordagens distintas. Assim, uma série de autores precursores fizeram contribuições notáveis para as questões de direitos civis e políticos das mulheres bem como seu papel na sociedade e no mercado de trabalho. Tanto os objetos como as abordagens se diversificaram nos últimos anos, alinhando a história das mulheres e do gênero junto à educação, ao trabalho, à sexualidade e representações do masculino e feminino. Alguns estudos focaram no movimento das mulheres e suas muitas lutas pela igualdade (SCOTT, 1990).

Dessa forma, o segundo capítulo deste trabalho visa refletir no papel da mulher em vários setores da sociedade, mas principalmente no econômico, através de uma abordagem baseada no gênero. Esta abordagem reflete um compromisso intelectual para o progresso econômico e social. A segunda parte do presente trabalho trata, então, sobre as formas de medir a igualdade de oportunidades, a evolução da família sob os efeitos da globalização, as diferenças nos estilos de gestão entre homens e mulheres e estatísticas internacionais sobre como são vistas as desigualdades de gênero no comércio internacional tradicional e no Comércio Justo.

## 2. COMÉRCIO JUSTO E GÊNERO NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS

---

O comércio como atividade de troca econômica tem uma longa história, muito antes do seu atual regulamento no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC). A liberalização do comércio significou a redução das barreiras, como medidas protecionistas, para incentivar a concorrência internacional. Embora seja geralmente aceito que a liberalização do comércio é, por si só, o fator chave para o crescimento e o desenvolvimento dos países pobres, a noção de que a liberalização do comércio nem sempre reduz a pobreza e muitas vezes aumenta a desigualdade está se tornando uma realidade cada vez mais tangente<sup>11</sup>.

Ao longo dos últimos anos, as dimensões de gênero no comércio receberam maior atenção dos profissionais de desenvolvimento, formuladores de políticas e da sociedade civil. A relação complexa entre comércio e igualdade de gênero não é mais completamente desconhecida dada ao crescente número de organizações envolvidas no tema comercial, bem como os tomadores de decisões locais, nacionais e internacionais na cooperação para o desenvolvimento. Assim, cresceram os números de informações concisas e disponíveis sobre questões chave de gênero relacionadas ao comércio.

Por conseguinte, a análise do impacto dos acordos comerciais em termos de gênero destaca os links vitais que unem o comércio às esferas de produção de bens e da reprodução humana. Além disso, uma vez que o comércio tem implicações para a igualdade de gênero, a desigualdade de gênero subjacente

---

<sup>11</sup> Diferentes visões chocam sobre o papel do comércio e liberalização do comércio. Alguns acreditam que a liberalização do comércio deve ser conduzida em todos os países. De acordo com esse padrão "liberal", o movimento de bens e serviços seria inteiramente impulsionado pelas forças do mercado. Todas as barreiras ao comércio (como as barreiras tarifárias) devem ser removidas para permitir que os países se especializem em áreas de produção "onde são boas". Isso resultaria em um aumento da produção agregada, levando ao crescimento e à redução da pobreza. No entanto, outros argumentam que alguns países precisam ser protegidos para poder aumentar sua capacidade produtiva - especialmente os países pobres, cujas indústrias estão menos desenvolvidas. Por outro lado, o "protecionismo" é que os países protejam seus mercados através da imposição de impostos sobre importação e para apoiar os produtores nacionais com subsídios (WILLIAMS, 2003).

pode ter um impacto decisivo nos resultados das políticas comerciais, limitando a produtividade, a produção e o crescimento.

Em vários países do mundo, a desigualdade de salários, de acesso aos recursos e à educação, privação de direitos são algumas das separações existentes na relação mulher e economia. Nos cinco continentes, em diversos níveis, limitações são impostas sobre a perspectiva e autonomia feminina que são levadas a viver dependentes de seus maridos, pais ou irmãos. Segundo um relatório produzido pela ONU Mulheres, cerca de 600 milhões mulheres são analfabetas diante do quantitativo de 320 milhões homens na mesma condição<sup>12</sup>.

Na saúde, apesar do estimativo de vida ser superior, entre 350 a 550 mil mulheres morrem todo ano no período da gestação ou durante o parto. São metade das vítimas de AIDS e o número de infectadas dobrou entre 1994 e 2004 (de 7 para 13,8 milhões de mulheres) e 75% delas possuem entre 15 a 24 anos. No setor alimentar, perto de 70% das pessoas que vivem com menos de 1 dólar por dia são de mulheres, segundo o PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento)<sup>13</sup>. Concomitantemente um dos ramos em que as mulheres se deparam com uma maior discrepância na acessibilidade é no acesso às estruturas econômicas.

Em boa parte dos países as mulheres não participam ou pouco participam na tomada de decisões que envolvam o setor econômico. Apesar de que, no mundo inteiro, elas efetuem 2/3 do número de horas trabalhadas e produzam mais da metade dos alimentos. Todavia, recebem apenas 10% dos ganhos totais, são donas de menos de 2% das terras produtoras e obtém menos 5% dos empréstimos bancários. Segundo a FAO (Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação)<sup>14</sup>, 50% da produção agrícola mundial é de inteira responsabilidade das mulheres, em sua maioria nas posições de colheita e posições de base.

---

<sup>12</sup> Disponível em <[http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/ElesPorElas\\_visao\\_geral.pdf](http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/ElesPorElas_visao_geral.pdf)>, acesso em 10/08/2017.

<sup>13</sup> Disponível em <<https://nacoesunidas.org/pos2015/principais-fatos/>>, acesso em 10/08/2017.

<sup>14</sup> Disponível em <<https://nacoesunidas.org/agencia/fao/>>, acesso em 10/08/2017.



De fato, permitir às mulheres de se beneficiarem dos mesmos direitos que os homens ao acesso à produtividade, à propriedade, à educação reduziria sensivelmente a pobreza e favoreceria o rápido desenvolvimento de grande parte das regiões do mundo. Nesse viés, se introduzindo como um modelo alternativo ao crescimento econômico, o Comércio Justo se posiciona pelo bem-estar dos trabalhadores no seio de suas atividades econômicas. Para isso, ele estabelece normas formais que as organizações de produtores devem respeitar, em particular a igualdade entre homens e mulheres.

O Comércio Justo não é, entretanto, uma solução milagrosa às desigualdades causadas pelo sistema econômico vigente. Ele é um dos meios pelos quais as dinâmicas de fluxos comerciais internacionais, de globalização e de economia são promovidas. Todavia, permite que as transformações ligadas ao modelo de desenvolvimento sustentável cheguem ao seio de quem produz. Ele possui o mérito de dar voz às mulheres e meios de emancipação as mesmas. O conceito feminista de empoderamento aplicado ao Comércio Justo baseia-se nas mudanças das condições de vida das mulheres que a ele se integram. Para abordar este tema e exemplificar tais constatações, este trabalho tratou em um primeiro momento sobre o histórico e os conceitos do que seria um Comércio Justo. A partir de então permitirá um entrelaçamento do comércio junto à concepção de gênero, dos movimentos feministas e da economia participativa.

## **2.1 Aspectos históricos**

A luta feminista foi um dos principais movimentos sociais que marcaram o século XX. O anseio das mulheres por uma maior participação envolveu ações em diversos países, apesar de serem notados de modo diferente em cada um deles, denotavam fatores históricos, sociais e econômicos que permeavam a vida feminina naquela época (ABRAMO, 2011). Assim sendo, o conhecimento das condições históricas através dos quais os movimentos nasceram são vitais para que haja um maior entendimento das circunstâncias que levarem seu sucesso em maior ou menor escala. O desconhecimento desses aspectos resulta numa perda de foco sobre as questões que envolviam a opressão da mulher e a busca de suas superações.

Vasconcellos (2014) delimita os fatores que envolviam a sociedade celta da baixa Idade Média. Ela era formada por mulheres livres e detidas de conhecimento empírico, sacerdotisas de templos, dominadoras das mais diversas expressões da arte da cura por meio de ensinamentos sobre ervas e rituais, bem como possuíam um patamar de igualdade de direitos em relação aos homens. Entretanto toda essa liberdade, que lhe conferiam poder político e sacerdotal, não combinavam com a visão que os romanos cristãos tinham da mulher. A partir do momento em que os celtas começaram a ser dominados, elas foram perseguidas, amaldiçoadas e queimadas na fogueira da Santa Inquisição. Foram seis séculos de perseguição as mulheres.

Apenas após a Revolução Francesa datada no ano de 1789 a 1799, houve um marco político divisor entre a Idade Moderna e a Contemporânea por conta da radicalização política que o caracterizou (HOBSBAWN, 1996)<sup>15</sup>. A partir de então, múltiplas questões sexistas e paradigmas impostos entre homens e mulheres começaram a ser desmitificados. Apesar da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão proclamar a igualdade, fraternidade e liberdade, ainda houve uma separação dos gêneros, onde as mulheres foram mais uma vez marginalizadas e destituídas de participar das decisões políticas. Olympe de Gouges, dramaturga e ativista política, reivindicou a que chamaria de Declaração dos Direitos da Mulher e da Cidadã, mas sua ânsia por equidade foi silenciada por uma pena de morte, demonstrando que o direito de igualdade ainda não abrangia todos (AMARAL JÚNIOR, 2011).

Não obstante, foi durante este contexto político e social que as mulheres iniciaram de maneira firme e contínua a reivindicarem seus direitos e uma maior participação na sociedade. São ações que se desenvolveram entre o século XVIII e

---

<sup>15</sup> Segundo o historiador Eric Hobsbawn, se o modelo econômico adotado atualmente na maior parte do mundo inspirou-se na Revolução Industrial, que teve a Inglaterra como país pioneiro, a política e a ideologia que marcaram o mundo contemporâneo foram constituídas pela Revolução Francesa. Sendo, portanto, complementares para a formação do mundo contemporâneo, a Revolução Industrial influenciou poderosamente na forma como se desenvolveram os sistemas econômicos posteriores, e a Revolução Francesa significou a reviravolta no sistema político, símbolo da destruição do absolutismo, do modelo econômico feudal e da consolidação da hegemonia da burguesia no mundo ocidental. Ela forneceu os códigos legais, as ideias, o modelo de organização técnica e científica e o sistema métrico de medidas para a maioria dos países do mundo. A Revolução Francesa tornou-se tão significativa que alguns historiadores a colocam como marco divisor da história, evento que marca a passagem da Idade Moderna para a Idade Contemporânea (HOBSBAWN, 1996).

XIX, através da qual a causa feminina ganhou voz para se consolidar no século XX. De acordo com Anjos Filho (2008) o movimento feminismo, expressão creditada à Charles Fourie, socialista e filósofo francês, em 1837, é uma luta política, tendo seu caráter a busca da igualdade de gênero e não uma superação do homem, mas sim um compartilhamento de vida pública e privada.

É em decorrência desses marcos históricos que as décadas de 1960 e 1970 foram tidas como as grandes propulsoras do feminismo na Europa e EUA. Nesses locais haviam uma maior e fervorosa movimentação cultural e política, servindo de cenário para mulheres como Simone de Beauvoir. Em sua obra “O Segundo Sexo” (1949), a autora trouxe à luz de discursões os fatores chaves de conservadorismos no que chamou de sociedade patriarcal. No Brasil, apesar da ditadura e da repressão militar, houve grande influenciada advinda do movimento feminista borbulhando nos países europeus e norte-americanos através de mulheres que tiveram contato com livros e mulheres feministas (ANJOS FILHO, 2008).

Com o processo de redemocratização do país em 1985, é contemplado na Carta Magna, sob princípios basilares dos Direitos e Garantias fundamentais, a igualdade entre homens e mulheres, com seus direitos e obrigações, nos termos da Constituição, isto que se encontra consagrado no art. 5º, I da CF/88, conforme citado anteriormente. Este direito fundamental à igualdade entre os gêneros terá por conteúdo principal o direito de resistência contra tratamento desiguais, proíbe-se a distinção feita em razão do critério “sexo” ou “gênero”.

De acordo com Leonardo Martins (2014, p. 235):

O caráter peculiar da igualdade garantida a homens e mulheres titulares do direito à igualdade entre gêneros é que, ao contrário do direito geral à igualdade, cujas principais concretizações se dão pela proibição da discriminação baseada na cor, raça, origem, etc., não se trata de uma simples proibição de discriminação negativa, mas também de uma discriminação positiva ou proibição de privilégios.

Entretanto, no cotidiano diário a discriminação proibida na Constituição é vivida em diversas áreas da vida das mulheres, desde o seio familiar tido como âmbito privado, onde maridos e companheiros ditam ações e comportamentos a suas parceiras usando de força física e violência, chegando também à vida pública

onde as diferenças de salários, cargos e assédios são extremamente presentes (FERNANDEZ, 2008). Tem-se, de acordo com o IBGE (2009), uma disparidade salarial, na qual a diferença chega a atingir 28%, onde eventualmente homens e mulheres exercem as mesmas funções recebendo remunerações diferenciadas.

Segundo Araújo e Ferreira (2010), as mulheres se dividiram em algumas vertentes de luta, cada uma buscando a apreciação de que o movimento integre seus anseios específicos. Existem matrizes feministas que hoje possuem em seu aspecto de movimento uma rede emancipada do feminismo genérico. Algumas delas são:

- Feminismo negro

Propagado por Ângela Davis, teórica feminista negra norte-americana, teve seu início através de reivindicações por parte de mulheres negras que se sentiam menosprezadas não apenas pela sua condição de mulher, mas principalmente no que tangia sua raça. Envolvia também a intolerância religiosa devido à desvalorização de religiões de matriz africana.

- Feminismo radical

Com a repercussão e fácil propagação de informações pela internet, este tipo de movimento ganhou grande adesão a partir do século XXI. Ele prega que toda opressão feminina se dá por meio da não atuação dos papéis sociais inerentes aos gêneros, quem assim os defende são denominadas “*radfem*”, buscando o fim do determinismo biológico. Dentro do feminismo radical existem algumas divisões, como por exemplo a TERF, sigla para “*Trans-Exclusionary Radical Feminists*”, ou seja, feministas radicais que excluem transexuais. Essas feministas são completamente contra a participação masculina por considerar os homens opressores por natureza, mesmo estes manifestando a transgeneridade.

- Feminismo interseccional, ou pós-moderno

O objetivo deste é aproximar as demandas de gênero com as de outras minorias que envolvam questões de classe social, deficiência física, orientação sexual, raça, etc. Alguns exemplos desse movimento é transfeminismo, feminismo lésbico e o feminismo negro. Dada a dimensão e diversificação das relações sociais existentes é o movimento mais receptivo à participação dos homens.

- Feministas liberais

Tendo como fonte os ensinamentos do liberalismo clássico de Adam Smith, neste movimento mulheres buscar que a igualdade entre sexos seja assegurada por meio de reformas políticas e principalmente no que tange os setores econômicos. As lideranças em empresas, em posições centrais na política e nas tomadas de decisões dentro de todas as instituições são vitais para a ascensão do movimento feminista.

O questionamento sobre o que é feminismo e o que ele defende ainda vem à tona como uma pergunta complexa a se responder. Diante do que foi exposto as respostas podem variar dentro das várias vertentes. Entretanto, a relação deste trabalho com o feminismo não é o de discutir seu contexto histórico, posicionamentos ou debates atuais. Mas sim o de usar sua ideia principal, a saber a igualdade entre gêneros, como fonte de estudo acerca das mulheres e o comércio internacional.

## **2.2 A questão de gênero nas Relações Internacionais**

No estudo de Relações Internacionais a teoria feminista também possui complexidades e concepções teóricas distintas. Safarti (2005) aborda que tais diferenças sociais envolvem tanto a sexualidade quanto o gênero sexual. A omissão do papel da mulher e principalmente de mulheres autoras nas teorias de Relações Internacionais (RI) é uma das grandes ênfases da teoria feminista sobre o assunto.

A teoria do feminismo passou então a questionar o lugar das mulheres dentro do meio acadêmico das concepções teóricas de RI, para assim inserir a visão das mesmas acerca dos assuntos pertinentes aos temas das relações

internacionais. Ao denotar que as mulheres fazem parte de pelo menos 50% da população mundial, os campos de construções das teorias deveriam ser reformulados. Ao fazê-lo, a teoria feminista propunha revalorizar as perspectivas femininas, visto que para ela o gênero sexual é um parâmetro socialmente construído e não deve ficar à margem das Relações Internacionais (SAFARTI, 2005).

Griffiths (2002) aborda que até a década de 1980, a teoria feminista não possuía grande pertinência no meio acadêmico das Relações Internacionais. Foi apenas nas últimas décadas do século XX que o feminismo conquistou notoriedade nesses estudos. As críticas que a teoria fazia iniciaram ao apresentarem a omissão do papel das mulheres nas funções estatais, políticas, socioeconômicas e de segurança internacional bem como estudos e obras produzidos por elas.

Ao se mencionar a questão de gênero como significados sociais, procura-se enfatizar que essas formas de dar sentido ao mundo não podem ser consideradas “propriedades substanciais, inscritas de uma vez por todas em uma espécie de essência biológica” (BOURDIEU, 1989, p. 17). Nesse sentido, vale destacar as concepções de Bourdieu, quando este estabelece a diferenciação entre homens e mulheres, masculino e feminino, como um processo histórico e contingente. Seu trabalho com relação ao gênero, que ele considera merecedor da atenção dos cientistas sociais em geral, é o de sondar e “demonstrar os processos que são responsáveis pela transformação da história em natureza, do arbitrário cultural em natural” (BOURDIEU, 2005, p. 8).

Desse modo, entende-se que a perspectiva sobre o gênero surge como necessidade de dar sentido social às diferenças anatômicas entre homens e mulheres; a partir dessa divisão criou-se uma realidade sexuada. A grande manobra do trabalho coletivo de construção do gênero é a exclusão dessa criação. Dessa forma explicita-se que:

Os indivíduos, tendo passado a se diferenciarem entre homens e mulheres pela construção de um significado social, são transformados em “naturalmente” diferentes, distintos por expressão intrínseca de suas biologias, e não pelos significados sociais oferecidos a elas. Essa visão é então aplicada para todas as outras coisas da realidade, partindo do corpo

(BOURDIEU, 2005, p. 19-20).

Todavia, nessa linha de entendimento, cabe enfatizar que a passagem da diferença sexual de uma construção social dos corpos para esquemas que afetam toda a realidade tem, um importante impacto na realidade objetiva, e não apenas nos sistemas de percepção. A ênfase nos processos históricos de construção social como origem do gênero não nega a realidade objetiva.

Portanto, não apenas os fatores anatômicos dos corpos masculinos e femininos cria uma atribuição diferenciada de seus papéis na sociedade, mas também um sistema onde oposições homólogas fundamentam o pensamento ocidental tal como a ideia de pares opostos como razão/emoção, alto/baixo, doméstico/internacional como explanado por Bourdieu. Estas concepções são importantes para as interpretações da realidade, pois reforçam a dicotomia dada no tratamento do homem/mulher. Tal noção é essencial na crítica da teoria feminista visto que delibera acerca da construção social e do conhecimento científico nos estudos das relações internacionais.

Segundo Joan Scott, durante os últimos anos muitos dos trabalhos que envolviam o estudo relativo à história feminina substituíram o termo “mulheres” por gênero. Essa troca visava inferir seriedade e erudição aos estudos feministas dos anos de 1980 visto que o termo “gênero” possui uma conotação objetiva e neutra. Em seu livro *Gênero: uma categoria útil para a análise histórica*, Scott aborda que

“Gênero” como substituto de “mulheres” é igualmente utilizado para sugerir que a informação a respeito das mulheres é necessariamente informação sobre os homens, que um implica no estudo do outro. Este uso insiste na ideia de que o mundo das mulheres faz parte do mundo dos homens, que ele é criado dentro e por esse mundo. Esse uso rejeita a utilidade interpretativa da ideia das esferas separadas e defende que estudar as mulheres de forma isolada perpetua o mito de que uma esfera, a experiência de um sexo, tem muito pouco ou nada a ver com o outro sexo. O seu uso rejeita explicitamente as explicações biológicas (...) O gênero se torna, aliás, uma maneira de indicar as “construções sociais”: a criação inteiramente social das ideias sobre os papéis próprios aos homens e às mulheres. É uma maneira de se referir às origens exclusivamente sociais das identidades subjetivas dos homens e das mulheres (...). Com a proliferação dos estudos do sexo e da sexualidade, o gênero se tornou uma palavra particularmente útil, porque oferece um meio de distinguir a prática sexual dos papéis atribuídos às mulheres e aos homens. (...) O uso do “gênero” coloca a ênfase sobre todo o sistema de relações que pode incluir o sexo, mas que não é diretamente determinado pelo sexo nem determina diretamente a sexualidade (SCOTT, 1980, p. 58).

A partir dessa perspectiva exposta por Joan Scott, Monte (2010) destaca que a inclusão do gênero como parte do campo de estudo das Relações Internacionais foi o ponto de partida para o surgimento de um número considerável de abordagens feministas historicamente contextualizados. Algumas dessas abordagens têm ampla bagagem histórica e caráter mais político do que propriamente um programa de pesquisa científico, como as feministas liberais.

Em comum, todas as vertentes do movimento buscam nas instituições e normas do sistema internacional explicações para a assimetria nas relações entre os gêneros e para a construção das identidades baseadas nessa categoria; todas incluem no seu projeto científico uma dimensão política – não apenas de superação da opressão feminina, mas também de construção de uma ordem internacional mais justa, na qual hierarquias, de gênero, classe ou raça não estejam presentes. A ênfase nas instituições não impede que algumas dessas abordagens utilizem métodos empiristas, enquanto outras se concentram na desconstrução do discurso científico tradicional – o uso do gênero como categoria de análise continua sendo o fio de ligação entre elas (MONTE, 2010).

No entanto, indagação em respeito da inter-relação entre linguagem e poder também é o mecanismo fundamental para compreender a inter-relação entre a política internacional e as questões associadas ao gênero. Peterson e Runyan (1999) debatem sobre o enfoque da linguagem ligado à capacidade de atribuir aos indivíduos a via pela qual poderiam conhecer realidade.

Nessa via é possível a identificação das duas possibilidades de trabalhar o gênero como categoria de análise nas Relações Internacionais; uma centrada em aspectos substantivos, outra, em conceituais. Sendo explicitadas da seguinte maneira:

A primeira é chamada posição das mulheres; a segunda, poder do gênero. A primeira é própria das feministas engajadas em estudos empíricos, pioneiras na reflexão sobre as mulheres em Relações Internacionais, ou melhor, sobre a ausência e marginalização das mulheres nos espaços considerados pelas teorias tradicionais como próprios da disciplina – e que, por isso, passaram a buscar as mulheres, indivíduos, nas margens e nos



espaços anteriormente impensados e impensáveis como parte das relações internacionais. Essa categoria engloba as feministas de ponto de vista – em algumas interpretações, feministas radicais ou feministas da diferença – e as feministas marxistas, ou socialistas (PETERSON, RUNYAN, 1999, p.28).

A construção política dos gêneros inicia-se na relevância dado às atividades e papéis exercidos pelo homem. Este enaltecimento é o que geraria a desigualdade nos setores cotidianos da vida social. Existe uma estrutura de poder intrínseco causador da hierarquia masculina nas esferas sociais e políticas, tornando algumas das atividades exercidas nessas esferas como próprias do homem. Enquanto outros de menores prestígios ou associadas a um menor poderio físico e intelectual às mulheres.

Logo, a associação que a questão de gênero cria é de que, as práticas, instituições, perspectivas e indivíduos que são definidos como masculinos só o são como forma de opor aquilo que é feminino. O tratamento inferior dado à “coisa feminina” passa então a configurar autoridade, poder e privilégio à “coisa masculina”, auferindo um menor acesso de recursos, posições de autoridade e poder às mulheres (PETERSON; RUNYAN, 1999, p.31).

O antagonismo dado ao trato do gênero no acesso aos setores políticos, econômicos e sociais atingem a posição inerente ocupada pela mulher. As Relações Internacionais pouco abrangem o modo pelo qual a visão e interpretação do mundo está delimitada pelo gênero. Diversos sistemas e instituições são responsáveis pela hierarquização dos poderes políticos e econômicos e internalizam esses pressupostos como parte de sua identidade. O controle social que preserva e perpetua essa internalização é feito pela família, leis e mercado financeiro. Estereótipos naturalizam e fundamentam estruturas sociais categorizadas (BARROS, 2006).

No estudo das Relações Internacionais, o poder é conhecido como o modo de influenciar ou exercer controle sobre algo ou alguma coisa. A definição em si de poder revela uma premissa masculina de força, dominação e comportamento viril. Assim, o conceito de poder acaba descartando a figura feminina, frágil e submissa de uma plena participação social se as mesmas não adotarem uma

aparência masculinizada e livre de feminilidades. O poder como sendo algo masculino também exerce domínio ao organizar as instituições sociais conforme seus preceitos enquanto, historicamente, as mulheres são situadas em instituições de base e com funções mais comunitárias. Butler (2003) esclarece que o efeito desse “poder de gênero” é de formar distinções de tratamento desigual a homens e mulheres no campo internacional. A proposta da autora passa então a ser a superação da tentativa de construir um sujeito universal que reúna todo feminismo, buscando categorizar as mulheres em uma só. A identidade, representação discursiva do sujeito, deve ser então um local aberto ao debate e à contestação, caso for. Assim, não haveria imposição ou coerção da parte de outrem, mas sim um espaço democrático e participativo às mulheres e seus papéis sociais (BUTLER, 1993, p. 21-22).

As estruturas sociais, processos físicos e discursos que perpetuam a posição exercida pelas mulheres é o foco do estudo pós-positivista, e é neste contexto que o feminismo cria bases mais sólidas nas RIs. Tickner (1997) analisa que a ausência de discursos femininos no âmbito das Relações Internacionais acontece devido a afluência (e quase predominância) masculina de autores. Segundo ela, a orientação normativa afere aos estudos de gênero um viés pós-positivista. As metodologias usadas no primeiro e segundo debate das RIs usam a “solução de problemas” como forma de aceitarem a ordem internacional. O uso dessas abordagens epistemológicas não se concilia com o pressuposto feminista de alcançarem uma “ação estratégica” para a alteração da ordem imposta (TICKNER, 1997, p. 620). Em seu livro *Gender in International Relations: feminist perspectives on achieving global security* (1992), ela demonstra o modo que as relações internacionais privilegiam o sexismo ao marginalizar as vozes feministas. Uma de suas críticas é o pensamento que associa conceitos como nacionalismo e cidadania ao masculino através do serviço militar.

O gênero e suas muitas representações desempenham um papel na perpetuação de certas relações de poder dentro da política global. Esse papel se torna mais importante quando afeta um conjunto de micro poderes na vida cotidiana. Esses eixos de reflexão foram colocados por Cynthia Enloe no estudo das relações internacionais através do seu livro mais conhecido intitulado *Bananas, beaches and*

*bases* (1990), que permeia o fato de não haver lugar para o estudo de trabalhadores, refugiados, movimentos sociais, mulheres e gênero na política global. Enloe critica o fato de que esses fenômenos, e muitos outros, são ignorados com o pretexto de que eles não pertencem à políticas elevadas.

*Bananas, beaches and bases* (1990) é dividida em nove partes, correspondendo a tantas áreas onde Enloe aborda o papel desempenhado pelas mulheres, gênero e representações sociais de feminilidade e masculinidade na política global. Dentre eles o turismo, o nacionalismo, a vida cotidiana nas bases militares, as relações diplomáticas, a publicidade, as finanças internacionais, força de trabalho feminino na agricultura, o mercado de criadas e prostitutas, bem como o comércio, são revisados através de ângulos que o não encontramos na teoria política internacional tradicional. Por um lado, a autora traz esses novos objetos, mas também mostra que os domínios tradicionais são mais sexistas do que parecem ser. As representações da masculinidade e da feminilidade são perpetuadas através de “um exercício diário de poder nos níveis locais, nacionais e internacionais” (ENLOE, 1990, p.40).

Muitos dos trabalhos das décadas de 1970 e 1980, particularmente na teoria política, ecoaram o lema das feministas da segunda onda, quebrando as formas tradicionais de pensar sobre os limites da esfera política e o próprio objeto da ciência política. Jean Bethke Elshtain possui um importante papel na análise do gênero nas relações internacionais. No que tange a divisão de tarefas nas esferas públicas e privadas, ela explora a forma pela qual esta distinção é concebida na evolução da política em sua obra *Public man, private woman* (1981). O livro fornece um parâmetro de como os papéis dos indivíduos na sociedade é feito através de escolhas sexistas. Ela também estabelece uma crítica ao enfatizar que a esfera política é associada quase sempre a características masculinas.

A lista proposta aqui sobre os usos do gênero na ciência política e no subcampo da análise das políticas públicas não pretende ser exaustiva, muito pelo contrário. Entretanto, esperamos a proliferação de métodos e abordagens teóricas que visem explicar a dimensão de gênero nos fenômenos políticos, visto que o gênero é desestabilizado e reconfigurado em diferentes processos. Assim, tornar

este status de gênero explícito na análise ajuda a garantir a consistência entre a metodologia empregada e as premissas teóricas.

#### **2.4 Gênero nas transações comerciais: comércio tradicional e Comércio Justo**

Sobre a questão homem ou mulher, para Muraro e Boff (2010, p. 16), “ambas as categorias atravessam as sociedades históricas, trazem à luz os conflitos entre feminino e masculino e definem forma de representar a realidade social e intervir nela”. Essas questões ampararem ainda mais a separação entre homens e mulheres e, logo, as crises históricas vividas.

O conceito de gênero contribuiu para a fixação das funções dadas ao ser feminino e masculino. Foi o que socialmente estruturou os papéis atribuídos aos homens e mulheres dentro do público e do privado (MENDES, 2011). Apesar de ser um conceito relativamente novo no domínio dos estudos acadêmicos, ele integra vários domínios do relacionamento social, privado ou público, dos indivíduos. Logo, essas redes de relações facilmente também se dissipam para as esferas que vão além das fronteiras internacionais.

O feminismo, como movimento social, possui uma base de identidade que se desdobra entre as comuns e aquelas baseadas nos gêneros. Ele perpassa fatores fundidos apenas nos conceitos biológicos, criando uma predominância no que tange os aspectos culturais do que seja o feminino, e quais seriam seus espaços de atuação na sociedade. Estruturas subjetivas construídas juntamente das concepções sociais acerca de diferentes assuntos definiram os contrastes dos papéis atribuídos ao homem e mulher, cujas complexidades levaram ao que hoje chamamos de relações de gênero.

As relações de gênero são, antes de mais nada, construções sociais. A teoria construtivista das relações internacionais tem como foco o argumento de que a realidade é a) socialmente construída, b) que as estruturas sociais são definidas pelas ideias e não apenas por forças materiais, c) que as identidades e interesses também são construídos por essas ideias. Dessa forma, ideias e normas são

fundamentais para a constituição da realidade dos agentes. Os atores envolvidos na construção dessa realidade estão imersos numa estrutura social que os constituem e que por fim, também é constituída pelo processo de interação dos mesmos. Essas estruturas criam para si fenômenos subjetivos tais como poder, significados e ordens, que se tornam dependentes entre si (WENDT, 1999, p. 88).

Embora os fenômenos que explicam a situação do emprego das mulheres sejam complexos, muitos são conhecidos e analisados. Em consonância com a evolução da regulamentação social, as análises incidem principalmente nas desigualdades ocupacionais entre mulheres e homens, em detrimento do acesso ao emprego.

Nessa linha de entendimento, Guizelini (2009) destaca que os estudos dos movimentos feministas buscavam alcançar direitos iguais e o desejo da mulher de se inserir no mercado de trabalho. As situações de emprego das mulheres estão ligadas a uma multiplicidade de fenômenos, referindo-se tanto a uma abordagem macroeconômica quanto à relação entre a situação econômica e o emprego das mulheres e uma abordagem institucional do papel das políticas públicas sobre desigualdades no emprego entre indivíduos. E é justamente a essa questão que o trabalho ora formulado alude, ao investigar a posição ocupada pelas mulheres, tanto no que se refere ao comércio tradicional quanto ao comércio justo.

A luta delas contra as formas de opressão a que eram submetidas foi denominada de feminismo e a organização das mulheres em prol de melhorias na infraestrutura social foi conhecida como movimento de mulheres. O movimento feminista, sobretudo nas décadas de 1960, 70 e 80 conquistou a palavra e desempenharam um papel fundamental, inscrevendo o feminino como uma categoria essencial para uma política de identificação cultural. Mas, conforme destacado anteriormente, começaram quase um século antes, quando as mulheres ocupavam de forma definitiva os espaços nas ruas, no trabalho, nas escolas, nas universidades e na política (NANDI, 2012).

As mulheres que assumiram o movimento feminista foram tidas como imorais e discriminadas pelos homens e também pelas mulheres que não aderiram

ao movimento. Durante a industrialização do século XIX, elas trabalharam principalmente nas indústrias de têxteis, roupas, tabaco e calçados em salários que eram metade dos homens. O seu serviço ainda era utilizado no vasto setor terciário em pleno desenvolvimento no final do século XIX (escritório e lojas de departamentos). A partir das duas grandes Guerras Mundiais (1914-1918 e 1939-1945), as mulheres passaram ser uma fonte de trabalho abundante, assumindo o controle dos homens, que foram ao campo de confronto, tanto nas fábricas quanto nos escritórios. Depois do término das batalhas, quando tudo voltaria ao normal, as mulheres não se conformaram em ter de voltar à rotina em prol da casa e do marido.

De acordo com Simões (2011), naquele tempo, em geral, as mulheres que trabalhavam ou eram viúvas ou não eram casadas e tinham filhos para criar. Elas trabalhavam fazendo doces, costurando, ensinando a tocar piano e ganhavam pouquíssimo com suas atividades. As trabalhadoras tinham jornadas de trabalho de 14 e 18 horas diárias e seus salários eram irrisórios. Nesse contexto, apesar de serem altamente exploradas e receberem salários muito inferiores aos do homem, esse trabalho permitiu às mulheres uma independência econômica que antes não tinham.

Com o passar do tempo, portanto, a mulher foi ocupando cargos e lutando por melhorias de salários, redução na jornada de trabalho, licença-maternidade, direito de voto. Conquistou, ainda, o acesso às profissões de nível superior (como medicina, advocacia, engenharia, entre outros). Entretanto, o interesse das ciências sociais no trabalho feminino não era manifesto. Existiam poucos ou nenhuma palestras e estudos que envolvesse as categorias de sexo. Estas categorias aparecem na sociologia empírica sob a forma de cruzamento estatístico, sem ser interpretado na ótica sociológica. A sociologia do trabalho ou a educação trata apenas do gênero masculino, confundido com a raça humana. No entanto, algumas mulheres sociólogas passaram a se interessar pelo status das mulheres e então a vislumbrar as desigualdades entre as atividades profissionais.

Entre os sociólogos que lidam com o trabalho das mulheres, existem três correntes teóricas. Guilbert (1966) enfatiza a centralidade do trabalho no papel masculino e sua pesquisa baseava-se na corrente marxista. Sullerot (1968) destaca

a condição das mulheres no mercado de trabalho e sua especificidade. O seu trabalho decorre de pesquisas demográficas sobre as composições da família. Foucault (1967) aborda a exploração doméstica das mulheres e as relações de poder na família e, mais geralmente, nas relações entre os sexos. Seus estudos foram herdados do trabalho das feministas anglo-saxãs na exploração doméstica e na redefinição do trabalho.

No que tange os cargos e remunerações dentro do mercado de trabalho, cabe ressaltar que, segundo Simões (2011), a remuneração média feminina é inferior à masculina em todos os níveis de escolaridade, sendo as maiores diferenças verificadas nos graus de instrução superior incompleto e superior completo. Apesar de tantas dificuldades, as mulheres conquistaram um espaço de respeito na sociedade. A renda salarial das mulheres é 24% menor que a dos homens em 2014, de acordo com o Instituto Nacional de Estatística e Estudos Econômicos (INSEE)<sup>16</sup>. Embora as desigualdades diminuam ligeiramente (em 27% em 1995), elas permanecem muito marcadas entre os gerentes e os assalariados de alta renda. De acordo com Hueck (2011, p.55):

Não se pode esquecer que tanto mulheres quanto homens exercem inúmeros papéis em sua vida cotidiana. Participam da dinâmica social das mais diversas formas, transformam-se de acordo com diferentes situações vividas, não se comportam da mesma maneira o tempo todo e também o que é motivo para discriminação em uma situação não o é em outra. As mulheres têm uma abordagem mais colaborativa do que a dos homens.

Parte da diferença salarial é explicada pelo uso mais frequente de empregos a tempo parcial e menos valorizados: 44,8% das empregadas femininas estão concentradas em alguns setores de baixa remuneração, como administração pública, saúde, educação ou ação social, de acordo com o INSEE<sup>17</sup>. No entanto, ao comparar os salários com condições equivalentes (setor, tempo integral, idade, etc.), mantêm-se uma diferença de 9,9%. A discriminação no início de uma carreira é ainda mais marcada no final da vida profissional. Devido às diferenças salariais, as mulheres se aposentam, em média, um ano depois do que os homens, com direitos à pensão inferiores a 42%. No entanto, o INSEE observa que os direitos conjugais e familiares (como uma pensão de reversão) permitem reduzir essa diferença para

---

<sup>16</sup> Disponível em <<https://www.insee.fr/en/statistiques/2966620>>, acesso em 10/07/2017.

<sup>17</sup> Disponível em <<https://www.insee.fr/en/statistiques/3129207>>, acesso em 13/08/2017.

26% em média.

Todos esses estudos mostram que as especificidades do trabalho das mulheres no comércio tradicional são derivadas de construções sociais, que são elas próprias produtos da história. Essas construções subjazem à separação entre produção e reprodução, que são determinadas em conjunto pelo emprego e a família. A análise de itinerários não limitados ao campo profissional ou ao campo da família destaca suas conexões complexas e a carga familiar das mulheres casadas em relação ao trabalho. Assim, diferentes momentos de socialização são identificados: a família de origem, a família de pertença, os sistemas de formação, a constituição das identidades sexuais no trabalho.

Em contrapartida, no Comércio Justo atenção dada ao status das mulheres nas organizações é realizada através do estabelecimento de sistemas que permitam que elas participem em espaços de decisão (tanto na organização quanto em outros espaços políticos e/ou sociais) e também através de diferentes apoios à programas de treinamento identificados por mulheres e para mulheres. Como no caso de alfabetização das que não tiveram oportunidade escolar, criação de lojas para venda de produtos básicos e entrega de máquinas agrícolas.

Existe uma lista de critérios, aprovada por todas as organizações membros da EFTA, que é submetida a organizações de produtores e cooperativas. Dentre eles, dois tipos de critérios: os “básicos” que devem ser aplicados para iniciar um contrato de parceria com o Comércio Justo os critérios do “processo secundário”, nos quais os parceiros se comprometem a respeitar todos os princípios do Comércio Justo por longo prazo. Os “critérios básicos” para as mulheres são os salários e a participação.

Segundo o Plano de Apoio Científico à Política de Desenvolvimento Sustentável (PADD)<sup>18</sup> de 2006, o interesse das mulheres em participar de práticas de economia solidária, como o do Comércio Justo, supera em muito os aspectos econômicos do aumento de renda. Se, no início, o projeto econômico lhes permite

---

<sup>18</sup> Disponível em <<http://orbi.ulg.ac.be/handle/2268/3962>>, acesso em 13/08/2017.



independência financeira no seio familiar, com o decorrer do tempo não se torna mais a prioridade. Elas atribuem muito mais importância ao desenvolvimento social, aos espaços de discussão e troca que são criados dentro da organização. Elas se concentram em questões relacionadas aos objetivos de desenvolvimento, bem-estar, igualdade de direitos e oportunidades.

Ao contrário das empresas tradicionais, as organizações de produtores envolvidas no comércio justo têm o principal papel de promover o bem-estar de seus membros. Eles são, portanto, muitas vezes configurados com o objetivo de alcançar um melhor equilíbrio entre trabalho e vida familiar, oferecendo mais flexibilidade na programação ou por arranjos apropriados que beneficiem principalmente as mulheres nessas comunidades.

Segundo a Revista das Lojas do Mundo de 2006<sup>19</sup> existem casos exemplares de mulheres inseridas no Comércio Justo. Um deles é o do Círculo de Secadores em Burquina Faso, onde quatro membros do conselho deliberativo são mulheres. Das dez unidades de secagem, sete são administradas por mulheres e no total há trezentas parceiras femininas em uma equipe de trezentos e trinta pessoas. No entanto, não são casos unânimes, em Greenet na Tailândia, apenas uma das doze cooperativas básicas é administrada por uma mulher.

## **2.5 Análise feminista do Comércio Justo**

O movimento Feminista surge na busca da igualdade entre a mulher e o homem, e não se caracteriza apenas como uma luta quanto ao acesso ao mercado de trabalho, mas também quanto à liberdade da mulher perante a sociedade. Conforme visto anteriormente, de um modo geral, nas Relações Internacionais, as perspectivas feministas ganharam visibilidade em diferentes proporções. No que tange as abordagens construtivistas e pós-modernas, o feminismo foi impulsionado pelos esforços de mulheres que estavam inseridas nos estudos das RIs e que assim

---

<sup>19</sup> Disponível em <[http://www.mdm.ch/sites/default/files/exaequo/ex\\_aequo\\_16.pdf](http://www.mdm.ch/sites/default/files/exaequo/ex_aequo_16.pdf)>, acesso em 13/08/2017.

perceberam a falta de uma visão feminina acerca da política, sociedade e ordem internacional (SYLVESTER, 1996, p. 254).

A globalização tornou o mercado de trabalho um setor competitivo e que demanda cada vez mais novos modelos de organização nos processos produtivos. Tal transição no mundo globalizado e capitalista fizeram emergir as terceirizações, os contratos informais, os trabalhos em tempo parcial e condicionais foram advindos do receio pela desarticulação das formas tradicionais de trabalho. A crença no emprego estável, bem pago e por tempo indeterminado, construída no auge do capitalismo industrial no pós-Segunda Guerra Mundial, desmoronou (WÜNSCH FILHO, 2004).

Esse cenário iniciou a prerrogativa para uma maior participação feminina no mercado de trabalho. Isto aconteceu não apenas pela carência de recursos financeiros no seio familiar, mas também pelas mudanças de comportamento que a sociedade viveu na transição de um mundo cada vez mais globalizado. Bruschini e Lombardi (2003), indicam que as transformações demográficas, socioculturais e econômicas das famílias foi um dos principais fatores para a inserção da mulher à atividade produtiva, e não apenas a necessidade de renda.

A alteração do comportamento feminino como o de optarem pela quantidade de filhos e pelos meios de anticoncepção, gerou um cenário onde mulheres se tornaram cada vez mais as chefes de famílias. Bruschini e Lombardi (2003) destacam também os movimentos feministas dos anos de 1970, que impactaram no papel social exercido pela mulher. O que ocasionou, também, uma expansão e aceitação da presença feminina no mercado de trabalho.

O mercado de trabalho vem buscando medidas para incorporar mudanças ao conciliar a inserção de indivíduos de ambos os sexos aos setores corporativos. Nessas áreas homens e mulheres tentam trabalhar com habilidades e perspectivas similares, buscando atuar em prol de suas carreiras. Segundo Chiavenato, “A diversidade nas organizações está trazendo como consequência o tratamento individualizado e personalizado das pessoas para aproveitar todas as suas características, habilidades e competências” (CHIAVENATO, 2005, p. 188). Porém,

tanto em grupos que trabalham com artesanato, confecções, agronegócios bem como em produtos reunidos em associações ou cooperativas, as mulheres são geralmente sobre representadas. Ou seja, em vários ramos do mercado, desde a produção manual até grande corporativas, o comércio internacional é atravessado por questões relacionadas ao gênero (POLANYI, 1969).

Falar de Comércio Justo significa mais do que apontar os avanços significativos do movimento nascido nos anos 60, das Lojas do Mundo e importadoras criadas, para além dos milhares de voluntários em todo o mundo que apoiam a causa. De fato, desde o seu surgimento, este movimento evoluiu na medida em que os contextos em que se inseria foram alterando-se (VIVAS, 2010).

Nos diversos países onde está presente, o Comércio Justo tem assumido modelos de desenvolvimento distintos, fomentando debates críticos acerca do próprio movimento e consolidando novas estratégias de trabalho e formas de intervenção. Neste sentido, para além de fortalecer as relações entre os trabalhadores à volta de um projeto econômico, social, político, cultural e educativo, tem a valorização do trabalho como fator fundamental, contrariamente à lógica capitalista dominante que fragmenta as pessoas, dividindo-as entre vendedoras e compradoras da força de trabalho. Sendo assim, cultiva-se a ideia de “trabalho criação”, no qual homens e mulheres buscam desenvolver as suas capacidades individuais em prol de um projeto coletivo, assumindo o controlo de todo o processo de produção, gestão, distribuição, troca e consumo ético e crítico (MIRANDA, 2012).

De um modo geral, por mais de três décadas, a cooperação internacional tem desenvolvimento focado especificamente nas mulheres e na realização de suas ações. Desde então, muitas tentativas foram feitas e os atores de cooperação realizaram dinâmicas para incluí-las no desenho de suas políticas, com abordagens de desempenho que fizeram uso instrumental das mulheres para maximizar a eficiência de suas ações, bem como outros comprometidos em maior ou menor grau com a transformação de relações de gênero desiguais.

Por outro lado, cabe destacar que as mulheres têm tido grande destaque em várias iniciativas de economia e comércio, principalmente no que diz respeito ao

contexto econômico mundial, sendo nessa linha inseridas ao âmbito do Comércio Justo, que por sua vez surge como alternativa viável para proporcionar aos pequenos empreendedores o acesso ao mercado em condições mais justas.

Resultam então, questões que podem ser consideradas fundamentais como, por exemplo, saber se as mulheres encontram no contexto de funcionamento do Comércio Justo um caminho para a emancipação ou se a luta constante por um espaço reconhecido recorrente entre o gênero feminino acaba reproduzindo os mecanismos da sua própria exploração.

O conceito de empoderamento é fundamental na análise do papel das mulheres dentro do Comércio Justo. Partindo de uma perspectiva feminista, o termo *empower* pode ser traduzido a partir dos verbos transitivos autorizar, permitir, habilitar (STOTZ, ARAÚJO, 2004). Segundo Kleba e Wendausen (2009, p. 739) o termo sintetizado a partir de alguns autores significa:

Aumento do poder, da autonomia pessoal e coletiva de indivíduos e grupos sociais nas relações interpessoais e institucionais, principalmente daqueles submetidos a relações de opressão, discriminação e dominação social.

Assim, o empoderamento é um processo de tomada de consciência e de desenvolvimento das competências pelas quais as mulheres adquirem uma capacidade de agir de forma autônoma. Elas podem então se emancipar do poder e da influência exercida pelos homens sobre elas. Mesmo nas cooperativas que são lugares onde os produtores devem se organizar coletivamente, existem desigualdades. Desde o direito de se afiliar, do direito a voto ou de participar no exercício da gestão da cooperativa, as mulheres são geralmente menos inseridas no processo. Para tentar reverter tais situações, várias iniciativas foram postas em práticas dentro das cooperativas tais como mecanismos de consulta, comitês próprios, inclusão nas tomadas de decisões, como também rodas de conversas com homens e mulheres alternando seus discursos.

Entretanto, um dos maiores modos de empoderar as mulheres envolvidas nas cooperativas que praticam o Comércio Justo são através das estratégias que permitam a elas de se tornarem proprietárias de suas próprias terras e de seus

meios de produção. Ao redor do mundo existem vários exemplos de casos em que mulheres se utilizaram dos parâmetros do Comércio Justo na economia local, como as cooperativas Kuapa KoKoo em Gana e Femenino no Peru.

No Peru uma iniciativa partida de produtoras aconteceu em 2004 com o lançamento do Café Feminino. Cerca de 464 mulheres se uniram numa cooperativa composta unicamente por pessoas do gênero feminino. Elas instauraram critérios e regras a serem seguidas por elas mesmas e por seus parceiros. Na serra peruana, onde iniciaram a produção, poucas mulheres tinham acesso à propriedade privada e a um nível de vida decente. A desigualdade entre gêneros, a pobreza e o abuso das quais eram vítimas fazia com que as mulheres que cultivavam os grãos não tivessem quaisquer direitos, nenhum lucro ou reconhecimento.

As fundadoras do projeto tiveram a iniciativa de conduzirem todas as etapas de produção, as vendas e como o dinheiro obtido no comércio seria investido. As produtoras pediram que todas as pessoas que ministrassem cursos profissionais ou que trabalhasse como conselheiro fosse uma mulher. Para elas, tal perspectiva ofereceria assim às produtoras um exemplo positivo de mulheres que ocupassem posições ou cargos tradicionalmente masculinos. Elas exigiam o mesmo de seus parceiros comerciais. Todos os contratos de venda deveriam ser negociados por uma interlocutora feminina e todos os parceiros deveriam ter pelo menos uma mulher no seu conselho administrativo. Hoje, cerca de 1 500 mulheres cultivam café em colaboração com a Feminino.

Em Gana, país situado ao leste da África ocidental, segundo o Observatório de Economia do MIT, possui uma economia voltada à extração de recursos naturais e agricultura. Os principais itens exportados são o ouro, a madeira e o cacau. Depois da liberalização da produção de cacau em 1993 sob a ordem do FMI, mais de 45 mil produtores reunidos em 10 vilarejos se reagruparam em cooperativas divididas em três níveis: local, regional e nacional e assim nasceu a Kuapa Kokoo. Em se tratando das mulheres, anteriormente elas eram confinadas às tarefas tais como a educação das crianças e coleta de água nos poços para irrigação dos cultivos. Mas com adoção do modelo de cooperativa participativa do Comércio Justo, as mulheres passaram a ter acesso ao crédito para comprarem

terras cultiváveis e podendo se tornarem membros da Kuapa Kokoo de forma igualitária.

A cooperativa conta hoje com 10 mulheres das 16 vagas no conselho administrativo e com mais de 80 mil trabalhadores ativos. Ela colhe cerca de 45 mil toneladas de cacau por ano, dos quais 50% são revendidos aos compradores do Comércio Justo. Oferece às mulheres estágios para adquirirem novas competências tais como a de fabricação de sabonetes, permitindo obterem outro meio de sustento fora do tempo da colheita.

A participação das mulheres no Comércio Justo não obedece a fronteiras, crescendo mundialmente a presença feminina nos negócios, aos poucos cada vez mais os países vêm investindo em gestões femininas, visando os bons resultados já atingidos por elas. Segundo Arcoverde (2013, p. 1):

No mundo, as mulheres ocupam 24% dos cargos de liderança, que incluem presidentes, vice-presidentes e diretorias, um aumento de três pontos percentuais em relação ao ano passado. Já no Brasil, elas ocupam 23% da alta gestão, número similar à média mundial – no entanto, no país houve queda de três pontos percentuais.

Todavia, apesar de já ter conquistado seu espaço no mercado, as mulheres ainda lutam por reconhecimento em cargos de gestão e liderança, elas ainda sofrem muito preconceito para chegar à cargos maiores, elas precisam ter muita habilidade para provar que são muito melhores que seus concorrentes na hora de disputar por uma determinada vaga ou promoção. Segundo Cabral, (2007, p. 01), “as qualidades femininas começam a ser percebidas no mercado do Comércio Justo e, cada vez mais, passam a integrar o perfil desejado nos cargos estratégicos das organizações”.

Após as exposições inseridas neste capítulo, podemos concluir que o gênero não se refere somente à enumeração das categorias de homens e mulheres, mas implica uma reflexão mais profunda enraizada nas relações de poder/submissão. Dessa forma, de acordo com Henrieta Moore (2009), o verdadeiro empoderamento das mulheres através das políticas de desenvolvimento passaria pelo reconhecimento oficial delas como agentes de mudança, o reconhecimento de

suas experiências, uma forte incidência das suas demandas e uma mudança significativa nas estruturas de poder patriarcal.

Assim sendo, o terceiro e último capítulo do presente trabalho tratará sobre as maneiras que o empoderamento feminino vem sendo introduzido nos setores econômicos. Através da consolidação do papel da mulher no mercado de trabalho, houve um aumento nas demandas de maiores mudanças nas concepções culturais que legitimam desigualdade e estão na base das transformações nas estruturas. Dessa maneira, para que haja um posicionamento quanto à hipótese de que o Comércio Justo seria benéfico para o mercado de trabalho feminino, é necessário contrapor os dois tipos de comércio: o tradicional e o alternativo.

### **3. O PAPEL DA MULHER NO DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL TRADICIONAL E NO COMÉRCIO JUSTO**

---

Nas últimas décadas a mulher conquistou o seu espaço no ambiente profissional, e começa a ser economicamente mais ativa nas sociedades em que está inserida, bem como dentro da estrutura econômica do comércio internacional. Em contraste com a época da ampla predominância do sistema patriarcal, a mulher do século XXI imprime mudanças significativas na sociedade, deixando aos poucos o papel de coadjuvante em determinados segmentos sociais e profissionais, passando a contribuir para o avanço e progresso social e para o desenvolvimento dos seus países.

Conforme visto nos capítulos anteriores, o comércio internacional abrange vários setores de suma importância no desenvolvimento percorrido pela humanidade, mas a sua relevância econômica, social e política se tornou crescente nas últimas décadas. O avanço industrial, dos transportes, o processo de globalização, o surgimento das corporações multinacionais, causaram grande impacto no incremento deste comércio. O aumento do comércio internacional pode ser relacionado com o fenômeno da globalização. Logo, este se associa às discussões das mais variadas temáticas, como, por exemplo, a questão do gênero, especificando o papel da mulher nas relações comerciais em um contexto internacional.

#### **3.1 A presença da mulher**

A relação entre o comércio internacional e o desenvolvimento já vem sendo demonstrado por diversos estudos. No entanto, é preciso cautela na condução das negociações comerciais para que o comércio de fato contribua para o desenvolvimento dos países envolvidos nas relações internacionais. Mais do que uma preocupação com o desenvolvimento econômico, o fato é que o resultado das



negociações comerciais pode influenciar e, em geral, influencia o desenvolvimento dos indivíduos também (ALMEIDA, 2014).

Nesse sentido, a abertura indiscriminada dos mercados já se mostrou ineficiente para a sustentabilidade do comércio e inapropriada para a promoção e proteção dos direitos humanos ou de um perfil que busque igualdade para todos. Segundo Amaral (2012), apesar de uma atual agenda pró desenvolvimento na Organização Mundial do Comércio (OMC), ainda são fortes as pressões por decisões favoráveis apenas a um ou outro grupo e que não levam em consideração as demandas do desenvolvimento e a busca constante pela igualdade.

O comércio internacional, portanto, é visto hoje como peça fundamental para o desenvolvimento de um país e fator de influência em diversas outras áreas de direito internacional, tal como a proteção dos direitos entre os gêneros. Nota-se que a participação no comércio internacional e as negociações comerciais podem influenciar de forma relevante a luta pelos direitos de igualdade entre os gêneros.

Todavia, na atual conjuntura, nenhum Estado pode prescindir de relações com outras nações, em especial no que tange às relações comerciais. Ocorre que o processo de aproximação entre os países não aconteceu, como visto anteriormente, de forma equitativa e atualmente vive-se um cenário de desigualdades sociais e econômicas entre os países. Segundo Perrone,

Essas desigualdades refletem uma situação em que predominam modelos de dominação e dependência nas relações comerciais internacionais, marcadas pela concentração do poder econômico nas mãos dos países desenvolvidos. Essas discrepâncias acarretaram, em pouco tempo, em dificuldades de alguns países desenvolverem-se internamente e impediram consequentemente, o avanço dos direitos pelas igualdades no plano interno desses países menos desenvolvidos (PERRONE, 1998, p. 69).

Porém, a impossibilidade de um desenvolvimento econômico e social interno ideal não pode ser alegada como justificativa para que um Estado deixe de garantir e proteger os direitos de trabalho independentemente de sexo. No entanto, um maior desenvolvimento dos países deverá contribuir inevitavelmente para maiores possibilidades de realização de igualdade. Por este motivo, o tema do desenvolvimento socioeconômico dos Estados menos desenvolvidos é tratado como

uma das maiores preocupações internacionais da atualidade (CELLI, 2015).

Assim sendo, as relações econômicas e comerciais entre os países passaram a ser analisadas de forma mais crítica, uma vez que a participação efetiva de um Estado nas relações internacionais funciona como importante ferramenta para o desenvolvimento interno deste país e, conseqüentemente, para a garantia dos direitos de igualdade pois a globalização representa uma “(...) mudança ou transformação na escala da organização social que liga comunidades distantes e amplia o alcance das relações de poder nas grandes regiões e continentes do mundo” (HELD E MCGREW, 2001, p.13).

O relatório “Perspectivas Sociais e Emprego no Mundo - Tendências para Mulheres 2017” da Organização Internacional do Trabalho (OIT) mostra que reduzir as desigualdades de gênero em 25% até 2025, adicionando US\$ 5,8 trilhões para uma economia global e aumentar as receitas fiscais. Além disso, a qualidade desse emprego continuou sendo uma preocupação fundamental. Portanto, é nesse contexto que a presença da mulher surge, em vias de consolidar seu papel e atuação no comércio internacional, visto que todos os Estados têm a obrigação de proteger e garantir a aplicação dos direitos fundamentais.

### **3.2 Consolidação da mulher no comércio internacional**

O estabelecimento de igualdade de direitos entre homens e mulheres está diretamente relacionado com o desenvolvimento das sociedades. Ao longo dos tempos, muitas mulheres e homens lutaram para que o seu papel no mundo fosse valorizado, de uma forma justa e em igualdade.

De acordo com Oliveira (2011), a crença de que uma injustiça “vive” dentro da própria definição do conceito de Igualdade de Gênero, tornando imperativamente necessário refletir sobre esta associação. A injustiça surge como uma incapacidade da sociedade para aceitar um fato óbvio de que, naturalmente, os homens e as mulheres deveriam ser iguais. Desse modo, a luta por essa paridade é secular, mas a constatação de que sem igualdade entre homens e mulheres não é

possível existir desenvolvimento sustentável, é uma conclusão relativamente recente e diretamente ligada aos temas da sustentabilidade.

Nesta via de entendimento, o papel da mulher torna-se cada vez mais significativo e sua presença nas relações internacionais cada vez mais consolidado. A atuação da mulher, de acordo com Leskinen (2004) parte do pressuposto que o mundo precisa, com urgência, que se definam as questões da responsabilidade social, as grandes temáticas relacionadas com o ser humano, com as pessoas. É muito importante preconizar relações que abarque a todos sem distinções.

A Organização Mundial do Comércio durante a Conferência do Comércio e Igualdade de Gênero, realizada no dia 12 de julho de 2017, alega que a remoção das barreiras à participação plena das mulheres no âmbito econômico é essencial não só para o empoderamento das mulheres, mas também para o crescimento e o desenvolvimento de um país.

Ainda sob a ótica das organizações internacionais, a igualdade de gênero foi estabelecida no terceiro Objetivo do Milênio da Organização das Nações Unidas: Igualdade entre sexos e valorização da mulher. Segundo Aranha (2012), a importância do papel da mulher no desenvolvimento do comércio internacional e, conseqüente, da sociedade, já não é um tema apenas teórico ou uma discussão meramente intelectual. É um fato objetivo e urgente, que une as mulheres de todo o mundo na conscientização do seu papel fundamental para que esse desenvolvimento seja alcançado e definitivamente consolidado.

No campo do comércio, a presença feminina é necessária para que existam relações internacionais palpáveis, já que a sua participação se tem tornado forte exemplo de inclusão social e empoderamento. As mulheres envolvidas nesses setores são empresárias, tomadoras de decisões, trabalhadoras e líderes. Entretanto, ao que refere Priori (2011), ganham menos que os homens nas mesmas funções profissionais, são vítimas de discriminação, lutam com a dupla jornada no trabalho e em casa e são muitas vezes ainda alvo de agressão e assédio sexual.

Devido a uma combinação de fatores culturais, sociais e econômicos, os efeitos das políticas comerciais sobre as atividades socioeconômicas são sentidos

de maneiras diferentes. No que tange a destinação desses efeitos, as diferenças entre mulheres e homens existem em termos de habilidades, em termos de obstáculos enfrentados por ambos os indivíduos e em termos de acesso a recursos produtivos. A liberalização do comércio não tem um impacto positivo categórico sobre o empoderamento e o bem-estar econômico das mulheres. Com aumento das trocas comerciais internacionais houve a percepção de que elas traziam vantagens e desvantagens para as mulheres. Elas podem ter acesso a emprego assalariado estável, mas têm oportunidades limitadas para desenvolverem suas habilidades.

A UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento) identificou as principais intervenções em seus estudos sobre questões comerciais e de gênero. Longe de limitar-se às políticas comerciais, essas intervenções abrangem uma ampla gama de áreas políticas, incluindo: diversificação do mercado; investimento em iniciativas de microempresas que poderiam proporcionar às mulheres rurais, por exemplo, atividades fora da fazenda; intervenções para melhorar o acesso das mulheres ao capital, crédito, redes e know-how tecnológico para aumentar a produtividade e os ganhos; diversificação da base de exportação através da promoção de setores susceptíveis de ter uma vantagem comparativa e a criação de clusters; proteção da marca comercial para artesanato; a criação de associações de trabalhadores para fortalecer seu poder de barganha coletiva; e o estabelecimento de programas de treinamento para estimular a mobilidade ocupacional horizontal e vertical das mulheres (UNCTAD, 2014).

Entretanto, nos países em desenvolvimento, a adoção de políticas orientadas para a exportação a partir da década de 1960 levou ao emprego de um número considerável de trabalhadoras na produção industrial de mão-de-obra intensiva, fenômeno denominado como a feminização do trabalho (UNCTAD, 2014). Os setores que possuem uma forte necessidade de mão-de-obra e que estão expostos a uma intensa concorrência internacional, se concentram no desempenho do trabalho e não nas qualificações ou recursos. Estudos mostraram uma correlação entre a participação das commodities manufaturadas nas exportações e a participação das mulheres na produção orientada para a exportação foi o resultado da intensa competição internacional, que exigiu o uso de mão-de-obra barata para reduzir custos (WOOD, 1991, JOEKES 1995, SEGUINO, 1997 e 2000).

O setor de serviços é uma importante fonte de emprego nos países em desenvolvimento, especialmente para as mulheres. Segundo a Organização Internacional do Trabalho, em 2013 o emprego nos serviços representou 39,4% da força de trabalho contra 37,6% na agricultura e 23% na indústria segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2012). O setor de serviço possui taxas maiores de emprego do que no setor manufatureiro, e a taxa de participação das mulheres em empregos de serviços vem aumentando constantemente. A liberalização do comércio de serviços pode proporcionar às mulheres oportunidades de emprego e renda adicionais. No entanto, ele não melhora automaticamente a situação das mulheres. As diferenças de remuneração entre os sexos permanecem neste setor com segmentação baseada em gênero em alguns âmbitos, que muitas vezes relegam as mulheres a serviços informais (UNCTAD, 2014).

As políticas comerciais e outras políticas macroeconômicas que não levam em conta o gênero tendem a agravar as desigualdades existentes. O terceiro e último capítulo deste trabalho abordará, primeiramente, os métodos pelos quais algumas organizações internacionais visam atingir metas para inserção e empoderamento das mulheres no comércio internacional tradicional. Se por um lado, os avanços tecnológicos e a globalização representam novas oportunidades para aqueles que têm acesso a eles, por outro lado, a informalidade do trabalho, a desigualdade de renda e as crises humanitárias continuam a aumentar. Atualmente quadros de desenvolvimento, nomeadamente os criados pela ONU e OMC, bem como o Programa de Desenvolvimento Sustentável 2030 e o Programa de Ação de Adis Abeba sobre o Financiamento para o Desenvolvimento, podem ser fundamentais para travarem essa tendência à medida que eles vinculam entre si o desenvolvimento econômico, proteção ambiental e justiça social.

E, finalmente, abordando e exemplificando o papel das mulheres no Comércio Justo. A questão da igualdade de gênero está presente em todas as organizações trabalho de campo para as quais o empoderamento das mulheres é a razão de ser da sua criação. Essas organizações usam o artesanato, a agricultura e

outros saberes como um caminho para o desenvolvimento econômico e social e o Comércio Justo como um dos meios à sua disposição para fazer isso.

### **3.3 Igualdade de gênero e o empoderamento econômico das mulheres em novos quadros globais**

A igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres estão entre os principais elementos dos novos quadros globais de desenvolvimento da Organização Mundial do Comércio (OMC), de acordos globais como a Agenda para o Desenvolvimento Sustentável de 2015 e 2030 (ODM e ODS) bem como a Agenda de Ação de Addis Abeba que emergiu da Terceira Conferência Internacional sobre o Financiamento do Desenvolvimento. Esta seção examinará os links entre as iniciativas de âmbito internacional, destacando as oportunidades e os riscos associados às mulheres no comércio internacional tradicional.

#### **3.3.1 A ONU Mulheres: uma entidade para a igualdade e o empoderamento**

Após a criação da Organização das Nações Unidas com o fim da Segunda Guerra Mundial, feita através de um consenso para evitar a ocorrência de outro conflito de igual magnitude, a manutenção da paz, por meio da diplomacia tornou-se o a grande meta do organismo. Por meio de debates, representantes de diversos países discutiram as questões mundiais buscando encontrar soluções que respeitem os Direitos Humanos<sup>20</sup>.

A Assembleia Geral das Nações Unidas, ou AGNU, é um dos comitês mais importantes dentro da ONU. Nele, participam com poder igualitário mais de 190 nações, que discutem questões mundiais diversas. Apesar de ser um comitê de caráter recomendatório e não mandatário, como o Conselho de Segurança das Nações Unidas (CSNU), a AGNU possui um papel notório na busca do aumento da

---

<sup>20</sup> BRASIL. Controladoria Geral da União. Sobre a ONU: antecedentes. Disponível em: <<http://www.cgu.gov.br/onu/sobre/antecedentes/index.asp>>. Acesso em: 3 de outubro de 2017.

qualidade de vida da população mundial e maior desenvolvimento humano<sup>21</sup>. Com o objetivo de fazer com que a causa feminina tivesse maior impacto e reconhecimento, em 2010 o AGNU foi responsável pela criação da “Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoeiramento das Mulheres”, também conhecida como ONU Mulheres<sup>22</sup>.

Esse novo comitê da Organização busca garantir que as mulheres do mundo estejam livres de violência, consigam participação política e tenham seus direitos assegurados. Visando o desenvolvimento, o ONU Mulheres visa a erradicação da assustadora discriminação de gênero presente desde raízes do mundo contemporâneo, tanto em contextos cotidianos quanto em zonas de conflito atuais. Os 7 princípios de empoderamento das mulheres pela ONU são:

- Estabelecer liderança corporativa sensível à igualdade de gênero, no mais alto nível.
- Tratar todas as mulheres e homens de forma justa no trabalho, respeitando e apoiando os direitos humanos e a não-discriminação.
- Garantir a saúde, segurança e bem-estar de todas as mulheres e homens que trabalham na empresa.
- Promover educação, capacitação e desenvolvimento profissional para as mulheres.
- Apoiar empreendedorismo de mulheres e promover políticas de empoderamento das mulheres através das cadeias de suprimentos e marketing.
- Promover a igualdade de gênero através de iniciativas voltadas à comunidade e ao ativismo social.

---

<sup>21</sup> CENTRO DE INFORMAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Carta da ONU. Disponível em: <[http://unicrio.org.br/img/CartadaONU\\_VersoInternet.pdf](http://unicrio.org.br/img/CartadaONU_VersoInternet.pdf)>. Acesso em: 3 de outubro de 2017.

<sup>22</sup> A criação da ONU Mulheres, em 2010, aconteceu no contexto de uma agenda de reforma das Nações Unidas, reunindo recursos e mandatos para gerar mais impacto. A instituição passou a agregar e contar com o histórico de trabalho de quatro setores prévios do Sistema das Nações Unidas, que se centravam exclusivamente na igualdade de gênero e no empoderamento das mulheres: Divisão para o Avanço das Mulheres (DAW), Instituto Internacional de Pesquisas e Capacitação para o Progresso da Mulher (INSTRAW), Escritório de Assessoria Especial para Questões de Gênero e Promoção da Mulher (OSAGI) e Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher (UNIFEM). Disponível em Princípios De Empoderamento Das Mulheres: <[http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha\\_WEPs\\_2016.pdf](http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_WEPs_2016.pdf)>. Acesso em 3 outubro 2017.

- Medir, documentar e publicar os progressos da empresa na promoção da igualdade de gênero.

Numerosos compromissos internacionais apoiam o empoderamento econômico das mulheres, incluindo a Plataforma de ação de Pequim, a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra as Mulheres e uma série de convenções relacionadas á com a igualdade. Aprovado pela Organização Internacional do Trabalho.

Figura 4. Princípios de empoderamento das mulheres



Fonte: ONU Brasil, 2010.

A igualdade de gênero no mundo do trabalho é um imperativo para o desenvolvimento sustentável. No entanto, apenas 50 por cento das mulheres em idade ativa fazem parte da força de trabalho global em comparação com 76 por cento dos homens. Além disso, a grande maioria das mulheres trabalham na economia informal, cuidados subsidiados e tarefas domésticas e estão em trabalho de baixa remuneração e não qualificados, recebendo apenas um, ou não, proteção social muito baixa. A seguir, observa-se a divisão do trabalho feminino.

Apesar dos dados discrepantes entre a homens e mulheres no comércio internacional, a celebração organizada pelas Nações Unidas em 8 de março lembrou



todos os atores para dar o passo em direção à igualdade de gênero para um mundo 50-50 até 2030, garantindo que o mundo do trabalho se congratule com todas as mulheres. A 61ª sessão da Comissão sobre o Estatuto das Mulheres (CSW61), realizado de 13-24 março na sede da ONU discutiu o “empoderamento econômico das mulheres no local de trabalho em evolução”<sup>23</sup>. Segundo a diretora executiva da ONU Mulheres, Phumzile Mlambo-Ngcuka

Queremos construir um mundo de trabalho diferente para as mulheres. Crescendo, as meninas devem estar expostas a uma ampla gama de carreiras e ser encorajadas a fazer escolhas que levem a empregos na indústria, arte, serviço público, agricultura moderna e ciência, além de dos serviços domésticos (PHUMZILE MLAMBO-NGCUKA, em discurso na ONU pelo Dia Internacional da Mulher, 8 de março de 2017)

A globalização, a inovação digital e as mudanças climáticas, entre outros fatores, continuam a transformar o mundo em que trabalhamos - uma situação que apresenta desafios e oportunidades na realização do potencial econômico das mulheres para um futuro melhor. Abaixo estão alguns fatos sobre a situação atual das mulheres no mundo do trabalho em mudança segundo relatórios fornecidos pela ONU Mulheres<sup>24</sup>:

Tabela 2. Dados do mercado de trabalho dividido por gênero

	<b>Homens</b>	<b>Mulheres</b>
<b>Porcentagem da população trabalhando numa atividade assalariada</b>	76, 1%	49, 6%
<b>Taxas de desempregados (na população mundial)</b>	5,5%	6,2%
<b>Diferenças salariais</b>		

<sup>23</sup> ONU BRASIL. 61ª Sessão Da Comissão Sobre O Estatuto Das Mulheres Nações Unidas, 2017. Disponível em <<https://www.cplp.org/id-2429>> Acesso em 20 outubro 2017.

<sup>24</sup> CHANGING WORLD OF WORK. Disponível em <<http://interactive.unwomen.org/multimedia/infographic/changingworldofwork/index.html>> Acesso em 20 outubro 2017.

	-	77%
<b>Número de horas em um trabalho remunerado (em um país desenvolvido)</b>	5 h	6 h
<b>Número de horas em um trabalho remunerado (em um país em desenvolvimento)</b>	4 h	5 h
<b>Número de horas por sexo em um trabalho não remunerado (em um país desenvolvido)</b>	1 h	4 h
<b>Número de horas em um trabalho não remunerado (em um país em desenvolvimento)</b>	1 h	3 h
<b>Porcentagem de trabalhadores domésticos imigrantes</b>	26,6%	73,4%
<b>Porcentagem de pessoas com idade mínima para a aposentadoria que não recebem os benefícios sociais (em países que oferecem)</b>	35%	65%

Fonte: CHANGING WORLD OF WORK, 2017.

A ONU Mulheres possui programas implementados com a ajuda de vários parceiros, promovem a capacidade das mulheres para garantir empregos dignos, criar ativos e influenciar as instituições e as políticas públicas que impulsionam o crescimento e o desenvolvimento. Uma das principais áreas de foco é a defesa de uma estimativa do trabalho não remunerado das donas de casa e de medidas a

serem tomadas para que as mulheres e os homens possam combinar esse trabalho com o trabalho remunerado.

Segundo o Guia de Estudos da ONU Mulheres Brasil (2017), os programas de capacitação econômica da ONU Mulheres visam as mulheres mais pobres, muitas vezes em parceria com organizações locais e sociedade civil. Os grupos mais marginalizados incluem mulheres de áreas rurais, trabalhadores domésticos, algumas mulheres imigrantes e mulheres com habilidades baixas. Objetiva proporcionar maiores rendimentos, melhor acesso e controle de recursos e maior segurança, incluindo proteção contra a violência<sup>25</sup>.

### 3.3.2 A OMC e a política comercial de gênero

A Organização Mundial do Comércio (OMC) é a organização internacional que lida com as regras que regem o comércio entre países. Sua principal função é promover o máximo possível o bom funcionamento, a previsibilidade e a liberdade das trocas, bem como a igualdade de condições entre todos os seus membros. Procura colocar as necessidades e os interesses dos países em desenvolvimento no centro do seu programa de trabalho<sup>26</sup>.

O relatório da OMC intitulado “Política comercial de gênero: Um conselho de primavera para o empoderamento econômico das mulheres” de 2017, reuniu algumas estatísticas sobre as mulheres no mercado internacional de trabalho. Segundo ele,

- A discriminação econômica e social contra a mulher custa à África US \$ 105 bilhões por ano ou 6% do produto interno bruto do continente
- Na maioria dos países, as mulheres ganham em média apenas 60 a 75% dos salários masculinos.

---

<sup>25</sup> POLIONU. Guia de estudos ONU Mulheres, 2017. Disponível em <[http://www.colegiopoliedro.com.br/polionu/pdf/guias/onu\\_mulheres.pdf](http://www.colegiopoliedro.com.br/polionu/pdf/guias/onu_mulheres.pdf)> Acesso em 3 de outubro 2017.

<sup>26</sup> BRASIL. A Organização Mundial do Comércio. Disponível em <<http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/politica-externa/diplomacia-economica-comercial-e-financeira/132-organizacao-mundial-do-comercio-omc>>. Acesso em 3 outubro 2017.

- As mulheres produzem 50% dos produtos alimentares globais e compreendem, em média, 43% da força de trabalho agrícola nos países em desenvolvimento;
- Cerca de 40% das Pequenas e Médias Empresas (PME) em todo o mundo são empresas de propriedade de mulheres;
- Apenas 15% das exportações são lideradas por mulheres;
- Entre 1995 e 2015, a participação das mulheres na força de trabalho diminuiu de 52,4% do total para 49,6%;
- De acordo com uma pesquisa do Banco Mundial de 173 países, 90% tinham pelo menos uma lei impedindo as oportunidades econômicas das mulheres (OMC, 2017)

Estes cenários podem ser mudados através do aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho no mesmo nível que os homens. Se isso acontecesse, elevaria o PIB dos EUA em 5%, o Japão em 9% e o Egito em 34% conforme a Conferência sobre gênero e Macroeconomia do Fundo Monetário Internacional (FMI)<sup>27</sup>. Assim, a desigualdade de gênero na educação tem um impacto negativo no crescimento econômico. Globalmente, a eliminação de todas as formas de discriminação contra as mulheres elevaria a produtividade per capita em 40% (WORLD BANK - DOING BUSINESS REPORT, 2017). No mesmo relatório, a OMC permeia alguns aspectos pelos quais o empoderamento da mulher no comércio pode ser atingido.

O comércio pode criar oportunidades para o emprego e o desenvolvimento econômico das mulheres. Muitos desses empregos estão concentrados em indústrias voltadas para exportação. E eles geralmente têm salários mais altos e melhores condições do que empregos equivalentemente domésticos. As empresas exportadoras dos países em desenvolvimento empregam mais mulheres do que não exportadoras. As mulheres constituem até 90% da força de trabalho em zonas de processamento de exportação em muitos países em desenvolvimento, como Honduras, Jamaica ou Sri Lanka (OMC/BID - O papel do comércio no fim da pobreza, 2015).

---

<sup>27</sup> IFM. Conference on Gender and Macroeconomics. Disponível em <<https://www.imf.org/en/News/Events/Gender-and-Macroeconomics>>. Acesso em 22 outubro 2017.

Os empregos nos setores de exportação tendem a ter melhores salários e condições do que os do setor informal, que é um importante fornecedor de trabalho para mulheres e homens nos países em desenvolvimento. As zonas de processamento de exportação oferecem empregos melhores e mais estáveis, maior renda e trabalho mais remunerado com melhores condições do que no setor informal. Os dados não estão disponíveis para todos os países, mas em 15 de 43 (onde os dados existem) as mulheres representam mais de 70% do emprego informal não agrícola (THE WORLD'S WOMEN, 2015).

Globalmente, o setor de serviços é atualmente a maior fonte de emprego para mulheres, mais de 62% estavam envolvidos neste setor em 2015 (WOMEN AT WORK, 2016). Na América Latina e no Caribe, Europa Oriental, Europa do Sul e outras regiões desenvolvidas, mais de 70% das mulheres empregadas trabalham no setor de serviços (THE WORLD'S WOMEN, 2015)<sup>28</sup>. Aumentar a participação no setor de serviços em países de baixa renda em áreas como turismo, saúde, educação, política e meio ambiente tem um impacto positivo no empoderamento econômico das mulheres. Idealmente, as mulheres devem ser encorajadas e apoiadas para participar de todos os setores. O acompanhamento e a avaliação realizados para a Revisão Global de Ajuda para o Comércio 2017 mostram que 61% dos países em desenvolvimento acreditam que os serviços financeiros podem contribuir para o crescimento econômico das mulheres<sup>29</sup>.

As cadeias de valores globais - ou as redes mundiais de produção e fornecimento - oferecem uma oportunidade para que as mulheres realizem seu potencial. Por exemplo, através de programas financiados pela Estrutura Integrada Avançada no Mali, 465 mulheres envolvidas em uma cadeia de valor do amendoim, conseguiram obter salários mais altos<sup>30</sup>. Aprenderam a cumprir os padrões sanitários e fitossanitários necessários para o comércio global; desenvolveram

---

<sup>28</sup> THE WORLD'S WOMAN. Trends and Statistics. Disponível em <<https://unstats.un.org/unsd/gender/worldswomen.html>> Acesso em 24 outubro 2017.

<sup>29</sup> ONU BRASIL. ONU prevê modesta recuperação da economia global em 2017-2018. Disponível em <<https://nacoesunidas.org/onu-preve-modesta-recuperacao-da-economia-global-em-2017-2018-e-retorno-incerto-ao-crescimento-forte-e-sustentavel/>> Acesso em 24 outubro 2017.

<sup>30</sup> EMBRAPA. Brasil e Mali investem em pesquisas para garantir qualidade do amendoim. Disponível em <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/12502026/brasil-e-mali-investem-em-pesquisas-para-garantir-qualidade-do-amendoim>> Acesso em 24 outubro 2017.

práticas agrícolas sólidas; e eles receberam suporte de marketing para mercados nacionais e internacionais (EMBRAPA, 2016).

A nova tecnologia, as plataformas on-line e o comércio eletrônico proporcionam uma maneira relativamente fácil e barata de permitir que as pequenas empresas entrem nos mercados estrangeiros, de expandir as empresas de propriedade das mulheres e de facilitar o empreendedorismo das mulheres. Mulheres com um maior acesso à internet contribuiria até US\$ 18 bilhões para o PIB anual de 144 países em desenvolvimento (WOMEN AND THE WEB REPORT - INTEL CORPORATION, 2016). Infelizmente, uma divisão digital de gênero persiste em muitos países, com mulheres com menos acesso do que homens na internet. A diferença entre os gêneros globais dos usuários de internet foi de 12% em 2016. Nos países menos desenvolvidos, era de 31% (UIT, 2016).

A OMC está principalmente preocupada com construir uma parceria global para o desenvolvimento. Muitas de suas atividades também estão próximas de outros objetivos, como os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, que visam erradicar a pobreza e a desigualdade.

### 3.3.3. Os objetivos das agendas internacionais para o desenvolvimento

Os oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), foram adotados em 2000 com a Declaração do Milênio da Organização das Nações Unidas por 193 Estados Membros da ONU, e de pelo menos 23 organizações internacionais, que concordaram em alcançá-los para 2015 (ODM BRASIL, 2017). Esses objetivos abrangem grandes questões humanitárias: a redução da pobreza extrema e a mortalidade infantil, a luta contra várias epidemias, o acesso à educação, a igualdade de gênero e a aplicação do desenvolvimento sustentável. Os oito objetivos alcançados para o desenvolvimento do milênio são:

- Objetivo 1. Acabar com a fome e a miséria
- Objetivo 2. Oferecer educação básica de qualidade para todos

- Objetivo 3. Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres
- Objetivo 4. Reduzir a mortalidade infantil
- Objetivo 5. Melhorar a saúde das gestantes
- Objetivo 6. Combater a Aids, a malária e outras doenças
- Objetivo 7. Garantir qualidade de vida e respeito ao meio ambiente
- Objetivo 8. Estabelecer parcerias para o desenvolvimento

Figura 5. Objetivos de Desenvolvimento do Milênio



Fonte: ODM Brasil, 2017.

O relatório de 2015 dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio alcançou os seguintes resultados: mais meninas estão matriculadas em escolas do que em 2000. Como um todo, as regiões em desenvolvimento atingiram o objetivo de eliminar a disparidade de gênero no ensino primário, secundário e superior. No sul da Ásia, em 1990, apenas 74 meninas foram à escola primária para 100 meninos. Hoje, 103 garotas estão matriculadas por cada 100 meninos. As mulheres passaram a representar 41% dos trabalhadores não agrícolas remunerados, contra 35% em 1990. Nos últimos 20 anos, as mulheres ganharam terreno na representação

parlamentar em quase 90% dos 174 países com dados. A proporção média de mulheres no parlamento quase dobrou durante este período; no entanto, apenas um em cada cinco parlamentares é uma mulher (MDG GAP TASK FORCE REPORT, 2015).

Dirigido pelas Nações Unidas através de um processo deliberatório envolvendo seus 193 Estados membros, bem como a sociedade civil global, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estão contidos no parágrafo 54 da Resolução das Nações Unidas de 25 de setembro de 2015. A Resolução é um acordo intergovernamental mais amplo que atua como a Agenda de Desenvolvimento pós-2015 (sucessora dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio). Os ODSs baseiam-se nos Princípios acordados na Resolução 66/288, popularmente conhecida como “O Futuro que Queremos”. É um documento não vinculativo divulgado como resultado da Conferência Rio + 20 realizada em 2012 no Rio de Janeiro, no Brasil. Cada objetivo tem metas específicas a serem alcançadas nos próximos 15 anos<sup>31</sup>.

Os 17 novos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU e aqueles correspondentes na Agenda de Desenvolvimento Sustentável de 2030 são abrangentes. Ao estreitar o crescimento econômico, a sustentabilidade ambiental e a justiça social, a Agenda 2030 permite que as questões de gênero sejam examinadas de forma multidisciplinar e multidimensional, levando em consideração aspectos econômicos, sociais e ambientais. Conforme observado por Fukada-Parr (2015), ao contrário dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODMs), que foram criticados por fornecer apenas soluções a curto prazo para desafios de desenvolvimento, os ODSs visam abordar as estruturas de poder e as relações sociais que impulsionam a pobreza e a desigualdade a nível nacional e entre países. Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável são:

- Objetivo 1. Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;

---

<sup>31</sup> ONU BRASIL. Momento de ação global para as pessoas e o planeta. Disponível em <<https://nacoesunidas.org/pos2015/>>. Acesso em 26 outubro 2017.



- Objetivo 2. Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável;
- Objetivo 3. Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades;
- Objetivo 4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
- Objetivo 5. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas;
- Objetivo 6. Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e o saneamento para todos;
- Objetivo 7. Assegurar a todos o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia;
- Objetivo 8. Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos;
- Objetivo 9. Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;
- Objetivo 10. Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles;
- Objetivo 11. Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis;
- Objetivo 12. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis;
- Objetivo 13. Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e os seus impactos;
- Objetivo 14. Conservar e usar sustentavelmente os oceanos, os mares e os recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável;
- Objetivo 15. Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade;
- Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis;

- Objetivo 17. Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Figura 6. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável



Fonte: ONU Brasil, 2015.

Os ODS 1 e 2 foram associados com metas para garantir que as mulheres tenham acesso igual a recursos econômicos, serviços básicos, propriedade e herança, tecnologias, serviços e mercados financeiros e à segurança alimentar. Além disso, o ODS 1 defende a implementação de estratégias de desenvolvimento sensíveis ao gênero.

O Objetivo do Milênio 3, preocupado com a igualdade de gênero, foi criticado por se concentrar principalmente na educação e representação das mulheres e não dando peso suficiente às causas estruturais das desigualdades entre mulheres e homens como a violência contra as mulheres, a discriminação baseada em gênero e a falta ou acesso limitado das mulheres aos recursos econômicos. Por isso, o ODS 5 aborda algumas dessas lacunas através da introdução de metas sobre a violência contra as mulheres, a legislação que promove a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres, o trabalho doméstico não

remunerado e acesso a recursos econômicos, propriedade da terra, sucessão e recursos naturais.

O ODM 8 aborda a criação de uma parceria global para o desenvolvimento, visando obter um apoio rico em riqueza para o desenvolvimento através de concessões comerciais, maior apoio, alívio da dívida e capacitação, mas não foi totalmente implementado (NAÇÕES UNIDAS, 2013). Seu sucessor, o ODS 17, preenche algumas dessas lacunas. No entanto, nenhum dos indicadores ou alvos associados aborda especificamente a importância da contribuição das mulheres para a economia ou aborda as muitas barreiras que enfrentam.

Os ODSs 1, 2, 5 e 16 visam fomentar os indicadores que ligam o acesso das mulheres aos bens produtivos, a implementação de leis não discriminatórias e o desenvolvimento de estratégias de desenvolvimento específicas de gênero e os objetivos de acabar com a pobreza, garantir a igualdade de gênero, capacitar as mulheres e promover sociedades pacíficas e inclusivas. No entanto, esses objetivos não estabelecem uma ligação explícita entre a igualdade de gênero, o empoderamento econômico das mulheres e o comércio. O ODS 17 não vincula o comércio e os principais objetivos, como reduzir as desigualdades e promover o bem-estar das mulheres. Assim, a nível nacional, os países poderão desejar desenvolver indicadores adicionais para determinar se o comércio contribui para reduzir as desigualdades de gênero e criar novas oportunidades para as mulheres. A UNCTAD fez sugestões específicas a este respeito (UNCTAD, 2015).

A nova agenda de desenvolvimento é ambiciosa e abrangente, mas os países podem ter dificuldade em implementá-la. Além disso, uma vez que alguns ODSs assumem mais mudanças do que outros, podem ser considerados muito difíceis de implementar porque requerem mudanças estruturais na sociedade e na economia. As partes interessadas nos níveis nacional e internacional precisarão demonstrar tanto empenho na implementação dos ODSs quanto tiveram que desenvolvê-los. Uma vez que os ODSs são baseados no conceito de “esforço máximo” e não preveem um mecanismo de implementação, todas as partes interessadas devem contribuir para garantir a plena implementação.

### 3.3.4 Agenda de ação de Adis Abeba na Terceira Conferência Internacional Sobre O Financiamento Do Desenvolvimento

A Agenda de Ação de Adis Abeba faz parte integrante da Agenda de Desenvolvimento Sustentável de 2030 e é de importância crucial para a realização da Agenda de 2030. O preâmbulo da Agenda de Ação de Adis Abeba estabelece um forte vínculo entre a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres, por um lado, e um crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável e desenvolvimento sustentável por outro lado. Afirma a necessidade de integrar a preocupação com a igualdade de gênero no desenvolvimento e implementação de todas as políticas financeiras, econômicas, ambientais e sociais. Reafirma o compromisso de adotar políticas e medidas para garantir que as mulheres tenham os mesmos direitos e oportunidades econômicas que os homens e eliminar a violência e a discriminação de gênero em todas as suas formas. Estes compromissos são confirmados em várias “áreas de intervenção”, incluindo as relacionadas ao setor privado e ao setor financeiro doméstico e internacional, e a cooperação internacional para o desenvolvimento<sup>32</sup>.

No capítulo intitulado “Comércio internacional como motor de desenvolvimento” do Programa de Ação de Adis Abeba<sup>33</sup>, afirma que, com políticas bem desenhadas, boas infraestruturas e mão-de-obra educada, o comércio pode ajudar a criar empregos produtivos e trabalho decente, promovendo o empoderamento das mulheres (IPEA, 2016).

A Agenda de Ação de Adis Abeba da Terceira Conferência Internacional sobre o Financiamento do Desenvolvimento, aprovada pela Assembleia Geral em 27 de julho de 2015, visa garantir a segurança alimentar, ao mesmo tempo em que reduzir as desigualdades e contribuir para a consecução dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Várias instituições enfatizam que a inserção das questões de gênero na Agenda de Ação de Adis Abeba forneceu uma base sólida

---

<sup>32</sup> ONU BRASIL. Agenda de Ação de Adis Abeba incentiva investimentos em áreas de necessidades globais. Disponível em <<https://nacoesunidas.org/onu-agenda-de-acao-de-adis-abeba-incentiva-investimentos-em-areas-de-necessidades-globais/>> Acesso em 22 outubro 2017.

<sup>33</sup> IPEA. Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: o comércio global como motor para o desenvolvimento. Disponível em <<http://desafios.ipea.gov.br/index.php>> Acesso em 02 novembro 2017.

para responsabilizar todas as partes interessadas - governos, bancos de desenvolvimento, setor e o sistema das Nações Unidas - sobre a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres e sobre a integração das questões de gênero na elaboração de políticas financeiras (UN-WOMEN, 2015) .

Observadores apontam que a Agenda de Ação de Adis Abeba associa principalmente a contribuição das mulheres à economia global com crescimento e produtividade, em vez de se concentrar nos direitos sociais e econômicos das mulheres, o que são valores fundamentais da ONU. Alguns também criticam o Programa de Ação por não se concentrarem suficientemente no que os Estados deveriam fazer para remover os obstáculos globais ao desenvolvimento equitativo e na mobilização de assistência oficial ao desenvolvimento e recursos nacionais adequados para garantir a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres (SCHMITZ, 2016).

Finalmente, no que se refere ao comércio internacional, é apropriado indicar que a adoção de políticas de acompanhamento é necessária para que o comércio facilite concretamente a realização dos principais objetivos, particularmente no que se refere à emancipação das mulheres e à redução das desigualdades. No entanto, o texto não indica a margem de manobra que os países em desenvolvimento precisam fazer para proteger os setores em que as mulheres trabalham e não menciona a necessidade de avaliar o impacto de Acordos de Comércio e Investimento sobre o Empoderamento e o Bem-Estar Econômico das Mulheres (GRUPO DE TRABALHO DAS MULHERES SOBRE O FINANCIAMENTO PARA O DESENVOLVIMENTO, 2015).

O Centro de Comércio Internacional (ITC, em inglês) pesquisou alguns projetos de comércio onde mulheres estão inseridos dentro do sistema das Nações Unidas e entre outras agências internacionais e grandes Organizações Não-Governamentais (ONGs). No quadro abaixo, estão amostras de projetos de que envolvem o desenvolvimento de mulheres e negócios, enfocando algumas iniciativas que ajudam as mulheres a se integrarem no comércio internacional.

Quadro 1. Projetos de comércio onde mulheres estão inseridas

Projeto	Objetivo
Apoio às mulheres empresárias no setor de serviço	Identificar as necessidades de apoio às empresas das mulheres empresárias no setor de serviços dos países em desenvolvimento e desenvolver abordagens para atender a essas necessidades.
Treinamento do ITC para mulheres empresárias do Camarão <i>ITC/Commonwealth Secretariat</i>	Desenvolver serviços de treinamento e consultoria sustentáveis para as mulheres empresárias na aplicação de soluções eletrônicas práticas em suas estratégias de negócios e na melhoria da eficiência de suas operações.
Programa de capacitação comercial em África - âmbito do gênero <i>Trade Facilitation Office Canadá (BPCC)</i>	Melhorar a capacidade das instituições de suporte comercial para apoiar os exportadores, aumentando seu portfólio de serviços e usando os serviços de desenvolvimento de negócios do BPCC do ITC.
<i>World Directory of Women's Business Associations</i>	Facilitar os contatos entre as associações empresariais femininas, particularmente nas economias em desenvolvimento e em transição. Ajude os empresários a acessar fontes de informações e suporte.
Diretório de fontes de financiamento para as Pequenas e Médias Empresárias	Oferecer empresários, especialmente mulheres, informações sobre instituições financeiras e seus serviços a nível local e em potenciais mercados de exportação.
Revista do Fórum de Comércio sobre	Defender os interesses das mulheres empresárias no comércio; para dar a conhecer obstáculos específicos;

Mulheres e Desenvolvimento Comercial	soluções de rascunho; destaque os contatos nacionais e internacionais.
Grupo ITC sobre igualdade de gênero e desenvolvimento comercial	Integrar as perspectivas de gênero nas atividades de cooperação do CCI; trocar informações; coordene e siga as abordagens.

Fonte: Centro do Comércio Internacional, 2003.

### 3.4 Índices da inserção das mulheres no comércio nacional brasileiro

No final da segunda década do século XX, um movimento moderado começou no Brasil para defender os direitos das mulheres, incitando à formação de organizações voltadas para os direitos das mulheres no Brasil. Hoje, muitos progressos foram feitos para a igualdade de gênero, dependendo da luta permanente para as mulheres em busca do espaço e reconhecimento profissional, político e social, que garantiu direitos e garantiu novas oportunidades.

De acordo com Kurzawa “as mulheres ocuparam cargos em todos os setores produtivos e de gestão, auxiliando efetivamente no desenvolvimento estadual e nacional e participando do processo de planejamento e implementação do governo democrático” (KURZAWA, 2003, p.5), De acordo com Costa et al. (2004), vários estudos realizados na América Latina mostram que a participação feminina no mercado de trabalho no contexto da globalização e dos processos de ajuste estrutural é bastante heterogênea, presente nas indústrias, mas com crescimento constante no setor de serviços e comércio.

A participação das mulheres no mercado de trabalho brasileiro aumentou consideravelmente desde a década de 1970 e é mais importante aqui do que em muitos outros países de desenvolvimento global igual ou superior. De acordo com D'ALONSO (2008), o Relatório de Desenvolvimento Humano do PNUD de 2008 mostrou que no Brasil, as mulheres representavam 44% da população total do Chile, 36% das quais eram mulheres. Chile (36,6%), Argentina (34,3%), Venezuela

(42,1%) e México (38,4%) e mesmo alguns países europeus, como Espanha (24,3%) e Grécia (26,5%)<sup>34</sup>.

Em todo o país, a renda média dos homens é 76% maior do que a das mulheres. As mulheres ganham menos do que os homens, mesmo que tenham o mesmo emprego, trabalhem o mesmo número de horas e tenham o mesmo nível de educação que elas. Os níveis de renda das mulheres são sempre menores, sejam mulheres empregadas, trabalhadores domésticos, trabalhadores independentes ou empregadores. A resposta, de acordo com Serpa (2007), mostra que o preconceito implica a discriminação com o fato de ser biologicamente feminino e de enfrentar o aspecto da relação entre homem e mulher em face da relação de poder, o que denota absolutamente poder masculino.

Segundo o Serviço de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE) na economia brasileira, a integração produtiva de homens e mulheres é principalmente salarial, isto é, eles realizam, em sua maior parte, um jornada fixa. Em 2013, cerca de sete em cada dez mulheres estavam empregadas, enquanto que para os homens, esse número representava 65,5%. A inserção como empregador e conta própria é mais comum entre os homens (29,2%), embora uma porcentagem significativa também seja observada entre as mulheres (17,8%). Nesse sentido, apesar de prevalecer o emprego assalariado, outras formas de integração produtiva são bastante relevantes para as mulheres, incluindo o trabalho por conta própria.

Após os empregos fixos, o trabalho por conta própria - em que a pessoa trabalha executando seu próprio negócio - é a inserção com um contingente mais expressivo de pessoas no Brasil. Entre 2003 e 2013, as pessoas empregadas na própria empresa aumentaram de 18,1 milhões para 19,9 milhões. O aumento absoluto da conta própria da empresa equivale, portanto, a aproximadamente 1,9 milhões, o que se traduz em um crescimento de 1,0% ao ano. Em 2013, os homens representaram 13,6 milhões de pessoas nesta ocupação (68,4%) e mulheres, 6,3 milhões (31,6%). No entanto, a taxa de crescimento feminino foi quase o dobro dos

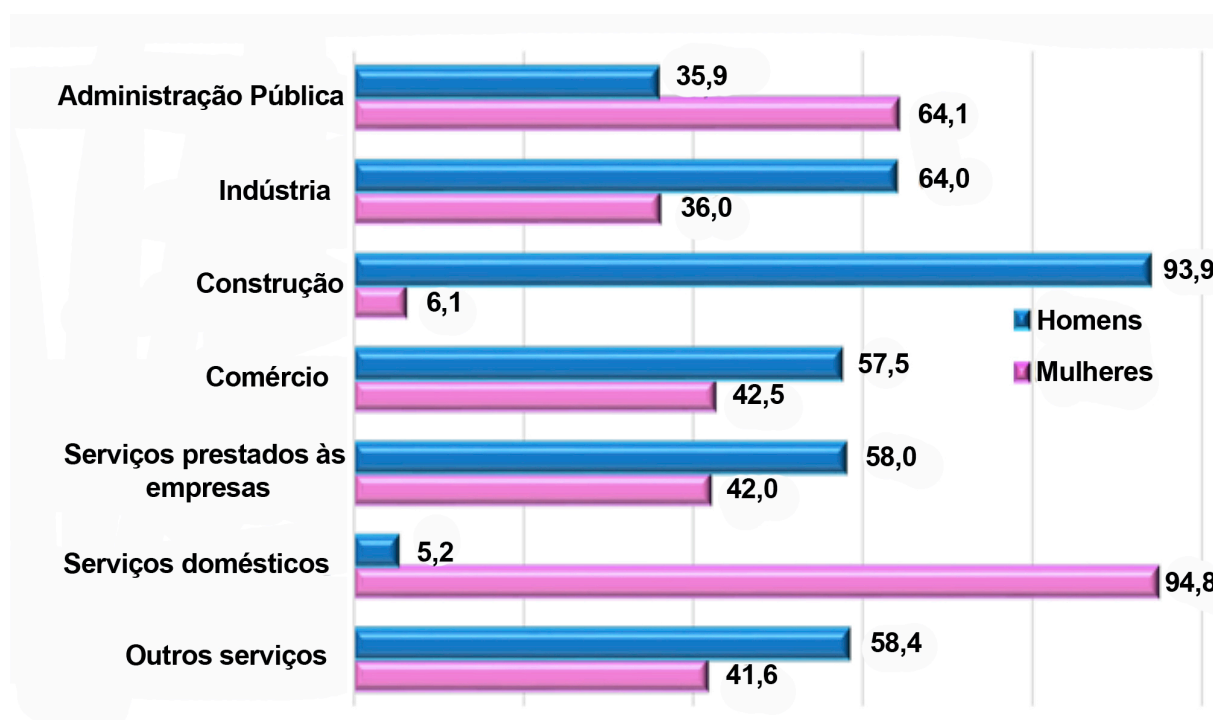
---

<sup>34</sup> PNUD BRASIL. Relatório do Desenvolvimento Humano 2007/2008. Disponível em <<http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/library/relatorios-de-desenvolvimento-humano/relatorio-do-desenvolvimento-humano-20007.html>> Acesso em 5 novembro 2017.



homens durante esse período: 1,4% em comparação com 0,8% dos homens. Em 2013, as mulheres representavam cerca de 31,1% dos empregadores ou trabalhadores autônomos (formais e informais) no Brasil.

Figura 7. População ocupada por tipo de atividade e gênero no Brasil em 2011



Fonte: Pesquisa Mensal de Emprego (PME), do IBGE, 2011.

Outra peculiaridade que acompanha a mulher é a sua "terceira jornada". Geralmente, além de desempenhar seus deveres na empresa, ela tem que cuidar do trabalho doméstico. Isso acontece em quase 90% dos casos. Em dez anos, o número de mulheres chefes de família no Brasil aumentou de 18,1% para 24,9%, de acordo com dados da pesquisa "Perfil das mulheres responsáveis pelas famílias no Brasil", desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Em 2014, 14% das mulheres ocupadas eram trabalhadoras domésticas, num total de 5,9 milhões. Esse segmento permanece sendo a principal ocupação das mulheres negras: 17,7% delas eram trabalhadoras domésticas. No caso das mulheres brancas, há algumas décadas o emprego doméstico já deixou de ser a principal atividade econômica, ocupando 10% delas, atrás do comércio e da indústria. Analisando os dados das PNADs entre 2004 e 2014, o IPEA verificou que

a proporção de mulheres no emprego doméstico vem caindo lentamente ao longo dos últimos anos<sup>35</sup>.

Para a OIT, as diferenças entre homens e mulheres na distribuição das tarefas domésticas e de cuidados significam que há uma maior probabilidade de as mulheres trabalharem menos horas numa atividade remunerada qualquer,

Quer nos países de rendimento elevado, quer-nos de baixo rendimento, as mulheres continuam a trabalhar menos horas no emprego remunerado, enquanto se ocupam da maior parte das tarefas domésticas não remuneradas e da prestação de cuidados. As mulheres realizam, em média, pelo menos duas vezes e meia mais tarefas domésticas não remuneradas e de cuidados do que os homens [...], no entanto, continuam a trabalhar mais horas por dia do que os homens quando se considera o trabalho pago e o trabalho não remunerado. (OIT, 2016, p.7)

Em todo o mundo, embora esta desigualdade tenha diminuído ao longo do tempo, foi pequena a redução no tempo gasto pelas mulheres nos trabalhos domésticos e não houve redução significativa no tempo dedicado aos cuidados às crianças. E as mulheres permanecem com jornadas de trabalho total superiores às dos homens.

O estudo intitulado *WOMEN IN BUSINESS*, da empresa de auditoria e consultoria Grant Thornton, informou que o Brasil ocupa a terceira posição em ranking de países que menos promovem mulheres a cargos de direção. Entre as 150 empresas entrevistadas no país, nenhuma possuía mulheres na presidência ou vice-presidência, e apenas 5% das executivas eram diretoras. Os conselhos de administração tinham em média cinco integrantes, sendo apenas uma vaga ocupada pelo sexo feminino. A pesquisa revela um cenário de retrocesso no Brasil: em 2012, 26% das empresas brasileiras não possuíam mulheres em cargos de liderança; em 2015, essa fatia chegou a 57%, mais que o dobro<sup>36</sup>.

Progressos recentemente foram feitos na redução dessas brechas salariais, mas as melhorias são mínimas e, se as tendências atuais continuarem,

---

<sup>35</sup> IPEA. Retratos da Desigualdade, 2ed. 2006. Disponível em <<http://www.ipea.gov.br/retrato/pdf/segundaedicao.pdf>> Acesso em 06 novembro 2017

<sup>36</sup> GRANT THORNTON. Maioria das empresas brasileiras não tem mulheres em cargos de liderança. Disponível em <<http://www.grantthornton.com.br/press-releases/>> Acesso em 08 novembro 2017.

demorarão mais de 70 anos para que a diferença salarial entre homens e mulheres seja completamente eliminada. As reduções das diferenças salariais entre homens e mulheres são atribuídas principalmente a medidas políticas explícitas contra os desequilíbrios de gênero no mercado de trabalho e menos às melhorias gerais na qualidade de vida. O desenvolvimento econômico por si só não garante uma distribuição equitativa dos ganhos de crescimento econômico entre homens e mulheres.

Diante dos expostos, surge a necessidade de inserir o papel da mulher no comércio internacional dentro de um contexto que não apenas a empregue como também a empodere. O Comércio Justo é um modelo de desenvolvimento que promove o empoderamento das mulheres e a participação em atividades produtivas remuneradas em suas comunidades. Como muitos estudos demonstraram, os benefícios deste sistema de solidariedade são múltiplos e vão além dos aspectos econômicos de para aumentar as receitas.

### **3.5 O papel da mulher no Comércio Justo**

Nas comunidades envolvidas no Comércio Justo, as mulheres participam do funcionamento das organizações e atuam nos sistemas de produção, recebem renda e contribuem para os recursos familiares. Essas novas funções promovem seu reconhecimento social e provocam mudanças nas atitudes e comportamentos em relação a eles, em seu ambiente global e dentro de suas famílias. Aqueles que anteriormente dependiam exclusivamente de seus maridos, pais ou irmãos se tornam operadores econômicos ativos e recebem renda que podem gerenciar (EFTA, 2006).

No Comércio Justo, as mulheres têm a oportunidade de treinar e dominar novos meios de produção (teares, máquinas agrícolas, etc.). Além de aprenderem novas habilidades técnicas, elas frequentemente têm acesso ao conhecimento básico que lhes é oferecido no contexto dos programas sociais implementados

graças aos prêmios de desenvolvimento pagos pelos compradores justos (EFTA, 2006).

Segundo o PADD (2006), ao contrário das empresas tradicionais, o objetivo das organizações de produtores envolvidas no comércio justo é promover o bem-estar de seus membros. Por conseguinte, eles são frequentemente criados com o objetivo de permitir uma melhor reconciliação entre o trabalho e a vida familiar, oferecendo mais flexibilidade nos horários ou dispositivos adaptados que favorecem principalmente as mulheres nessas comunidades<sup>37</sup>.

Como um requisito formal de agências de certificação e organizações internacionais de Comércio Justo, as mulheres assalariadas em grupos de produtores distinguem claramente este sistema de modelos tradicionais em que o trabalho feminino é muito raramente pago<sup>38</sup>. No entanto, o fato de as mulheres se beneficiarem de sua própria renda tem um impacto direto na sua emancipação e autonomia, mas também no bem-estar de suas famílias. Mais do que os homens, as mulheres investem muitas vezes o dinheiro que ganham na educação das crianças, no acesso aos cuidados de saúde e, em geral, na melhoria das condições de vida e da vida cotidiana de seus entes queridos (FAO, 2011).

Os benefícios do Comércio Justo para as mulheres geralmente vão além de suas organizações. O *know-how* (saber fazer) gerencial e a confiança que eles adquirem em seu ambiente de trabalho os encoraja a assumir novas responsabilidades em suas comunidades ou em associações mais amplas ou órgãos políticos. Na Bolívia, por exemplo, existe uma crescente presença de mulheres de cooperativas equitativas em conselhos comunais, sindicatos ou movimentos sociais.

Este fenômeno da emancipação social constitui um poderoso fator de desenvolvimento, aqueles que se envolvem nesse caminho levando a exemplos para as gerações mais jovens. Além disso, provavelmente inspirados por suas

---

<sup>37</sup> PADD II. Modes de production et de consommation durables, 2006. Disponível em <[http://www.belspo.be/belspo/organisation/publ/pub\\_ostc/CPen/rappCP50annex5\\_fr.pdf](http://www.belspo.be/belspo/organisation/publ/pub_ostc/CPen/rappCP50annex5_fr.pdf)> Acesso em 08 novembro 2017.

<sup>38</sup> FAO. Estado da Alimentação e Agricultura: Mulheres na Agricultura - Fechamento da diferença de gênero para o desenvolvimento. Disponível em <[www.fao.org/docrep/013/i2050e/i2050e.pdf](http://www.fao.org/docrep/013/i2050e/i2050e.pdf)> Acesso em 08 novembro 2017.

próprias experiências e iniciados com as virtudes dos sistemas participativos solidários, essas mulheres muitas vezes optam por investir em organizações sociais. Diversas são as áreas nas quais as mulheres treinadas em dinâmicas equitativas estão se mobilizando para contribuir para o bem-estar de suas comunidades e para a redução de desigualdades.

Nas redes ocidentais de distribuição e suporte, bem como em grupos de produtores do Sul, as mulheres dominam organizações e órgãos de Comércio Justo. De acordo com a Associação Europeia de Comércio Justo EFTA, cerca de 80% dos europeus que se voluntariam para redes de comércio justo são mulheres<sup>26</sup>. Dentro da Artisans du Monde, uma das principais federações do setor, 70% dos presidentes de grupos locais são mulheres. A mesma proporção (70 a 80% das mulheres) é encontrada em cooperativas e associações de produtores de artesanato que se beneficiam do sistema justo (esta proporção é menor no setor agrícola)<sup>39</sup>.

Se considerarmos o empoderamento como um dos principais objetivos do projeto para criar atividades equitativas, grupos compostos exclusivamente por mulheres oferecem muitas vantagens específicas. O agrupamento permite, portanto, responder a problemas peculiares às mulheres. Coletivamente, eles podem adquirir terras (onde a lei o permite) ou equipamentos, acessar o crédito juntando suas contribuições, fornecer treinamento e programas sociais ou solicitar suporte externo. Além disso, quando estão sozinhos um com o outro, as mulheres ganham mais confiança e mais facilmente adquirem certas habilidades.

Em todo o mundo, as mulheres estão envolvidas em projetos de Comércio Justo. Seja através do seu impacto social ou do seu desempenho econômico, essas iniciativas ilustram concretamente os benefícios desse modelo de solidariedade que promove o empoderamento das mulheres e lhes permite comercializar com o resto do mundo. As iniciativas apresentadas a seguir são apenas algumas das muitas existentes:

---

<sup>39</sup> ARTISANS DU MONDE. Le Commerce Équitable et Les Femmes. Disponível em <[http://www.artisansdumonde.org/documents/ce\\_femmes\\_mai2016.pdf](http://www.artisansdumonde.org/documents/ce_femmes_mai2016.pdf)> Acesso em 08 novembro 2017.

- Gumutindo: o café das mulheres ugandesas

Em Uganda, as principais áreas de cultivo de café estão localizadas no distrito de Mbale, a leste, perto da fronteira do Quênia, nas encostas do Monte Elgon, a montanha mais alta do país. O clima subtropical e as terras vulcânicas férteis destas províncias constituem um ambiente ideal para a produção de café. É nessa região que a empresa cooperativa de café Gumutindo foi criada em 2000 por alguns dos grupos de produtores nascidos nas ruínas do antigo sistema cooperativo ugandês. Os líderes da cooperativa central logo perceberam que, para sobreviver e se desenvolver, eles tiveram que aprender a dominar toda a indústria e participar da produção e certificação de um café de qualidade. Em 2003, a produção de Gumutindo foi rotulada como Fair Trade (Comércio Justo) e no ano seguinte, todos os produtos das fazendas afiliadas foram certificados como orgânicos pela EcoCert. Hoje, a Empresa Cooperativa de Café Gumutindo é composta por cerca de uma dúzia de grandes cooperativas de base com cerca de 6.500 agricultores (BTC – Trade for Development, 2004).

Após o sucesso alcançado graças à certidão justa e orgânica de sua produção, a Gumutindo está agora comprometida com novos mercados de nicho com alto valor agregado: cafés especiais. O principal impulso desta abordagem é assegurar a produção de comércio justo e cafés orgânicos da mais alta qualidade, selecionados com o maior cuidado, para atender aos pedidos específicos de importadores especializados. Os preços pagos por esses cafés especiais ainda são muito superiores aos do comércio justo e café orgânico<sup>40</sup>.

Desde a sua criação, a cooperativa central Gumutindo reconheceu um papel central para as mulheres nas comunidades camponesas que compõem e encoraja seu envolvimento em todos os níveis da organização. Segundo Jennipher Wattaka, produtora e membro da Gumutindo

---

<sup>40</sup> FAIRTRADE FOUNDATION. Fairtrade and Coffee. 2012. Disponível em <[https://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2012\\_Fairtrade\\_and\\_coffee\\_Briefing.pdf](https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2012_Fairtrade_and_coffee_Briefing.pdf)> Acesso em 08 novembro 2017.

Como mulher, a participação no comércio justo é muito benéfica. Controlamos a produção. O Fair Trade nos ensinou a melhorar a qualidade do nosso café. Também ajuda as mulheres a vender seus produtos. Temos acesso a bons mercados agora. O Comércio Justo também oferece às mulheres mais liberdade de expressão. Quando somos pagas, compramos o que queremos e não precisamos pedir nada a nossos maridos. E sabemos como gerenciar um orçamento para as necessidades domésticas (JENNIPHER WATTAKA, produtora de café para entrevista, 2012).

O café cultivado, colhido e preparado pelas mulheres produtoras de café de Gumutindo é de fato de alta qualidade (levando em consideração os cuidados que prestam às plantações e seu trabalho) e beneficia de rastreabilidade irrefutável. Quatro dos sete diretores são mulheres e a equipe permanente da estrutura é composta por meias mulheres, embora representem menos de 20% de seus membros.<sup>41</sup>.

Figura 8. Produtora de Gumutindo recolhendo café



Fonte: *Trade for Development*, 2016.

O estabelecimento deste sistema de produção exclusivamente feminino se encaixa muito claramente no âmbito do projeto de desenvolvimento global, que é a razão de ser de Gumutindo e cujo empoderamento das mulheres é um dos pilares.

<sup>41</sup> THE TRADE FOR DEVELOPMENT CENTRE. Coffee Of Africa's Great Lakes Region. Disponível em <[http://www.befair.be/drupal\\_files/public/allfiles/brochure/Coffee%20from%20Kivu\\_0.pdf](http://www.befair.be/drupal_files/public/allfiles/brochure/Coffee%20from%20Kivu_0.pdf)> Acesso em 08 novembro 2017.

O acesso aos recursos (que ainda é muito limitado a eles devido às tradições rurais, apesar das notáveis evoluções legais) implica mudar a mentalidade dos homens nas comunidades.

- Women Wine: as mulheres do vinho da África do Sul

A África do Sul é um dos maiores produtores mundiais de cereais de comércio justo e vinho certificado. O *Fairtrade* é verdadeiramente uma vitrine para o Comércio Justo da África do Sul, seu dinamismo e a qualidade de seus produtos. Estes vinhos ganharam hoje um reconhecimento internacional real, como comprovado pelos muitos prêmios obtidos nos últimos anos por alguns dos vinhos vermelhos, brancos e cintilantes produzidos pelos vinicultores com certificação Fairtrade (WOSA, 2015).

Esses inegáveis sucessos, no entanto, não devem obscurecer a difícil realidade racial e social do setor vitivinícola na África do Sul. A vinificação continua a ser um dos setores mais importantes da atividade econômica do país, onde a política de discriminação positiva implementada pelo governo no âmbito do programa Black Economic Empowerment (BEE) tem o máximo difícil dar resultados concretos.

A organização Women in Wine foi criada em 2006 por um grupo de 20 mulheres negras, profissionais do vinho de diferentes origens, mas com um amor compartilhado pela viticultura. Eles queriam dar às mulheres, especialmente às trabalhadoras nas fazendas e vinhas de suas famílias, a oportunidade de se envolverem na indústria do vinho. As Women in Wine tornaram-se a primeira empresa de vinhos de propriedade exclusiva, controlada e administrada por mulheres<sup>42</sup>.

---

<sup>42</sup> WOMEN WINE. Our Story. Disponível em <<http://womeninwine.co.za/article/our-story>> Acesso em 08 novembro 2017.



Figura 9. Mulheres da Women Wine



Fonte: *Women Wine*, 2016.

Altamente comprometidos com essa dimensão social, os fundadores e membros da Women Wine estão agora trabalhando na preparação da certidão Fairtrade para sua produção de vinho tinto e branco. Por seus esforços, a empresa ganhou o Ethics Award da renomada revista de especialidades britânicas “The Drinks Business”<sup>43</sup>.

- Ilha Rendada: as rendeiras do Brasil

As rendeiras são uma parte importante da característica cultura açoriana de Florianópolis, uma cidade com o maior número de rendeiras no sul do Brasil, estimada em cerca de 250 mulheres. No entanto, essa arte foi duramente atingida pela globalização com a comercialização de produtos feitos industrialmente. O projeto “Empreendedor de lã de bobina: treinamento profissional e comércio justo para mulheres em renda da ilha de Santa Catarina” foi chamado desde o início da “Ilha Rendada”<sup>44</sup>.

<sup>43</sup> \_\_\_\_\_. About us. Disponível em < <http://womeninwine.co.za/article/about-us>> Acesso em 08 novembro 2017.

<sup>44</sup> ARTESOL, Artesanato Solidário. Conhecimento herdado de renda de bilro une comunidade em Florianópolis. Disponível em <<http://artisol.org.br/membros/ilharendada>> Acesso em 08 novembro 2017.

A qualificação de rendeiras no campo do empreendedorismo e CJ foi considerada essencial para o sucesso do projeto. Nesse sentido, foi promovido um curso de 128 horas, sendo uma reunião semanal de duração de 4 horas, realizada nos quatro polos de atuação. Os temas de capacitação basearam-se em aspectos emancipatórios que favoreceram o protagonismo dos laticínios. Além das classes incluídas no módulo de promoção de exportação, algumas das rendeiras participaram dos cursos do Centro Nacional de Treinamento e Apoio em Assistência Técnica de Economia Solidária (CFES), porque a entidade é projetada para coordenar, em um a nível nacional, a estruturação da rede CFES como serviço nacional para fortalecer e promover a educação para a economia solidária (CFES, 2016). As reuniões do Fórum Regional da Economia Solidária da Grande Florianópolis foram adicionadas a essas ações. Isso permitiu a participação do projeto na Feira Internacional de Santa Maria, na Feira de Florianópolis da Economia e Fórum Fair Costal em Itajaí, de forma integral ao aspecto de sustentabilidade que permeia os espaços de marketing<sup>45</sup>.

Para uma maior inserção das rendeiras, um módulo foi criado para permitir a criação de um plano de negócios. Com base em estudos, as melhores práticas de marketing foram identificadas, todas baseadas em princípios do Comércio Justo. Durante esta fase, a criação de um sólido plano de negócios para o marketing de produtos em todo o país e a harmonia com o site de vendas e a participação em feiras e eventos nacionais e internacionais. A partir desse momento, as mulheres começaram a agir de forma planejada e estratégica para aproveitar as vendas e o conhecimento das múltiplas formas de negociação, permanência e crescimento no mercado, sempre com vista à sustentabilidade. Conforme a 2ª Conferência do Projeto Ilha Rendada “a rendeira deixou de ser uma vendedora passiva que espera que os compradores se tornem empresários de sua empresa, sem esquecer a comercialização de seu produto de forma justa e favorável”<sup>46</sup>.

---

<sup>45</sup>SEBRAE. Artesanato Brasil. Disponível em <<http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/6078.pdf>> Acesso em 08 novembro 2017.

<sup>46</sup>ZANELLA. A renda que enreda: Analisando o processo de constituir-se rendeira. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/es/v21n71/a11v2171.pdf>> Acesso em 08 novembro 2017.

Figura 10. Tecelã da Ilha Rendada



Fonte: Fundação Catarinense de Cultura, 2016

Em conclusão aos exemplos permeados, nota-se que milhares de mulheres mobilizam sua inteligência, coragem e força para contribuir para o bem-estar de suas comunidades. Desde a colheita do café em Uganda, passando pela produção de vinhos sul-africanos e chegando ao sul do Brasil, elas organizam e trabalham arduamente para alimentar suas famílias, usando suas capacidades produtivas para se manterem longe da pobreza, ignorância e violência através de iniciativas justas.

O Comércio Justo é um conceito de parcerias comerciais, baseado em diálogo, transparência e respeito, que busca alcançar maior equidade no comércio internacional. Contribui para o desenvolvimento sustentável, oferecendo melhores condições comerciais e garantindo os direitos dos produtores e trabalhadores marginalizados, especialmente os das mulheres. O Comércio Justo também é uma abordagem pragmática para reduzir a pobreza, particularmente no caso do envolvimento das mulheres na área comercial.

Assim sendo, o Comércio Justo procura garantir que o trabalho das mulheres seja devidamente valorizado e recompensado, de modo que elas sejam pagas pelo seu contributo para o processo de produção. A independência das

mulheres como produtoras é desenvolvida através de relações sustentadas com os parceiros comerciais, que proporcionam uma continuidade e muitas vezes incluem treinamento em habilidades de gerenciamento, melhor acesso aos mercados e assistência financeira e técnica.

Além disso, é dada atenção ao empoderamento das mulheres e ao reconhecimento dos seus direitos de propriedade intelectual no uso e gestão dos recursos naturais. O Comércio Justo abre espaços para tornar visível a contribuição das mulheres, através do reconhecimento de que a renda, segurança e apoio são necessários para seu bem-estar e de suas famílias.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

Este estudo apresentou a abordagem social do Comércio Justo que trata de enquadrar os produtores menos favorecidos no contexto do desenvolvimento sustentável, especialmente no que tange a desigualdade de gênero. Demonstrou, também, como políticas comerciais têm um impacto real sobre a vida das mulheres em todo o mundo, muitas vezes maior do que qualquer outro instrumento de política.

Para a inserção de métodos que promovam as transformações necessárias nas esferas política, econômica, social e cultural que dão origem a condições justas para as mulheres, é importante ter consciência da complexidade da tarefa. É essencial, assim, incorporar o discurso de gênero nos setores econômicos e produtivos, porque, como já mencionamos, trata-se de reformular a perspectiva do papel da mulher no comércio internacional.

Dado o panorama que foi brevemente delineado neste trabalho, existem alguns esforços que estão sendo feitos a partir de vários espaços, principalmente dentro do Comércio Justo, que denotam uma certa sensibilidade ao gênero. No entanto, essa sensibilidade não é generalizada e, em vista dos resultados obtidos a níveis nacional e internacional, são necessários maiores esforços para o empoderamento das mulheres no âmbito da economia.

A maioria das organizações compreende a promoção da igualdade de gênero a partir de um ponto de vista unidimensional, predominantemente aqueles que se concentram no econômico. Mas, como já mencionamos, a desigualdade de gênero se reflete na realidade articulada entre vários aspectos das esferas econômica, política, social e cultural, e deve ser abordada através de políticas de reconhecimento, nas questões de identidade, visibilidade, direitos sexuais e direitos reprodutivos, violência de gênero, etc. O tratamento de todas essas questões é fundamental para enfrentar a desigualdade de gênero com possibilidades realistas de transformação.

Tal desejo de inclusão e igualdade de gênero exige, portanto, uma certa transformação do modelo empreendedor que pode ser associativo ou cooperativo. Estes poderiam ser amplamente aplicados para ajudar os formuladores de políticas, as organizações de fomento e outras entidades a identificar formas de reduzir a pobreza em suas comunidades, ao capacitarem as mulheres e incentivar a participação ativa na economia.

Vimos na análise que existem vários elementos positivos no trabalho das organizações consultadas, mas também a nível geral, há deficiências significativas que devem ser redirecionadas. Estatutos mais elaborados adaptados às especificidades das empresas de Comércio Justo, poderiam ajudar a enfrentar os desafios desta nova forma de empreendedorismo e da nova maneira de fazer negócios partindo da abordagem de gênero. Além disso, existem formas de integrar as diferentes partes interessadas, especialmente as mulheres, no comércio global e nos processos formais de tomada de decisão, embora o quadro legal possa ser limitado (TADROS E MALO, 2002).

Para concluir, deve-se dizer que o Comércio Justo, por levar em consideração a situação de desigualdade que vivem as mulheres, tem um impacto direto sobre o empoderamento. Por outro lado, quando existem anteriormente a isso um ambiente onde elementos como uma organização em cadeia das mulheres, a conscientização sobre a desigualdade de gênero, a possibilidade de acesso aos recursos produtivos e a identificação das mulheres com assuntos econômicos, resultam num impacto muito maior. Nesse sentido, para que ocorram amplas mudanças estruturais, é necessário que elas venham de todos os níveis de socialização.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

ABRAMO, Helena Wendel; LEON, Oscar Dávila; FREITAS, Maria Virgínia. Juventude e adolescência no Brasil: referências conceituais. São Paulo: Ação Educativa, 2011.

ADEODATO, João Maurício. Modernidade e direito. Recife: Revista da Esmape, 1997, p. 253.

ALMEIDA, Suely de S. Essa Violência maldita. In: ALMEIDA, Suely de S. (Org.). Violência de gênero e políticas públicas. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2007.

AMARAL. Grazielle. Os desafios da inserção da mulher no mercado de trabalho. *Itinerarius Reflectionis*, [S.l.], v. 8, n. 2, fev. 2013. ISSN 1807-9342. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/rir/article/view/22336>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

ARANHA, Maria. Filosofia da Educação. 2. ed. São Paulo: Moderna, 2000.

ARTESOL, Artesanato Solidário. Conhecimento herdado de renda de bilro une comunidade em Florianópolis. Disponível em <<http://artcsol.org.br/membros/ilharendada>> Acesso em 08 nov. 2017.

ARTISANS DU MONDE. Le Commerce Équitable et Les Femmes. Disponível em <[http://www.artisansdumonde.org/documents/ce\\_femmes\\_mai2016.pdf](http://www.artisansdumonde.org/documents/ce_femmes_mai2016.pdf)>. Acesso em 08 nov. 2017.

BARROS, M. E. D. O Controle Social e o processo de descentralização dos serviços de Saúde. In: BRASIL. Ministério da Saúde. Incentivo à participação popular e Controle Social no SUS: textos técnicos para conselheiros de saúde. Brasília: IEC, 2006.

BEAUVOIR, Simone. O segundo sexo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

BLANCHET, CARIMENTRAND. Dicionário Comércio Justo. Edições Quæ, 2012.

BOBBIO, Norberto. Teoria geral da política: a filosofia política e as lições dos clássicos. Organizado por Michelangelo Bovero. Tradução de Daniela Beccaccia Versiani. Rio de Janeiro: Campus, 2000, p. 117.

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001, p. 17.

\_\_\_\_\_. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 2005, p. 8.

BRASIL. A Organização Mundial do Comércio. Disponível em <<http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/politica-externa/diplomacia-economica-comercial-e-financeira/132-organizacao-mundial-do-comercio-omc>>. Acesso em 3 out. 2017.



BRASIL. Constituição Federal de 1988. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em 23 ago. 2017.

BRASIL. Controladoria Geral da União. Sobre a ONU: antecedentes. Disponível em: <<http://www.cgu.gov.br/onu/sobre/antecedentes/index.asp>>. Acesso em 3 de out. de 2017.

BRUSCHINI, Cristina; LOMBARDI, Maria Rosa e UNBEHAUM Sandra. Trabalho, renda e políticas sociais: avanços e desafios. In: Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher – UNIFEM. O Progresso das mulheres no Brasil. Brasília: Unifem/Fundação Ford/Cepia, 2006.

BUCOLO, Elisabetta. Comércio Justo, uma prática de economia solidária. Ecologia e política, vol. 28, no. 1, 2004, p. 27-44.

BUTLER, Judith. *Corpos que importam: nos limites discursivos do “sexo”*. Nova York: Biblioteca B.; 1993, p. 21-23

\_\_\_\_\_. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: C. Brasileira, 2003.

CABRAL, Renato. O estilo de liderança feminino começa a conquistar mercado de trabalho. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/vivermelhor/mulher/mat/2007/10/01/297955145.as>>. Acesso em 25 ago. 2017.

CHANGING WORLD OF WORK. Infographic of UN Women. Disponível em <<http://interactive.unwomen.org/multimedia/infographic/changingworldofwork/index.html>>. Acesso em 20 out. 2017.

CHARLIER, S. *et al.* Comércio Justo face a novos desafios comerciais: Evolução da dinâmica dos atores ", Plano de Apoio Científico para uma Política de Desenvolvimento Sustentável (PADD II). Bruxelas: Universidade de Liège, 2006.

\_\_\_\_\_. *Plano de Apoio Científico para uma Política de Desenvolvimento Sustentável, Comércio Justo na Cara dos Novos Desafios Comerciais: Mudança da Dinâmica das Partes Interessadas*, 2006, p. 70.

CHIAVENATO, Idalberto. *Comportamento Organizacional: a dinâmica de sucesso das organizações*. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CNDL. *Consumo consciente*, 2016. Disponível em <<https://ptdocz.com/doc/1746557/consumo-consciente-2016>>. Acesso em 25 nov. 2016.

COCHOY, Ferdinando. *A política de mercado deve ser abandonada? Reflexões sobre o consumo comprometido*. Toulouse: Revista socioeconômica francesa, 2008.



DIAZ PEDREGAL, Virginie. Comércio Justo na França contemporânea: Ideologias práticas. Paris: L'Harmattan, 2007.

EFTA. EFTA Bulletin issue 3. Disponível em <<http://www.efta.int/publications/bulletins/new-economy-new-borders-2000>> . Acesso em 10 ago. 2017.

\_\_\_\_\_. Facts and Figures on Fair Trade in 25 European Countries. Fórum Brasileiro de Economia Solidária. Disponível em <[https://www.researchgate.net/publication/248506612\\_Fair\\_trade\\_in\\_Europe\\_2005\\_Facts\\_and\\_figures\\_on\\_fair\\_trade\\_in\\_25\\_European\\_countries](https://www.researchgate.net/publication/248506612_Fair_trade_in_Europe_2005_Facts_and_figures_on_fair_trade_in_25_European_countries)>. Acesso em 25 nov. 2017.

ELSHTAIN, Jean Bethke. Moral Woman/Immoral Man: The Public/Private Distinction and its Political Ramifications. *Politics and Society*, v. 4, n. 4, 1974, p. 453-473.

EMBRAPA. Brasil e Mali investem em pesquisas para garantir qualidade do amendoim. Disponível em <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/12502026/brasil-e-mali-investem-em-pesquisas-para-garantir-qualidade-do-amendoim>>. Acesso em 24 out. 2017.

ENLOE, Cynthia. Bananas, Beaches and Bases: Making Feminist Sense of International Politics. Berkeley: University of California Press, 2000, p. 40.

FAIRTRADE FOUNDATION. Fairtrade and Coffee. 2012. Disponível em <[https://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2012\\_Fairtrade\\_and\\_coffee\\_Briefing.pdf](https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2012_Fairtrade_and_coffee_Briefing.pdf)>. Acesso em 08 nov. 2017.

FAO. Estado da Alimentação e Agricultura: Mulheres na Agricultura - Fechamento da diferença de gênero para o desenvolvimento. Disponível em <[www.fao.org/docrep/013/i2050e/i2050e.pdf](http://www.fao.org/docrep/013/i2050e/i2050e.pdf)>. Acesso em 08 nov. 2017.

FERNANDEZ *et al.* Sexualidade no período climatérico: situações vivenciadas pela mulher. *Rev. Esc. Enferm. USP*, São Paulo, v.39, n.2, p. 129-135, jun. 2008. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0080-62342005000200002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0080-62342005000200002&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 27 out. 2017.

FINE. Fair Trade trends in north America and the Pacific rim. Disponível em <[www.FairTradefederation.org](http://www.FairTradefederation.org)>. Acesso em 30 ago. 2017.

FLO. Fair Trade: Criteris. Disponível em <<http://www.fairtrade.net/> 2002a.> Acesso em 20 agosto 2017.

FOUCAULT, Michel. De outros espaços. *Heterotopias*, 1967.

FRETEL, Alfonso; SIMONCELLE-BOURQUE, Eloïse. O comércio justo e o consumo ético. Série Economia Solidária. Rio de Janeiro: DP&A Fase, 2003.

FUKUDA-PARR, Sakiko - Are the MDG's priority in development strategies and aid programmes? Only few are! Working Paper: 2008. Disponível em <<http://www.ipc-undp.org/pub/IPCWorkingPaper48.pdf>>. Acesso em 21 mar. 2010.

GRANT THORNTON. Maioria das empresas brasileiras não tem mulheres em cargos de liderança. Disponível em <<http://www.grantthornton.com.br/press-releases/>>. Acesso em 08 nov. 2017.

GRIFFITHS, Martin. 50 grandes estrategistas das Relações Internacionais. São Paulo: Contexto, 2004.

GUILBERT, Madeleine. As funções das mulheres na indústria. La Haye: Mouton, 1966.

GUIZELINI, Marta Cristina. A mulher no comando do mundo corporativo. Disponível em <[https://www.researchgate.net/publication/266165555\\_a\\_mulher\\_no\\_comando\\_do\\_mundo\\_corporativo](https://www.researchgate.net/publication/266165555_a_mulher_no_comando_do_mundo_corporativo)>. acesso em 08 nov. 2017.

HELD, D.; MCGREW, A. Prós e contras da globalização. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

HESPANHA, P. *et al.* Dicionário internacional da outra economia. Coimbra: Almedina/CES, 2009.

HOBBSAWM, Eric. Ecos da Marselhesa: dois séculos reveem a Revolução Francesa. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

HOTELLING, Harold. Stability in Competition. The Economic Journal, 1929.

HUECK, Karin. Homens x mulheres: por que eles estão ficando para trás. Rio de Janeiro: Superinteressante, 2011.

IBGE. Perfil das mulheres responsáveis pelas famílias no Brasil. Disponível em <<https://ww2.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/07032002mulher.shtm>>. Acesso em 08 nov. 2017

IFM. Conference on Gender and Macroeconomics. Disponível em <<https://www.imf.org/en/News/Events/Gender-and-Macroeconomics>>. Acesso em 22 out. 2017.

INSEE. The unemployment rate decreased. Paris, 2010. Disponível em <<https://www.insee.fr/en/statistiques/2966620>>. Acesso em 08 nov. 2017

IPEA. Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: o comércio global como motor para o desenvolvimento. Disponível em <<http://desafios.ipea.gov.br/index.php>>. Acesso em 02 nov. 2017.

\_\_\_\_\_. Retratos da Desigualdade, 2ed. 2006. Disponível em <<http://www.ipea.gov.br/retrato/pdf/segundaedicao.pdf>>. Acesso em 06 nov. 2017.

JOEKES, Ines. Emprego relacionado com o comércio para mulheres na indústria e serviços em países em desenvolvimento. Documento ocasional nº 5. Instituto de Pesquisa de Nações Unidas para o Desenvolvimento Social, 1995.

JOURNAL DES MAGASINS DU MONDE. Dezembro 2006. Disponível em <[http://www.mdm.ch/sites/default/files/exaequo/ex\\_aequo\\_16.pdf](http://www.mdm.ch/sites/default/files/exaequo/ex_aequo_16.pdf)>. Acesso em 02 nov. 2017.

KARPIK, Lucien. Economia das singularidades. Paris: Gallimard, 2007.

KLEBA, Elisabeth; WENDAUSEN, Agueda. Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política. São Paulo: Saúde Soc., 2009.

KURZAWA, Luciane. O Papel da Mulher na Gestão Pública. Artigo. 2003. Disponível em <<http://www.sefaz.ms.gov.br/age/artigostec/artigoluciane.pdf>>. Acesso em 02 nov. 2017

LAKATOS, E. Maria; MARCONI, M. de Andrade. Fundamentos de metodologia científica: Técnicas de pesquisa. 7 ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

LEMAIGRE, Thomas; VERBEEREM, Pierre. The Social Economy and Fair Trade. Agence Alter y Université de Liège, 1997.

LESKINEN, Matti. Educación una clave hacia la igualdad. Revista Observatorio Social, núm. 5, 2004.

MABIN, Alan. Sedimentando a teoria da cidade do Sul no tempo e lugar. Revista Sociedade e Estado - Volume 30 Número 2 Maio/Agosto 2015. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/se/v30n2/0102-6992-se-30-02-00323.pdf>>. Acesso em 02 nov. 2017.

MALHEIROS *et al.* Desafios do uso de indicadores na avaliação da sustentabilidade. In: PHILIPPI JÚNIOR, Arlindo; MALHEIROS, Tadeu Fabrício. (Eds.). Indicadores de sustentabilidade e gestão ambiental. Barueri/SP: Manole, 2012, p.1-29.

MARTINS, Leonardo. Tribunal Constitucional Federal alemão: decisões anotadas sobre direitos fundamentais [obra em 5 volumes. Vol. 1: Dignidade humana, livre desenvolvimento da personalidade, direito fundamental à vida e à integridade física, igualdade], 2016.

MAX HAVELAAR FOUNDATION. Fair Trade. Disponível em: <<http://www.maxhavelaar.ch/de/fairtrade/ueber-fairtrade/>>. Acesso em 20 out. 2017.

MENDES, E. V. As Redes de Atenção à Saúde. Organização Pan-Americana de Saúde, 2011.

MONTAGUT. Adónde va el Comercio Justo? Modelos y experiencias. Espanha: Ed. Icaria & Más Madera, 2006.

MONTE, Izadora. Gênero E Relações Internacionais. Estudos Feministas, n. 21, ed. 1, Florianópolis, 2013.

MOORE, G. The Fair Trade Movement. Journal of Business Ethics, 2004.

MURARO, Rose Marie; BOFF, Leonardo. Feminino e masculino: uma nova consciência para o encontro das diferenças. Rio de Janeiro: Record, 2010.

MURRAY, D.; RAYNOLDS, L. T.; TAYLOR, P. One Cup at a Time: Alívio da Pobreza e Comércio Justo na América Latina. Fort Collins, Colorado: Universidade Estadual do Colorado, 2003.

NANDI, Milena. As líderes que se tornaram exemplo. Negócios & Empreendimentos, Florianópolis, v.3, n.17, p.64-73, jun.2012.

NICHOLLS, A.; OPAL, C. Fair trade: Market-driven ethical consumption. London: Sage, 2005.

ONU BRASIL. 61ª Sessão Da Comissão Sobre O Estatuto Das Mulheres Nações Unidas, 2017. Disponível em <<https://www.cplp.org/id-2429>>. Acesso em 20 out. 2017.

\_\_\_\_\_. Agenda de Ação de Adis Abeba incentiva investimentos em áreas de necessidades globais. Disponível em <<https://nacoesunidas.org/onu-agenda-de-acao-de-adis-abeba-incentiva-investimentos-em-areas-de-necessidades-globais/>>. Acesso em 22 out. 2017.

\_\_\_\_\_. Momento de ação global para as pessoas e o planeta. Disponível em <<https://nacoesunidas.org/pos2015/>>. Acesso em 26 out. 2017.

\_\_\_\_\_. ONU prevê modesta recuperação da economia global em 2017-2018. Disponível em <<https://nacoesunidas.org/onu-preve-modesta>>. Acesso em 26 out. 2017.

\_\_\_\_\_. A FAO. Disponível em <<https://nacoesunidas.org/agencia/fao/>>. Acesso em 26 out. 2017.

\_\_\_\_\_. Eles por Elas. Disponível em <[http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/ElesPorElas\\_visao\\_geral.pdf](http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/ElesPorElas_visao_geral.pdf)>. Acesso em 26 out. 2017.

PADD II. Modes de production et de consommation durables, 2006. Disponível em <[http://www.belspo.be/belspo/organisation/publ/pub\\_ostc/CPen/rappCP50annex5\\_fr.pdf](http://www.belspo.be/belspo/organisation/publ/pub_ostc/CPen/rappCP50annex5_fr.pdf)>. Acesso em 08 nov. 2017.

PEDINI, S. Fair Trade: Alternativa ao mercado convencional de café e processos de empoderamento de cafeicultores familiares. 2011. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Lavras. Lavras, 2011. Disponível em <<http://repositorio.ufla.br/jspui/handle/1/3090>> Acesso em 25 nov. 2016.

PERRONE, Leyla. Flores da escrivanhinha. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

PETERSON, Spike V.; RUNYAN, Anne's. Questões globais de gênero - Dilemas na política mundial. Colorado: Westview Press, 1999.

PNUD BRASIL. Relatório do Desenvolvimento Humano 2007/2008. Disponível em <<http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/library/relatorios-de-desenvolvimento-humano/relatorio-do-desenvolvimento-humano-20007.html>>. Acesso em 5 nov. 2017.

\_\_\_\_\_. Relatório do Desenvolvimento Humano 2007/2008. Disponível em <<http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/library/relatorios-de-desenvolvimento-humano/relatorio-do-desenvolvimento-humano-20007.html>>. Acesso em 5 nov. 2017.

POLANYI, M. Conhecimento pessoal: para uma filosofia pós-crítica. London Routledge & Kegan Paul, 1969.

POLIONU. Guia de estudos ONU Mulheres, 2017. Disponível em <[http://www.colegiopoliedro.com.br/polionu/pdf/guias/onu\\_mulheres.pdf](http://www.colegiopoliedro.com.br/polionu/pdf/guias/onu_mulheres.pdf)> Acesso em 3 de outubro 2017.

PRIORE, M. D. História das Mulheres no Brasil. São Paulo: Contexto, 2006. recuperacao-da-economia-global-em-2017-2018-e-retorno-incerto-ao-crescimento-forte-e-sustentavel/>. Acesso em 24 out. 2017.

RIST, Gilbert. Desenvolvimento: história de uma crença ocidental. Paris: Presses of Science, 2001.

ROSS, Alf. Direito e Justiça. São Paulo: Edipro, 2000, p. 313.

SACHS, Ignacy. Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável. In: STROH, Paula Yone (Org.). Rio de Janeiro: Garamond, 2000.

SARFATI, Gilberto. Teoria das Relações Internacionais. São Paulo. Saraiva, 2005.

SCHNEIDER, Johann. Relatório da Pesquisa Mundial de Comércio Justo: parte 1. Brasília: SEBRAE, 2012.

SCOTT, Jean. Gênero: uma categoria útil de análises históricas. O gênero e a política da história. Nova York: Columbia University Press, 1989.

SEBRAE. Artesanato Brasil. Disponível em <<http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/6078.pdf>>. Acesso em 08 nov. 2017.

\_\_\_\_\_. Casos de sucesso Projetos de comércio justo. Disponível em <[http://sites.pr.sebrae.com.br/leigerall/wp-content/uploads/sites/35/2014/02/casos-de-sucesso\\_projetos-de-comercio-justo-sebrae-pr-2.pdf](http://sites.pr.sebrae.com.br/leigerall/wp-content/uploads/sites/35/2014/02/casos-de-sucesso_projetos-de-comercio-justo-sebrae-pr-2.pdf)>. Acesso em 08 nov. 2017.

\_\_\_\_\_. Disciplina de empreendedorismo. São Paulo: Manual do aluno, 2007, p. 33

SEGUINO, S. Desigualdade salarial de gênero e crescimento liderado pelas exportações na República da Coréia. *Journal of Development Studies*, 1997.

SIRIEIX, L.; TAGBATA, D. A disposição dos consumidores em pagar pelo comércio justo e produtos orgânicos. Em Procedimentos da 2ª conferência científica da sociedade internacional de pesquisa em agricultura orgânica. Itália, 2008

STOTZ, Eduardo Navarro; ARAUJO, José Wellington Gomes. Promoção da saúde e cultura política: a reconstrução do consenso . *Saúde soc.* [online]. 2004, vol.13, n.2, pp.5-19.

SULLEROT, Evelyne. *La presse féminine*. Paris: A. Colin, 1963.

SWAEN, Valerie; MAON, François. Um consumidor cada vez mais equitativo, Louvain: Universidade Católica de Lovaina, 2006. Disponível em: <[http://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/etes/documents/Lv\\_162\\_2.pdf](http://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/etes/documents/Lv_162_2.pdf)>. Acesso em 08 nov. 2017.

SYLVESTER, Christine. As Contribuições da Teoria Feminista às Relações Internacionais. Em: SMITH, S .; BOOTH, K .; ZALEWSKI, M. (Eds.). *Teoria internacional: positivismo e além*. Cambridge University Press, 1996, p. 254-278.

THE TRADE FOR DEVELOPMENT CENTRE. *Coffee Of Africa's Great Lakes Region*. Disponível em <[http://www.befair.be/drupal\\_files/public/allfiles/brochure/Coffee%20from%20Kivu\\_0.pdf](http://www.befair.be/drupal_files/public/allfiles/brochure/Coffee%20from%20Kivu_0.pdf)>. Acesso em 08 nov. 2017.

THE WORD BANK. *Poverty and shared prosperity*, 2016. Disponível em <<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/25078/9781464809583.pdf>>. Acesso em 16 nov. de 2017.

THE WORLD'S WOMAN. *Trends and Statistics*. Disponível em <<https://unstats.un.org/unsd/gender/worldswomen.html>>. Acesso em 24 out. 2017.

TICKNER, J. Ann. You Just Don't Understand: Troubled Engagements between Feminists and IR theorists in: *International Studies Quarterly*, vol. 21, no. 4, 1997, pp. 611-632.

\_\_\_\_\_. *Gender in International Relations: Feminist Perspectives in Achieving Global Security*. New York: Columbia University Press, 1992.

TRANSFAIR USA. *Financial Statements, 2008*. Disponível em <<https://www.fairtradecertified.org/sites/default/files/filemanager/documents/Financial%20Forms/2008%20Audited%20Financial%20Statement.pdf>>. Acesso em 08 nov. 2017.

UNICEF. *A Convenção sobre os Direitos da Criança* Disponível em <<https://www.unicef.org/brazil/sowc20anosCDC/cap4.html>>. Acesso em 28 jan. 2017.

UNICRIO. *Carta da ONU*. Disponível em: <[http://unicrio.org.br/img/CartadaONU\\_VersolInternet.pdf](http://unicrio.org.br/img/CartadaONU_VersolInternet.pdf)>. Acesso em 3 out. 2017.

VASCONCELLOS, E. M. *O poder que brota da dor da opressão: empowerment, sua história, teoria e estratégias*. São Paulo: Paulus, 2003.

WENDT, Alexander. *Social Theory of International Politics*, Cambridge University Press, 1999, p. 88.

WFTO. *10 Principles of Fair Trade*. Disponível em <<https://www.wfto.com/sites/default/files/10-FAIR-TRADE-PRINCIPLES-2013.pdf>>. Acesso em 28 jan. de 2017.

\_\_\_\_\_. *History Of Fair Trade*. Disponível em <<https://wfto.com/about-us/history-wfto/history-fair-trade>>. Acesso em 08 nov. 2017.

WILKINSON, J. Fair trade: dynamic and dilemmas of a market oriented global social movement. *Journal of Consumer Policy*, Leiden, v. 30, n. 3, p. 219-239, mar. 2007.

WOMEN WINE. *Our Story*. Disponível em <<http://womeninwine.co.za/article/our-story>>. Acesso em 08 nov. 2017.

\_\_\_\_\_. *About us*. Disponível em <<http://womeninwine.co.za/article/about-us>> Acesso em 08 nov. 2017.

WOOD A. *Comércio Norte-Sul e mão-de-obra feminina na fabricação: uma assimetria*. *Journal of Development Studies*, 1991.

WUNSCH FILHO, Victor . *Perfil epidemiológico dos trabalhadores*. *Revista Brasileira De Medicina Do Trabalho*. Belo Horizonte, v. 2, n. 2, p.103-117, abr./jun. 2004.

ZANELLA. A renda que enreda: Analisando o processo de constituir-se rendeira. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/es/v21n71/a11v2171.pdf>> Acesso em 08 nov. 2017.