

# COMÉRCIO JUSTO INTERNACIONAL E BRASILEIRO: UMA ANÁLISE SOCIOLÓGICA COMPARATIVA DE MODELOS E RACIONALIDADES DE MERCADO

## INTERNATIONAL AND BRAZILIAN FAIR TRADE: A COMPARATIVE SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF MARKET MODELS AND RATIONALITIES

Antonio Daniel Alves Carvalho<sup>1</sup>

**Resumo:** O artigo realiza uma análise sociológica comparativa entre o modelo internacional de comércio justo (WFTO/Fairtrade International) e o modelo brasileiro de comércio justo e solidário (SNCJS), articulado à economia solidária e a políticas públicas. Com base em Karl Polanyi e na noção de (re)incrustação da economia, interpreta o comércio justo como contramovimento à mercantilização desregulada, buscando reorientar mercados por princípios de justiça social, sustentabilidade e direitos do trabalho. A partir de pesquisa documental qualitativa (normas, decretos, relatórios e literatura entre 2004 e 2014), o estudo sistematiza definições, princípios, públicos-alvo, mecanismos de certificação, critérios de participação e visões de atores. Mostra que o modelo internacional conforma um regime privado de regulação ética de cadeias globais Norte–Sul, baseado em certificação por terceira parte e critérios técnicocontratuais que tendem a privilegiar organizações mais estruturadas. Já o modelo brasileiro configura um mercado híbrido, regulado pública e socialmente, centrado em Empreendimentos de Economia Solidária, em arranjos de governança públicosociais e em dispositivos de garantia combinando certificação auditada, sistemas participativos e declarações estatais. Conclui que esse hibridismo amplia a dimensão substantiva da racionalidade econômica, aproximando o comércio justo de agendas de desenvolvimento local, inclusão socioproductiva e democratização das

---

<sup>1</sup> Doutor em sociologia, Assessor Científico de Pesquisas e tecnologia da Fapeal. <https://orcid.org/0000-0003-0839-0704>

relações de mercado.

**Palavras chaves:** comércio justo; economia solidária; sociologia econômica; Karl Polanyi; certificação; políticas públicas; mercado híbrido.

**Abstract:** The article presents a sociological comparative analysis between the international fair trade model (WFTO/Fairtrade International) and the Brazilian fair and solidarity trade model (SNCJS), which is linked to the solidarity economy and public policies. Based on Karl Polanyi and the notion of the (re)embeddedness of the economy, it interprets fair trade as a countermovement against deregulated commodification, seeking to reorient markets according to principles of social justice, sustainability and labour rights. Through qualitative documentary research (standards, decrees, reports and literature from 2004 to 2014), the study systematizes definitions, principles, target groups, certification mechanisms, participation criteria and actors' views. It shows that the international model constitutes a private regime of ethical regulation of North–South global value chains, grounded in thirdparty certification and technicalcontractual criteria that tend to favour more structured organizations. The Brazilian model, in turn, configures a hybrid market, publicly and socially regulated, centred on Solidarity Economic Enterprises, public–social governance arrangements and guarantee mechanisms that combine audited certification, participatory systems and state declarations. It concludes that this hybridity broadens the substantive dimension of economic rationality, bringing fair trade closer to agendas of local development, socioproductive inclusion and the democratization of market relations.

**Keywords:** fair trade; solidarity economy; economic sociology; Karl Polanyi; certification; public policies; hybrid market.

## Introdução

O comércio justo emergiu no pós-Segunda Guerra como resposta às desigualdades estruturais entre países do Norte e do Sul global, articulando redes transnacionais de produtores e consumidores dispostos a reconfigurar as trocas econômicas a partir de princípios éticos, justiça nas relações de trabalho e sustentabilidade socioambiental. No Brasil, a institucionalização do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS) adicionou um componente singular a esse movimento ao integrar políticas públicas de economia solidária, protagonismo estatal e mecanismos de certificação desenhados para empreendimentos econômicos solidários (EES). Apesar da vasta documentação produzida por organizações internacionais (WFTO, FLO) e nacionais (MTE, Faces do Brasil), ainda são escassos estudos que comparam sistematicamente os modelos, suas normas e racionalidades de regulação, sobretudo sob uma interpretação sociológica que explique o hibridismo brasileiro entre mercado e solidariedade.

O problema que orienta este artigo consiste em compreender de que maneira os modelos internacional e nacional de comércio justo se diferenciam em termos de princípios, públicos-alvo, dispositivos de certificação e exigências operacionais, e como essas diferenças revelam projetos políticos e econômicos específicos para a inclusão de produtores marginalizados. Este questionamento é relevante porque a coexistência de selos internacionais e políticas públicas nacionais gera sobreposições normativas, disputas por legitimidade e desafios práticos de adesão para EES brasileiros, ao mesmo tempo em que oferece pistas sobre novas formas de regulação de mercados baseadas em critérios éticos.

O objetivo geral é analisar comparativamente os modelos internacional (WFTO/FLO) e brasileiro (SNCJS), destacando convergências e divergências nas dimensões normativas e institucionais que sustentam cada proposta. Os objetivos específicos são: (i) sistematizar definições, princípios e públicos-alvo dos modelos a partir de documentação produzida entre 2004 e 2014; (ii) examinar os arranjos de certificação e as exigências de participação para diferentes tipos de agentes; (iii) discutir,

à luz do referencial polanyiano, como o modelo brasileiro configura um hibridismo entre economia solidária e mercado, introduzindo papel protagonista do Estado na regulação do comércio justo.

A contribuição principal reside em oferecer um quadro comparativo, baseado em fontes institucionais de ambos os contextos, que evidência como o comércio justo se concretiza em projetos distintos de governança e inclusão socioeconômica. Ao demonstrar que o SNCJS opera como política pública de re-embedder os mercados em princípios solidários, o artigo preenche uma lacuna na literatura sobre fair trade no Brasil e dialoga com debates internacionais acerca de contramovimentos sociais à mercantilização. Além disso, ao propor uma leitura polanyiana do comércio justo e ao delimitar as condições que tornam o modelo brasileiro híbrido, o estudo amplia o repertório analítico para pesquisadores que investigam interações entre Estado, sociedade civil e mercados éticos.

## **Debate e reflexões teóricas**

### **Karl Polanyi, mercado e (des)incrustação da economia**

A abordagem substantivista de Karl Polanyi tem sido central para a renovação da sociologia econômica e oferece um aparato conceitual potente para interpretar experiências de comércio justo e de economia solidária. Em sua obra clássica, Polanyi (2011) argumenta que, historicamente, a economia esteve “incrustada” (embedded) nas relações sociais, isto é, subordinada a normas, instituições e valores que regulavam a produção, a circulação e o consumo. Até a modernidade, os mercados existiam, mas desempenhavam papel “apenas incidental” na vida econômica, não constituindo princípio organizador das sociedades (Polanyi, 2011).

A novidade do capitalismo liberal do século XIX reside na tentativa de construir um mercado “autorregulado”, capaz de comandar não apenas as trocas, mas a própria organização social, submetendo trabalho, terra e dinheiro a uma lógica mercantil generalizada. Tais elementos são definidos por Polanyi (2011) como “mercadorias fictícias”, pois não foram originalmente produzidos para a venda, embora tenham sido retrabalhados institucionalmente para se comportarem como

mercadorias. A ideologia do mercado autorregulado supõe que a sociedade deve funcionar como “um acessório do mercado” (Polanyi, 2011), invertendo a relação tradicional em que a economia se encontrava subordinada ao social.

Esse processo dá origem ao chamado “duplo movimento”: de um lado, a expansão da mercantilização comandada pelo princípio liberal da autorregulação; de outro, os contramovimentos sociais e políticos que buscam proteger o trabalho, a natureza e a moeda dos efeitos destrutivos dessa lógica (Polanyi, 2011). A emergência de legislações trabalhistas, de políticas de proteção social, de regulações ambientais e de formas associativas de produção pode ser lida como resposta a essa tentativa de subordinar inteiramente o social ao econômico.

A perspectiva polanyiana, portanto, permite compreender o mercado não como instância natural ou neutra, mas como construção social e institucional, cuja forma concreta depende de arranjos políticos, culturais e normativos específicos. Nesse sentido, Polanyi (2011) rejeita a naturalização do mercado autorregulado típica da economia liberal, enfatizando que a regulação da vida social pelo mercado depende de configurações históricas particulares de poder, instituições e valores.

Aplicada ao comércio justo, essa perspectiva ilumina o movimento como um contramovimento à mercantilização desregulada das cadeias globais de commodities agrícolas e produtos artesanais. Ao introduzir critérios de justiça social, sustentabilidade ambiental e respeito a direitos trabalhistas como condicionantes das relações de troca, o comércio justo procura “re-incrustar” (re-embed) o mercado em normas éticas e sociais, tensionando a ideia de que os preços e as condições de contratação devam ser determinados exclusivamente pela concorrência e pela maximização de lucros (Schneider, 2012; Lima & Carvalho, 2020). No caso brasileiro, essa re-incrustação assume contornos específicos, ao articular políticas públicas, economia solidária e mecanismos de certificação, configurando um hibridismo entre mercado e solidariedade que dialoga diretamente com a problemática polanyiana.

## **Comércio justo: origens, princípios e racionalidades**

O comércio justo (fair trade) surge no pós-Segunda Guerra, inicialmente associado às Organizações de Comércio Alternativo (Alternative Trade Organizations – ATOs), vinculadas a organizações religiosas, movimentos sociais e ONGs do Norte global. Missionários e ativistas passaram a comercializar artesanato e produtos de comunidades do Sul em feiras e bazares, buscando gerar renda e contestar as assimetrias do comércio internacional (Sena, 2006; Laforga, 2005; Lima & Carvalho, 2020). Essas iniciativas inauguram um modelo de comercialização que, ao reduzir intermediários e enfatizar valores éticos, se distancia do mercado convencional orientado exclusivamente pelo lucro financeiro.

Ao longo das décadas de 1970 e 1980, o movimento se institucionaliza, incorporando também produtos agrícolas (café, cacau, bananas, açúcar, entre outros) e ampliando sua presença em supermercados e redes varejistas. A criação de selos de certificação – inicialmente nacionais e, posteriormente, coordenados pela Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), constituída em 1997 – fortalece a credibilidade do comércio justo e amplia seu alcance junto a consumidores preocupados com as condições sociais e ambientais de produção (Gruninger, 2004; Oliveira & Melo, 2003; Schneider, 2012).

Do ponto de vista normativo, FLO e World Fair trade Organization (WFTO) convergem em princípios centrais: estabelecimento de preços mínimos e prêmios sociais que assegurem remuneração adequada aos produtores; contratos de longo prazo e possibilidade de pré-financiamento; ausência de trabalho escravo e infantil; promoção da igualdade de gênero; respeito à legislação trabalhista nacional e às normas da OIT; e compromisso com práticas de produção ambientalmente sustentáveis (WFTO, 2013; FLO, 2014; Schneider, 2012). A definição de comércio justo da WFTO enfatiza que se trata de “uma parceria comercial, baseada no diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional” e “mais do que apenas comércio”, ao propor mudanças nas regras e práticas do comércio convencional (WFTO, 2016).

Do ponto de vista sociológico, o comércio justo introduz um conjunto de “valores agregados” ao produto: além do valor de uso e de troca, os bens certificados incorporam significados associados à justiça social, à sustentabilidade ambiental, à não exploração do trabalho e à valorização de saberes locais (Lima & Carvalho, 2020; Coelho, 2015). O ato de consumo deixa de ser apenas uma decisão individual utilitarista e passa a ser compreendido como ato político e moral, no qual o consumidor consciente participa de redes de solidariedade transnacionais e contribui para a inclusão de produtores marginalizados do Sul (Bossle & Pedrozo, 2012; Coelho & Neto, 2011).

Essa reconfiguração das relações de troca desafia a visão economicista de mercado centrada no homo oeconomicus e na racionalidade instrumental (Guerreiro Ramos, 1989). Estudos inspirados na sociologia econômica, como os de Granovetter (2007; 2009), interpretam o comércio justo como uma rede social densa em que produtores, certificadoras, traders, organizações de consumidores e varejistas se articulam por meio de relações de confiança, reputação e normas compartilhadas. O conceito de *embeddedness*, originalmente formulado por Polanyi e reelaborado por Granovetter, é mobilizado para mostrar que as transações de comércio justo estão “imersas” em redes de relações sociais que desencorajam o oportunismo e reforçam os compromissos éticos (Swedberg, 2005; Wilkinson, 2002; Oliveira & Melo, 2003).

Ao mesmo tempo, autores críticos chamam atenção para tensões internas ao movimento. De um lado, o comércio justo busca criar um “sistema de preços alternativos” que incorpora preocupações de justiça social (Murray et al., 2003); de outro, a crescente profissionalização, a entrada de grandes varejistas e a centralidade da certificação podem aproximá-lo de uma lógica de “oferta de produtos éticos” sob constrangimentos do mercado convencional (Gendron et al., 2009; Kamlot & Schmitt, 2015). Essa ambivalência reforça a pertinência de abordagens sociológicas que articulem mercado, redes, racionalidades e instituições na análise do comércio justo.

## **Economia solidária no Brasil e sua relação com o comércio justo**

No contexto brasileiro, o debate sobre comércio justo se entrelaça com a trajetória da economia solidária. A economia solidária pode ser definida, em termos gerais, como um conjunto de práticas econômicas baseadas em autogestão, propriedade coletiva ou associativa dos meios de produção, cooperação e primazia do trabalho sobre o capital, envolvendo empreendimentos que combinam objetivos econômicos com finalidades sociais e políticas (Ministério do Trabalho e Emprego [MTE], 2006; Mascarenhas, 2007). Entre esses empreendimentos destacam-se cooperativas, associações produtivas, grupos informais, redes de produção e consumo solidário, clubes de troca e fundos rotativos, que, no Brasil, foram mapeados pelo Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (SIES) e pelo Atlas da Economia Solidária (Ministério do Trabalho e Emprego [MTE], 2006; 2013).

A partir dos anos 1990, e sobretudo com a criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) e do Conselho Nacional de Economia Solidária, em 2003, a economia solidária passa a integrar a agenda de políticas públicas federais. O Atlas da Economia Solidária (Ministério do Trabalho e Emprego [MTE], 2006) identificou quase vinte mil empreendimentos econômicos solidários (EES) no país, majoritariamente compostos por agricultores familiares (55%) e artesãos (18%), que enfrentam severas dificuldades de comercialização: 56% vendem apenas em sua localidade e feiras municipais, e apenas cerca de 2% alcançam o mercado externo (Ministério do Trabalho e Emprego [MTE], 2006; Lima & Carvalho, 2020). Esse diagnóstico evidenciou a centralidade do “problema mercado” para a sustentabilidade dos EES.

Nesse contexto, a aproximação entre economia solidária e comércio justo ganha força. As primeiras iniciativas vinculadas ao fair trade no Brasil remontam às décadas de 1970 e 1980, por meio de ONGs e projetos de artesanato articulados com redes internacionais (Mascarenhas, 2007; Martins & Unterstell, 2009). A partir dos anos 2000, a articulação entre ONGs, movimentos sociais, órgãos governamentais e empresas resultou na criação do Fórum de Articulação do Comércio Ético e

Solidário no Brasil (FACES do Brasil), em 2001–2002, com o objetivo de construir de forma participativa um conceito e um sistema de comércio justo adequado à realidade brasileira (França, 2002; Faces do Brasil, 2004).

O Faces do Brasil elaborou uma cartilha que define princípios do “comércio ético e solidário”, destacando: fortalecimento da democracia e da autogestão; condições justas de trabalho e remuneração; apoio ao desenvolvimento local; respeito ao meio ambiente; respeito aos direitos de mulheres, crianças e grupos étnicos; e informação transparente ao consumidor (Brasil, 2005; Faces do Brasil, 2004). Esses princípios explicitam a forte convergência com a agenda da economia solidária, ao enfatizar igualdade de gênero, diversidade étnica, sustentabilidade e participação social.

O reconhecimento estatal dessa agenda se materializa no Decreto n.º 7.358, de 17 de novembro de 2010, que institui o Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS) e sua Comissão Gestora (Brasil, 2010). O SNCJS define o comércio justo e solidário como “prática comercial diferenciada pautada nos valores de justiça social e solidariedade, realizada pelos empreendimentos econômicos solidários” e estabelece um conjunto de critérios para organizações, produtos e serviços (Brasil, 2010; Mendonça, s.d.). Entre esses critérios destacam-se: organização coletiva e autogestionária; gestão democrática e transparente; proibição de trabalho infantil e escravo; estímulo à participação de mulheres; respeito à legislação ambiental; promoção de produção agroecológica; e exigência de que ao menos 51% da carteira de produtos ou serviços seja proveniente de EES (Brasil, 2010; Lima & Carvalho, 2020).

Essa configuração reforça o vínculo estrutural entre comércio justo e economia solidária no Brasil: ao contrário do modelo internacional, voltado primordialmente a pequenos produtores agrícolas do Sul que exportam para mercados do Norte, o SNCJS dirige-se explicitamente a EES e ao mercado interno, combinando objetivos de justiça nas relações comerciais com metas de inclusão social, desenvolvimento local e fortalecimento de movimentos sociais (Mascarenhas, 2007; Tiburcio & Valente, 2007). Autores como Mascarenhas (2007), Mendonça (s.d.) e Schneider (2012) ressaltam que o comércio justo e solidário brasileiro é concebido tanto como política social quanto como estratégia

de inserção econômica de grupos vulneráveis, ampliando a dimensão substantiva da racionalidade que orienta as ações dos atores envolvidos (Guerreiro Ramos, 1989; Serva, 1997).

A presença protagonista do Estado na regulamentação e no fomento do comércio justo e solidário é um elemento distintivo. Enquanto, no plano internacional, o fair trade é majoritariamente autorregulado por organizações privadas e redes da sociedade civil (FLO, WFTO, EFTA), no Brasil o SNCJS articula entes estatais, movimentos de economia solidária e organizações da sociedade civil em um arranjo de governança híbrido (Lima & Carvalho, 2020; Santos & Serafim, 2016). A certificação pode ocorrer por empresas especializadas, sistemas participativos de garantia e declarações concedidas pela Comissão Gestora, e é prevista a possibilidade de subsidiação pública dos custos de certificação (Brasil, 2010; Schneider, 2012).

Do ponto de vista teórico, essa hibridização entre economia solidária, Estado e mercado pode ser lida, em chave polanyiana, como um contramovimento institucionalizado que busca proteger determinados grupos sociais e territórios dos efeitos desestruturantes do mercado autorregulado, ao mesmo tempo em que utiliza dispositivos mercantis (certificação, selos, contratos) para ampliar oportunidades de comercialização. A economia solidária oferece, assim, a base organizativa (EES, redes, fóruns) a partir da qual o comércio justo e solidário se estrutura, e o SNCJS funciona como mecanismo de re-incrustação dos mercados em princípios de justiça social, igualdade e sustentabilidade (Polanyi, 2011; Lima & Carvalho, 2020; Santos & Serafim, 2016).

### **Hibridismo entre economia solidária e mercado: aportes polanyianos ao caso brasileiro**

A literatura empírica sobre o comércio justo no Brasil tem enfatizado o caráter híbrido do modelo brasileiro de comércio justo e solidário, que combina dimensões de economia solidária, políticas públicas e mecanismos de mercado (Mascarenhas, 2007; Mendonça, s.d.; Lima & Carvalho, 2020). Esse hibridismo se manifesta em pelo menos três eixos analíticos.

Em primeiro lugar, no plano da governança, o SNCJS articula Estado, movimentos de

economia solidária (como o Fórum Brasileiro de Economia Solidária – FBES) e articulações específicas de comércio justo (Faces do Brasil), além de entes empresariais e organizações de apoio (SEBRAE, ONGs), configurando arranjo de coresponsabilidade público-social na definição de critérios, no monitoramento e na promoção do sistema (Faces do Brasil, 2004; Brasil, 2010; Santos & Serafim, 2016). Esse arranjo contrasta com a governança predominantemente privada e transnacional das certificadoras internacionais, em que a interface com o Estado ocorre sobretudo por meio de lobby ou reconhecimento indireto (Laforga, 2005; Schneider, 2012; Lima & Carvalho, 2020).

Em segundo lugar, no plano dos princípios, observa-se uma diferença de ênfases. Os modelos internacionais de comércio justo, embora incorporem dimensões sociais e ambientais, ancoram sua operacionalização em dispositivos econômico-contratuais (preço mínimo, prêmio social, pré-financiamento, contratos de fornecimento, rastreabilidade), evidenciando uma racionalidade econômica fortemente estruturada (FLO, 2014; Schneider, 2012). Já o modelo brasileiro, sem abandonar a preocupação com preço justo e condições de comercialização, coloca no centro princípios de democracia interna, autogestão, igualdade de gênero e étnica, desenvolvimento local, respeito à legislação ambiental e promoção da economia solidária (Brasil, 2005; 2010; Lima & Carvalho, 2020). Nessa perspectiva, o comércio justo e solidário é frequentemente entendido como política social e instrumento de inclusão cidadã, mais do que apenas mecanismo de regulação das relações comerciais (Mascarenhas, 2007; Tiburcio & Valente, 2007).

Em terceiro lugar, no plano dos dispositivos de certificação e exigências de participação, o modelo internacional exige das organizações de produtores estrutura administrativa consolidada, capacidade de gestão, cumprimento de extensos critérios ambientais e trabalhistas, e pagamento de taxas de certificação, o que tende a favorecer cooperativas mais estruturadas e com maior capital organizativo (Schneider, 2012; Lima & Carvalho, 2020). O modelo brasileiro busca conciliar credibilidade e inclusão, combinando certificação auditada, sistemas participativos de garantia e declarações concedidas por instâncias colegiadas, com possibilidade de subsidiação dos custos pelo poder público (Brasil, 2010; Mendonça, s.d.). Essa combinação de mecanismos mercantis e

instrumentos de política pública ilustra o caráter híbrido do SNCJS.

A leitura polanyiana ajuda a interpretar esse hibridismo como forma específica de contramovimento em contextos periféricos. Em vez de apenas criar nichos de mercado ético para exportação, o modelo brasileiro de comércio justo e solidário mobiliza o Estado e a economia solidária para reconfigurar mercados internos, buscando reduzir assimetrias regionais, promover desenvolvimento local e reforçar direitos de grupos historicamente marginalizados (mulheres, povos indígenas, quilombolas, agricultores familiares, extrativistas) (Ministério do Trabalho e Emprego [MTE], 2006; Lima & Carvalho, 2020). Em termos polanyianos, trata-se de uma tentativa de re-encrustar o mercado em um conjunto mais amplo de instituições e valores, limitando a lógica da mercadoria fictícia e afirmando que o trabalho, a terra e as relações comunitárias não podem ser tratados apenas como fatores de produção.

Ao mesmo tempo, o fato de o comércio justo e solidário operar a partir de certificações, contratos, selos e mecanismos competitivos revela que a lógica de mercado não é abandonada, mas reorientada por finalidades substantivas (Guerreiro Ramos, 1989; Serva, 1997). O modelo brasileiro ilustra, portanto, uma modalidade de “mercado regulado socialmente” em que dispositivos mercantis são apropriados por atores públicos e solidários como instrumentos de promoção de justiça social. Essa ambivalência reforça a necessidade de análises que articulem a teoria de Polanyi com debates contemporâneos sobre sociologia econômica, redes e racionalidades, a fim de compreender os limites e as potencialidades do comércio justo e solidário como experiência de reconfiguração de mercados em direção à equidade e à sustentabilidade.

## **Discussão**

### **Definições de comércio justo e concepções de mercado**

As definições de comércio justo sintetizadas no Quadro 1 evidenciam projetos distintos de construção de mercado, ainda que ambos se apresentem como alternativas ao comércio convencional.

No plano internacional, WFTO e FLO concebem o comércio justo como instrumento de correção das assimetrias Norte–Sul: trata-se de reconfigurar relações de troca entre pequenos produtores do Sul e compradores do Norte, introduzindo garantias de direitos sociais, preços mais estáveis e contribuições ao desenvolvimento sustentável. A ênfase recai sobre a dimensão regulatória das trocas, articulando mecanismos privados de certificação e selos que pretendem disciplinar cadeias globais de commodities, sem romper com a lógica do comércio internacional.

Quadro 1 – Definições de comércio justo segundo modelos internacional e brasileiro

Dimensão	Modelo internacional (WFTO/FLO)	Modelo brasileiro (SNCJS/Faces do Brasil)
Foco territorial	Relações comerciais igualitárias entre Norte e Sul, com ênfase em países do Hemisfério Sul	Mercado interno brasileiro, com foco em cadeias produtivas de base solidária
Finalidade central	Promover desenvolvimento sustentável e maior equidade no comércio internacional; melhorar condições de comercialização e garantir direitos sociais de produtores e trabalhadores desfavorecidos	Promover justiça e solidariedade nas relações comerciais; apoiar autonomia, protagonismo e reconhecimento dos empreendimentos de economia solidária (EES)
Problema principal abordado	Assimetria de poder e preços no comércio internacional de commodities; marginalização de pequenos produtores do Sul	Dificuldades de comercialização dos EES; baixa remuneração, problemas administrativos e financeiros
Papel dos empreendimentos	Organizações de pequenos produtores como nós centrais de cadeias globais certificadas	Empreendimentos de economia solidária como sujeitos políticos e econômicos centrais do sistema
Papel do Estado	Indireto; regulação e certificação realizadas por organizações privadas transnacionais (FLO, WFTO)	Protagonista na regulamentação, fomento e coordenação do sistema (SNCJS, CADSOL, políticas de economia solidária)

Fonte: Adaptado de Carvalho (2015), Lima & Carvalho (2020), FLO (2014), WFTO (2013), Brasil (2010).

No caso brasileiro, a definição institucionalizada pelo SNCJS desloca o foco: o comércio justo é pensado como prática de justiça e solidariedade nas relações comerciais entre Empreendimentos de

Economia Solidária (EES) e seus diversos mercados, com protagonismo desses empreendimentos e participação ativa do Estado na regulação e no fomento. Aqui, o problema de fundo não é a clivagem geopolítica Norte–Sul, mas a marginalização interna de grupos populares no mercado doméstico e as dificuldades estruturais de comercialização diagnosticadas pela política de economia solidária. A partir de uma leitura sociológica, as duas colunas do Quadro 1 deixam claro que, sob a mesma nomenclatura “comércio justo”, operam concepções distintas de mercado: de um lado, um arranjo transnacional de regulação privada orientado a corrigir “falhas” distributivas do comércio global; de outro, uma política pública que busca re-incrustar (no sentido polanyiano) as relações mercantis em instituições de solidariedade, direitos e participação política.

Esse contraste tem implicações diretas para a sociologia econômica do fenômeno. Enquanto o modelo internacional se aproxima de um mercado “regulado socialmente por mecanismos privados”, o modelo brasileiro aproxima-se de um mercado “regulado pública e socialmente”, em que o Estado e os movimentos de economia solidária atuam como instâncias de mediação e reconhecimento. Do ponto de vista da construção social do mercado, a definição brasileira situa o comércio justo como desdobramento de lutas por direitos e por inclusão econômica, e não apenas como tecnologia de precificação ética. Essa diferença de arranjo institucional reforça a tese do hibridismo brasileiro: o SNCJS combina instrumentos mercantis (preço justo, certificação, inserção em cadeias) com lógica de políticas sociais e de organização coletiva do trabalho.

## **Princípios e racionalidades em disputa (Quadro 2)**

O Quadro 2 permite visualizar que, embora os modelos internacional e brasileiro compartilhem um repertório comum de valores – justiça nas trocas, respeito a direitos trabalhistas, sustentabilidade ambiental –, a forma como esses princípios são hierarquizados e operacionalizados é distinta. No modelo internacional, os princípios econômico-comerciais ocupam lugar central: preço mínimo, prêmio social, contratos de longo prazo e pré-financiamento constituem dispositivos

típicos de regulação contratual de mercado, concebidos para amortecer riscos de preço e aumentar a previsibilidade das receitas dos produtores. Os princípios sociais e ambientais aparecem fortemente codificados, mas sempre articulados a esse núcleo econômico, em um esforço de “internalizar” custos sociais e ecológicos nas transações.

Quadro 2– Princípios do comércio justo segundo modelos internacional e brasileiro

Categoria de princípio	Modelo internacional (WFTO/FLO)	Modelo brasileiro (SNCJS/Faces do Brasil)
Econômicos/comerciais	Acesso a mercados; cadeias de comercialização mais curtas e transparentes; preço mínimo e preço justo; prêmio social; contratos de longo prazo; possibilidade de préfinanciamento	Condições justas de produção, agregação de valor e comercialização; transparência na formação de preços; pagamento de preço justo; relações comerciais de longo prazo
Organizacionais/políticos	Fortalecimento de organizações de pequenos produtores; desenvolvimento de capacidades; comércio justo como parâmetro contratual entre compradores e produtores	Fortalecimento da democracia, da autogestão e da identidade cultural nos EES; gestão coletiva e participativa; apoio ao desenvolvimento local e sustentável
Sociais/trabalho e direitos	Não ao trabalho infantil e escravo; respeito às legislações trabalhistas nacionais e às normas da OIT; igualdade de gênero	Condições dignas de trabalho; respeito aos direitos de mulheres, crianças, grupos étnicos e trabalhadores; promoção de equidade de gênero e étnica
Ambientais	Promoção de formas sustentáveis de produção; restrição ao uso de agroquímicos e organismos geneticamente modificados (OGM)	Respeito à legislação ambiental; redução de insumos não renováveis; redução e reciclagem de resíduos; promoção da produção agroecológica e orgânica; não utilização de OGM
Relação com consumidores	Sensibilização dos consumidores; trabalho político em favor dos produtores	Informação transparente ao consumidor sobre produtos, produtores, processos produtivos e o próprio sistema de comércio justo e solidário
Integração na cadeia produtiva	–	Promoção da integração dos participantes na cadeia produtiva e fortalecimento das redes de produção e consumo solidário

Fonte: Adaptado de Carvalho (2015), Faces do Brasil (2004), Brasil (2005; 2010), FLO/WFTO (carta de princípios).

Já no modelo brasileiro, o Quadro 2 mostra que os princípios político-organizacionais e

sociais assumem protagonismo: fortalecimento da democracia interna, autogestão, identidade cultural, equidade de gênero e étnica, desenvolvimento local e integração em redes de produção e consumo solidário. A racionalidade orientadora aproxima-se daquilo que Guerreiro Ramos e Serva denominam racionalidade substantiva: as práticas econômicas são avaliadas não apenas pelo resultado monetário, mas pela capacidade de promover autorrealização, reconhecimento, coesão comunitária e justiça social. O eixo econômico-comercial (preço justo, transparência) permanece, mas é reconfigurado pela prioridade conferida a direitos, participação e sustentabilidade.

Do ponto de vista da sociologia econômica, o Quadro 2 explicita que os modelos se situam em posições distintas no continuum entre racionalidade instrumental e substantiva. No fair trade internacional, a crítica ao mercado autorregulado se traduz na criação de um “sistema de preços alternativos”; no comércio justo e solidário brasileiro, essa crítica é ampliada para abarcar formas de organização, relações de poder, gênero e etnia, ligando o debate sobre mercado à problemática da cidadania e da subcidadania (no sentido de autores que discutem desigualdades históricas no Brasil). Essa diferença de ênfases ajuda a entender por que, na experiência brasileira, comércio justo e economia solidária são tratados como campos imbricados, e por que o SNCJS é percebido, pelos atores, mais como política social do que apenas como mecanismo de regulação econômico-contratual.

### **Públicos-alvo e formas de inclusão**

A definição sociológica dos sujeitos coletivos que o comércio justo pretende incluir. No modelo internacional, os “produtores e trabalhadores marginalizados do Hemisfério Sul” constituem um público-alvo definido sobretudo por sua posição na divisão internacional do trabalho e nas cadeias globais de valor. A marginalização é lida em chave geopolítica e setorial (pequenos agricultores inseridos em mercados de commodities), e o objetivo é conectá-los a consumidores do Norte dispostos a pagar por produtos “eticamente qualificados”. Em termos de sociologia econômica, o fair trade internacional opera como mecanismo de reconfiguração de um circuito transnacional de trocas,

aproximando atores distantes por meio de selos, narrativas e redes de consumo consciente.

No modelo brasileiro, o público-alvo é definido a partir de uma categoria institucional e política: os Empreendimentos de Economia Solidária. Trata-se de associações, cooperativas, grupos informais e redes que organizam o trabalho coletivo sob princípios de autogestão, propriedade coletiva/ associativa e primazia do trabalho sobre o capital. A marginalização aqui está relacionada à posição desses empreendimentos no mercado interno (vendas restritas ao município, baixa capacidade de negociação, dificuldades de acesso a canais de comercialização) e à sua inserção em contextos de vulnerabilidade socioeconômica e territorial. Desse modo, o comércio justo e solidário é pensado como um dispositivo para integrar um universo heterogêneo de EES ao mercado, articulando políticas públicas, redes territoriais e princípios de solidariedade.

Essa diferença de recorte do público-alvo não é meramente descritiva; ela reorienta o desenho dos instrumentos e os tipos de inclusão que cada modelo promove. No plano internacional, a inclusão se dá prioritariamente pela via da renda monetária e da inserção em cadeias de exportação; no brasileiro, combina-se inclusão econômica com reconhecimento político e fortalecimento de formas associativas de produção. O Quadro 3, ao explicitar esses recortes, reforça a interpretação de que o modelo brasileiro desloca o comércio justo do eixo “consumo ético Norte–Sul” para o eixo “economia solidária e desenvolvimento local”, redefinindo quem são os “marginalizados” e quais são os caminhos de sua incorporação em mercados regulados socialmente.

### **Certificação, formas de garantia e governança (Quadro 3)**

O Quadro 3 revela que a certificação, longe de ser um mero procedimento técnico, é um dispositivo central de governança dos mercados de comércio justo. No modelo internacional, a certificação de produtos por empresas especializadas (como a FLO-CERT) e o sistema de garantia da WFTO materializam uma concepção de credibilidade baseada em auditorias externas, padronização global de critérios e cobrança de taxas. Esse arranjo responde à necessidade de legitimar, perante

consumidores distantes, alegações de justiça social e ambiental em cadeias complexas. Do ponto de vista sociológico, trata-se de um regime de confiança institucionalizada na figura de certificadoras privadas, em que a relação de confiança entre produtores e consumidores é mediada por organizações que se apresentam como “terceira parte independente”.

Quadro 3– Tipos de certificação nos modelos internacional e brasileiro

Tipo de certificação/garantia	Modelo internacional (WFTO/FLO)	Modelo brasileiro (SNCJS/Faces do Brasil)
Certificação auditada por terceira parte	Certificação de produtos por empresa especializada (FLO-Cert); sistema de garantia internacional da WFTO	Certificação de produtos por empresas especializadas indicadas; possibilidade de uso de certificação auditada em articulação com o SNCJS
Sistema de garantia entre pares	Sistemas de garantia interna das redes (no âmbito de algumas organizações de comércio alternativo)	Sistema Participativo de Garantia (SPG) para produtos e serviços, com autocontrole e fiscalização mútua entre os participantes
Certificação/declaração de organizações	–	Certificação de organizações pela Comissão Gestora do SNCJS, por meio da Declaração de EES-CJS comprador ou fornecedor
Papel do Estado	Reconhecimento indireto da certificação; não participa diretamente da gestão dos selos	Participação direta na regulamentação, reconhecimento, coordenação da Comissão Gestora e eventual subsídio da certificação

Fonte: Adaptado de Carvalho (2015), Schneider (2012), Brasil (2010), WFTO (2013), FLO (2014).

No modelo brasileiro, o Quadro 3 mostra a coexistência de diferentes formas de garantia: certificação auditada, sistemas participativos de garantia (SPG) e certificados concedidos pela Comissão Gestora do SNCJS. Os SPG expressam uma concepção de credibilidade enraizada em redes territoriais e em relações de confiança mútua entre produtores, organizações de apoio e consumidores; a certificação pela Comissão Gestora incorpora o Estado como ator legitimador e reforça o caráter público da definição de “comércio justo e solidário”. Essa arquitetura híbrida articula conhecimento técnico, controle social e autoridade estatal, buscando equilibrar inclusão (redução de barreiras de entrada) e robustez dos critérios.

As implicações dessa diferença são relevantes para a sociologia econômica do comércio justo. A estrutura de certificação internacional tende a privilegiar organizações com maior capacidade

administrativa e financeira, reforçando o caráter seletivo das redes globais de fair trade. No Brasil, a presença de mecanismos participativos e a possibilidade de subsídio estatal aos custos de certificação apontam para uma tentativa de democratizar o acesso à certificação, convertendo-a em bem público e não apenas em serviço de mercado. O Quadro 4, portanto, reforça a interpretação do modelo brasileiro como um experimento de governança híbrida de mercados, no qual a regulação mercantil é permeada por dispositivos de controle social e por políticas públicas.

### **CrITÉRIOS de participação e hierarquias de acesso (Quadro 4)**

O conjunto de exigências que condicionam o acesso de organizações e produtos aos sistemas de comércio justo, no caso internacional, observa-se um alto grau de detalhamento e tecnicidade dos critérios, que cobrem desde a estrutura organizacional (planos de negócios, regras de associação, governança interna) até práticas ambientais, trabalhistas e comerciais (rastreadibilidade, contratos escritos, prazos de pagamento, controle rigoroso de insumos). Essa densidade normativa traduz uma concepção de justiça ancorada na conformidade a padrões técnicos globais e em capacidades de gestão relativamente sofisticadas. Sociologicamente, isso produz uma forma de hierarquização interna do próprio “campo do comércio justo”: apenas organizações com certo capital organizacional e recursos podem satisfazer plenamente tais exigências e arcar com os custos de certificação.

No modelo brasileiro, os critérios se distribuem entre exigências para organizações e para produtos e serviços, com forte ênfase em dimensões político-institucionais (organização coletiva, gestão democrática, participação de mulheres), direitos sociais (condições dignas de trabalho, proibição de trabalho infantil e escravo), sustentabilidade ambiental (não uso de OGM, estímulo à agroecologia) e vínculo com a economia solidária (51% da carteira proveniente de EES). Em relação aos preços, o SNCJS fala em “preço justo”, mas não fixa parâmetros numéricos, privilegiando a negociação entre as partes em contextos regulados por princípios de transparência e respeito mútuo. Sob uma lente sociológica, tais critérios apontam para a tentativa de equilibrar a construção de um

“selo de qualidade” com a necessidade de não excluir empreendimentos com baixa formalização, mas alto compromisso social.

A comparação evidencia um tensionamento central: no plano internacional, o comércio justo busca fazer frente à mercantilização por meio de um suplemento normativo que eleva o patamar de exigências e “profissionaliza” as organizações; no plano brasileiro, a resposta se orienta mais pela ampliação de direitos, pela democratização interna e pela vinculação a políticas de economia solidária. O Quadro 5, ao explicitar essa diferença, reforça a tese de que o modelo internacional opera como correção de trajetória dentro do paradigma do mercado global, enquanto o brasileiro ensaia uma reconfiguração mais profunda das relações entre mercado, Estado e sociedade civil. As hierarquias de acesso que emergem em cada caso – por capacidade organizativa, de um lado; por reconhecimento como EES e adesão a princípios de economia solidária, de outro – são centrais para compreender quem, de fato, é incluído no universo do “comércio justo”.

#### **Visões dos atores e disputas de sentido (Quadro 4)**

O Quadro 4 introduz a dimensão propriamente reflexiva do campo, ao condensar as percepções de representantes ligados aos modelos internacional e brasileiro. Do lado internacional, prevalece uma narrativa otimista que enfatiza as potencialidades do comércio justo como “melhor perspectiva” para pequenos produtores: melhora da renda, redução de desigualdades Norte–Sul, garantia de padrões mínimos de trabalho e proteção ambiental, promoção de autonomia e independência econômica. Essa autoimagem coesa contribui para legitimar o modelo global como contramovimento moralmente bem-sucedido à injustiça do comércio convencional.

Quadro 4 - Visões de representantes sobre o comércio justo nacional e internacional

Tema	Representantes vinculados ao modelo internacional	Representantes vinculados ao modelo brasileiro
Impactos econômicos para produtores	Comércio justo internacional visto como melhor perspectiva para produtores desfavorecidos; mecanismo de apoio e superação de problemas de pequenos produtores; benefícios econômicos via preço de comércio justo e prêmio; melhoria da distribuição de riqueza entre Norte e Sul; uso ecológico de recursos naturais e possibilidade de autonomia econômica	Reconhecem que o comércio justo internacional pode gerar renda, fortalecer a capacidade organizacional e o capital social; consideram que o impacto positivo existe, mas é limitado e concentrado em organizações mais estruturadas; comércio justo nacional aparece como alternativa para grupos mais vulneráveis e para fortalecimento do mercado interno
Alcance territorial e acessibilidade	Enfoque global Norte-Sul; ênfase em cadeias internacionais; perspectiva de impacto regional via investimentos do prêmio social	Comércio justo internacional é percebido como pouco acessível ao produtor brasileiro em geral (exportação restrita, custos de certificação elevados); impacto regional depende de processos endógenos e não apenas de demandas externas
Função principal do comércio justo	Instrumento de desenvolvimento econômico e social por meio de preços melhores, prêmio social e condições contratuais diferenciadas	Comércio justo visto mais como política social e instrumento de inclusão do que apenas mecanismo de regulação de relações comerciais privadas
Papel dos produtores	Produtores como beneficiários de melhores condições de mercado e de renda	Produtores como protagonistas do processo, não apenas beneficiários; centralidade da autogestão e da participação em instâncias de decisão
Tensões e riscos	–	Preocupação com o poder de mercado da FLO e o risco de enfraquecimento do movimento nacional; crítica à seleção de organizações mais estruturadas em detrimento das mais vulneráveis pelo movimento internacional
Limites para o desenvolvimento local/regional	Comércio justo internacional reconhecido como mecanismo para melhores preços e algum investimento comunitário, mas com impactos localizados	Entendimento de que, isoladamente, o comércio justo internacional é insuficiente para promover desenvolvimento local ou regional; necessidade de articular comércio justo e solidário com políticas públicas e economia solidária para ampliar impactos

Fonte: Adaptado de Carvalho (2015), Brasil (2010), Schneider (2012), FLO (2014), WFTO (2013).

Já entre os representantes brasileiros, a percepção é marcada por ambivalência. De um lado, reconhece-se que o comércio justo internacional pode gerar efeitos positivos – renda, capacitação organizacional, fortalecimento do capital social – para organizações que conseguem acessar e permanecer nas redes certificadas. De outro, emergem críticas contundentes: baixa acessibilidade para a maioria dos produtores brasileiros, custos elevados de certificação, exigências burocráticas intensas, risco de enfraquecimento do movimento nacional diante do poder de mercado e de imagem da FLO, e impacto limitado na escala do desenvolvimento local ou regional. O comércio justo nacional é, então, concebido como alternativa vocacionada a grupos mais vulneráveis, com foco no fortalecimento do mercado interno, na redução de disparidades territoriais e na construção de relações mais horizontais entre produtores e consumidores.

Do ponto de vista da sociologia econômica, o Quadro 4 evidencia que o comércio justo é um campo atravessado por disputas de sentido e por assimetrias de poder. As críticas dos atores brasileiros ao modelo internacional podem ser lidas como expressão de tensões entre diferentes formas de embeddedness: enquanto o fair trade global ancora-se em redes transnacionais, certificadoras e grandes varejistas, o comércio justo e solidário brasileiro busca enraizar-se em redes territoriais, movimentos sociais e políticas públicas. As visões registradas mostram que não basta descrever arranjos institucionais; é preciso compreender como esses arranjos são percebidos, apropriados e contestados pelos sujeitos envolvidos. As narrativas de insuficiência do comércio justo internacional para promover desenvolvimento regional e de necessidade de um modelo nacional próprio reforçam o argumento de que a construção social do mercado justo é situada e politicamente disputada, e não apenas a aplicação homogênea de um “modelo ideal” global.

## **Considerações Finais**

A análise comparativa dos modelos internacional (WFTO/FLO) e brasileiro (SNCJS/Faces do Brasil) de comércio justo permite concluir que estamos diante de projetos distintos de construção

social de mercados, ainda que ancorados em um repertório comum de valores – justiça nas trocas, respeito aos direitos trabalhistas, sustentabilidade ambiental e inclusão de produtores marginalizados. No plano internacional, o comércio justo se consolidou como resposta às assimetrias estruturais do comércio Norte–Sul, operando por meio de certificadoras privadas, selos e padrões técnicos que reconfiguram cadeias globais de commodities agrícolas e produtos artesanais (SENA, 2006; Laforga, 2005; FLO, 2014; WFTO, 2013; Schneider, 2012). No Brasil, ao contrário, o comércio justo e solidário emerge em estreita articulação com a economia solidária, com os Empreendimentos de Economia Solidária (EES) e com políticas públicas federais, culminando na institucionalização do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS) (Brasil, 2010; MTE, 2006; Faces do Brasil, 2004; Mascarenhas, 2007; Mendonça, s.d.).

Os quadros construídos a partir dos quadros analíticos (Carvalho, 2015; Lima & Carvalho, 2020) evidenciam convergências importantes entre os modelos. Ambos reivindicam relações comerciais mais equitativas, contrárias à exploração do trabalho e sensíveis às condições de produção e ao meio ambiente; ambos buscam fortalecer organizações de pequenos produtores e criar canais de comercialização diferenciados; ambos mobilizam o consumidor como ator político, cuja escolha de consumo passa a ser entendida como ato moral e solidário (Coelho; Neto, 2011; Coelho, 2015; Bossle; Pedrozo, 2012). Ao mesmo tempo, as Quadros explicitam diferenças estruturais: o foco geopolítico (Norte–Sul x mercado interno), o tipo de governança (regulação privada transnacional x governança público-social), a racionalidade predominante (econômico-contratual x político-social) e o desenho dos dispositivos de certificação e exigências de participação.

Do ponto de vista da sociologia econômica, essas diferenças podem ser interpretadas à luz das contribuições de Weber, Polanyi e Granovetter, bem como das reflexões de Guerreiro Ramos sobre racionalidades (Weber, 1991; Polanyi, 2011; Granovetter, 2007; Guerreiro Ramos, 1989; Swedberg, 2004; Raud-Mattedi, 2005). O modelo internacional de comércio justo configura um contramovimento que atua “por dentro” do mercado global: por meio de preços mínimos, prêmios sociais, contratos de longo prazo e pré-financiamento, reintroduz dimensão moral em um espaço

dominado pela racionalidade instrumental e pela lógica do mercado autorregulado. Trata-se de um modelo que se aproxima de um mercado “regulado socialmente” por normas privadas, no qual a justiça é operacionalizada por meio de dispositivos monetários e contratuais. O modelo brasileiro, em contraste, reconfigura o próprio tecido institucional dos mercados internos, ao combinar economia solidária, políticas públicas e mecanismos de certificação híbridos (auditorias, sistemas participativos de garantia, declarações estatais), buscando re-incrustar (embedded) as trocas em princípios de democracia, autogestão, equidade de gênero e étnica e desenvolvimento local (Brasil, 2005; Brasil, 2010; Faces do Brasil, 2004; Lima & Carvalho, 2020; Santos; Serafim, 2016).

A centralidade conferida aos EES, tal como mapeados pelo Atlas da Economia Solidária e pelo SIES (MTE, 2006; MTE, 2013), reforça o caráter híbrido do SNCJS. Esses empreendimentos constituem sujeitos coletivos forjados em práticas de autogestão e cooperação, e não apenas unidades produtivas inseridas em cadeias de exportação. O comércio justo e solidário não se limita a reprecificar produtos; busca fortalecer sujeitos, territórios e redes, aproximando-se do que a literatura sobre racionalidade substantiva descreve como ação orientada à autorrealização, ao reconhecimento e à responsabilidade social (Guerreiro Ramos, 1966; Serva, 1997). Nesse sentido, a articulação entre SNCJS, economia solidária, agroecologia e movimentos sociais (FBES, ANA, organizações de mulheres, povos indígenas e comunidades tradicionais) sugere que, no Brasil, a construção de mercados “justos” é inseparável das lutas por cidadania e por democratização econômica (Mascarenhas, 2007; Martins; Unterstell, 2009; Oliveira et al., 2008; Tiburcio; Valente, 2007).

A partir dos Quadros referentes às exigências de participação e tipos de certificação, observa-se que os modelos produzem hierarquias específicas de acesso. No âmbito internacional, o conjunto de critérios da FLO e da WFTO – planos de negócios, planos ambientais, regras internas formalizadas, rastreabilidade, contratos detalhados, controles ambientais estritos, pagamento de taxas de certificação – tende a favorecer organizações com maior capital organizacional, capacidade administrativa e vocação exportadora (Schneider, 2012; Laforga, 2005; Daws, 2008). No âmbito brasileiro, os critérios enfatizam organização democrática, participação de mulheres, respeito à legislação ambiental,

promoção de agroecologia e vinculação à economia solidária (51% da carteira proveniente de EES), admitindo certificações auditadas, sistemas participativos de garantia e declarações da Comissão Gestora, com possibilidade de subsídios públicos aos custos de certificação (Brasil, 2010; Mendonça, s.d.). Em termos sociológicos, isso significa que o comércio justo internacional tende a selecionar “vencedores organizacionais” no Sul, enquanto o comércio justo e solidário brasileiro procura reduzir barreiras de entrada, democratizando o acesso de grupos vulneráveis a mercados regulados socialmente.

As percepções de atores apresentados pela comparação entre as visões de representantes internacionais e brasileiros (Carvalho, 2015; Lima & Carvalho, 2020) confirmam a existência de disputas de sentido em torno do comércio justo. Enquanto atores ligados ao modelo internacional enfatizam sua relevância como “melhor perspectiva” para produtores desfavorecidos, mecanismo de redistribuição de renda e garantia de padrões mínimos de justiça social e ambiental, atores brasileiros adotam uma postura ambivalente: reconhecem os ganhos de renda, capacitação e capital social que o comércio justo internacional pode gerar, mas apontam seu alcance restrito, a seletividade em favor de organizações mais estruturadas, os custos elevados de certificação e a insuficiência do modelo para promover desenvolvimento local ou regional. Ao mesmo tempo, afirmam o comércio justo e solidário nacional como política social, na qual produtores são protagonistas e não apenas beneficiários, e que se orienta para o fortalecimento do mercado interno e para a redução de desigualdades territoriais.

À luz de Polanyi (2011) e da literatura sobre *embeddedness* (Granovetter, 2007; Swedberg, 2005; Wilkinson, 2002; Machado, 2010), o conjunto desses achados permite situar o comércio justo como forma específica de contramovimento à mercantilização desregulada das relações econômicas, mas com variações institucionais relevantes entre centro e periferia. No contexto europeu e norte-americano, o comércio justo se institucionaliza principalmente como regime privado de regulação ética de cadeias globais, articulando certificadoras, redes de lojas especializadas e grandes varejistas. No Brasil, o modelo se enraíza em redes de economia solidária e é apropriado pelo Estado como política pública, configurando um mercado híbrido em que dispositivos mercantis são apropriados

para fins substantivos de inclusão social, reconhecimento de sujeitos históricos subalternizados e construção de novas formas de regulação social do mercado (Guerreiro Ramos, 1989; Serafim, 2008; Santos; Serafim, 2016).

As implicações teóricas e políticas desta análise são múltiplas. Em termos teóricos, o artigo reforça a pertinência de articular a sociologia econômica clássica (Weber, Polanyi) e a nova sociologia econômica (Granovetter) com os debates sobre economia solidária e racionalidade substantiva no Brasil (Guerreiro Ramos, Serva). O comércio justo aparece como laboratório privilegiado para observar como mercados podem ser reconfigurados por redes, valores e instituições, e como diferentes arranjos de governança produzem formas distintas de inclusão e exclusão. Em termos de políticas públicas, os resultados sugerem que o desenho de sistemas de comércio justo deve equilibrar credibilidade e inclusão: mecanismos fortemente dependentes de certificação privada e de capacidades organizacionais elevadas tendem a reproduzir desigualdades, ao passo que arranjos híbridos, com participação estatal e dispositivos participativos de garantia, podem ampliar o escopo de sujeitos beneficiados, embora enfrentem desafios adicionais de coordenação e reconhecimento.

A pesquisa realizada, de natureza documental e qualitativa, apresenta limitações que precisam ser explicitadas. O recorte temporal (2004–2014, com atualizações pontuais) não abrange desenvolvimentos mais recentes do fair trade global, nem as transformações no SNCJS em contextos de mudanças governamentais e de retração de políticas de economia solidária. A ausência de entrevistas diretas com representantes das certificadoras internacionais e de estudos de caso aprofundados sobre EES inseridos no comércio justo limita a capacidade de captar tensões, negociações e conflitos cotidianos na implementação dos modelos (Carvalho, 2015; Lima & Carvalho, 2020; Equatorial, 2017). Além disso, a dependência de documentos institucionais – frequentemente produzidos com finalidades de promoção e legitimação – requer cautela analítica, pois esses documentos tendem a enfatizar virtudes e silenciar contradições.

Essas limitações apontam para um conjunto de agendas promissoras de pesquisa futura. Em primeiro lugar, são necessários estudos de caso etnográficos e sociológicos em profundidade

sobre EES inseridos no SNCJS e/ou certificados por FLO/WFTO, que investiguem como princípios e critérios se traduzem em práticas concretas, como se constroem relações de confiança e como se distribuem custos e benefícios ao longo das cadeias (Oliveira et al., 2008; Lyon, 2006). Em segundo lugar, comparações internacionais envolvendo outros países do Sul que desenvolveram modelos próprios de comércio justo – como México e experiências na América Latina – podem esclarecer até que ponto o hibridismo brasileiro é singular ou parte de uma tendência mais ampla de apropriação localizada do fair trade (Laforga, 2005; Schneider, 2012). Em terceiro lugar, investigações quantitativas e mistas poderiam estimar impactos socioeconômicos dos diferentes modelos sobre renda, emprego, organização coletiva e sustentabilidade, contribuindo para debates de avaliação de políticas públicas.

Por fim, à medida que o comércio justo se institucionaliza em contextos marcados por crises econômicas, sanitárias e ambientais, torna-se ainda mais relevante discutir seus limites e potencialidades como estratégia de transformação social. A literatura aponta riscos de captura mercadológica, de greenwashing e de fairwashing, bem como possibilidades de aprofundamento de práticas de consumo responsável, de expansão de redes solidárias e de fortalecimento de economias de proximidade (Gendron et al., 2009; Kamlot; Schmitt, 2015; Coelho, 2015). O balanço aqui apresentado sugere que, embora o comércio justo não seja capaz, por si só, de alterar estruturalmente a ordem econômica global, ele oferece um repertório prático e simbólico importante para a construção de mercados mais justos, especialmente quando articulado a movimentos de economia solidária, a políticas públicas redistributivas e a redes de sociabilidade que ampliem a participação e a voz de atores historicamente marginalizados. Nessa perspectiva, o hibridismo do modelo brasileiro pode ser visto menos como anomalia e mais como campo fecundo de experimentação sociológica e política sobre as possibilidades e os limites de uma economia orientada por justiça, solidariedade e sustentabilidade.

## Referências

Abramovay, R. (2004). Entre Deus e o Diabo: Mercados e interação humana nas ciências sociais. *Tempo Social*, 16(2), 35–64. <https://doi.org/10.1590/S0103-20702004000200002>

Bossle, M. B., & Pedrozo, E. A. (2012). Comércio justo: Em que estágio estamos? *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 6(2), 33–44. <https://doi.org/10.5773/rgsa.v6i2.428>.

Brasil. (2005). *Cartilha de comércio ético e solidário no Brasil*. São Paulo, Brasil: Faces do Brasil.

Brasil. (2010). Decreto n.º 7.358, de 17 de novembro de 2010. Institui o Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário – SNCJS, cria sua Comissão Gestora Nacional e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República. Recuperado em 8 agosto 2013, de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\*03/\\*ato2007-2010/2010/decreto/d7358.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil*03/*ato2007-2010/2010/decreto/d7358.htm)

Carvalho, A. D. A. (2015). *A construção social do mercado fair trade no Brasil e no mundo (Dissertação de mestrado)*. Universidade Federal de Alagoas, Maceió, Brasil.

Coelho, S. L. (2015). Sobre a justiça no comércio e as escolhas morais de consumo: O caso dos consumidores. *Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto – Sociologia*, Número Temático “Práticas de consumo: valores e orientações”, 15–40.

Coelho, S. L., & Neto, H. V. (2011). Consumo responsável: Uma tentativa de problematização de um fenómeno social contemporâneo. In H. V. Neto & S. L. Coelho (Orgs.), *Novas dimensões do consumo na sociedade contemporânea* (pp. 8–28). Porto, Portugal: Instituto de Sociologia da Universidade do Porto.

Cotera, A., & Ortiz, H. (2009). Comércio justo. In A. D. Cattani et al. (Coords.), *Dicionário internacional da outra economia* (pp. 60–67). Coimbra, Portugal: Almedina.

Daws. (2008). *Fair trade 2007: New facts and figures from an ongoing success story*. Culemborg, Países Baixos: EFTA. Recuperado em 10 dezembro 2013, de <http://www.eftafairtrade.org/>

Faces do Brasil. (2004). *Cartilha de comércio ético e solidário no Brasil*. São Paulo, Brasil: Faces do Brasil. Recuperado em 10 agosto 2013, de [http://www.facesdobrasil.org.br/midiateca/doc\\_download/62-cartilha-o-comercio-etico-e-solidario-no-brasil.html](http://www.facesdobrasil.org.br/midiateca/doc_download/62-cartilha-o-comercio-etico-e-solidario-no-brasil.html)

Fairtrade Labelling Organizations International. (2006). *O que é o comércio justo? Uma introdução à certificação de comércio justo*. Bonn, Alemanha: FLO e.V.

Fairtrade Labelling Organizations International. (2014). Aims of Fairtrade standards. Recuperado em 10 janeiro 2014, de <http://www.fairtrade.net/aims-of-fairtrade-standards.html>

Fairtrade Labelling Organizations International. (2019). 2018–19 annual report: Choosing a fairer future through trade. Bonn, Alemanha: Fairtrade International. Recuperado em 15 junho 2020, de [https://files.fairtrade.net/publications/2018-19\\*FI\\*AnnualReport.pdf](https://files.fairtrade.net/publications/2018-19*FI*AnnualReport.pdf)

França, C. L. (2002). Apresentação. In C. L. França (Org.), *Comércio ético e solidário* (pp. 5–13). São Paulo, Brasil: Fundação Friedrich Ebert/ILDES.

Gendron, C., Bisailon, V., & Rance, A. I. O. (2009). The institutionalization of fair trade: More than just a degraded form of social action. *Journal of Business Ethics*, 86, 63–79. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9874-2>

Granovetter, M. (2007). Ação econômica e estrutura social: O problema da imersão. *RAE-eletrônica*, 6(1), 1–41.

Granovetter, M. (2009). Ação econômica e estrutura social: O problema da imersão. In A. C. B. Martes (Org.), *Redes e sociologia econômica* (pp. 31–68). São Carlos, Brasil: EdUFSCar.

Gruninger, B. (2004). *Comércio justo (Fair Trade): Compras com gosto social*. São Paulo, Brasil: Business and Social Development (BSD-Brasil).

Guerreiro Ramos, A. (1966). *Administração e estratégia do desenvolvimento: Elementos de uma sociologia especial da administração*. Rio de Janeiro, Brasil: FGV.

Guerreiro Ramos, A. (1989). *A nova ciência das organizações: Uma reconceituação da riqueza das nações*. Rio de Janeiro, Brasil: FGV.

Kamlot, D., & Schmitt, V. G. H. (2015). Comércio justo e consumo responsável: Entre o discurso e a prática de marketing das grandes organizações. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 9(3), 65–79. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v9i3.1068>

Laforga, G. (2005). *Comércio justo: Impactos, desafios e tendências em uma análise do debate*

internacional. In Anais do XLIII Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural (pp. 1–24). Ribeirão Preto, Brasil: SOBER.

Lima, J. V. R. B. C., & Carvalho, A. D. A. (2020). A construção social do mercado fair trade no Brasil e no mundo. *Latitude*, 14(1), 136–161. <https://doi.org/10.28998/lte.2020.n.1.10667>

Lyon, S. (2006). Evaluating fair trade consumption: Politics, defetishization and producer participation. *International Journal of Consumer Studies*, 30(5), 452–464. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2006.00530.x>

Machado, N. M. C. (2010). Karl Polanyi e a nova sociologia económica: Notas sobre o conceito de (dis)embeddedness. *Revista Crítica de Ciências Sociais*. Recuperado em 4 novembro 2014, de <http://rccs.revues.org/1771>

Martins, R. D., & Unterstell, N. (2009). Comércio justo, saberes locais e articulação de atores: Lições do Projeto Arte Baniwa no Brasil. *Administração Pública e Gestão Social*, 1(4), 44–64.

Mascarenhas, G. C. S. (2007). O movimento do comércio justo e solidário no Brasil: Entre a solidariedade e o mercado (Tese de doutorado). Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

Mendonça, H. (s.d.). Comércio justo e economia solidária no Brasil e o papel da política pública na sua promoção. *Mercado de Trabalho: Conjuntura e Análise*, 1(0), 59–66.

Ministério do Trabalho e Emprego. (2006). Atlas da economia solidária no Brasil 2005. Brasília, Brasil: MTE/SENAES. Recuperado em 10 outubro 2014, de <http://portal.mte.gov.br/ecosolidaria/atlas-da-economia-solidaria-no-brasil.htm>

Ministério do Trabalho e Emprego. (2013). Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (SIES): Base de dados 2013. Acontece no SENAES: Boletim informativo (edição especial). Brasília, Brasil: MTE/SENAES.

Murray, D., Reynolds, L. T., & Taylor, P. L. (2003). One cup at a time: Poverty alleviation and fair trade coffee in Latin America. Fort Collins, CO: Fair Trade Research Group, Colorado State University.

Oliveira, M. K. S., & Melo, R. (2003). Redes solidárias e mercado justo: Alternativas para a planetariedade sustentável. *T&C Amazônia*, 1(3).  
Oliveira, R. F., et al. (2008). Efeito do fair trade na Cooperativa de Agricultores Familiares de Café de Poço Fundo, MG. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 10(2), 211–225.

Polanyi, K. (2011). *A grande transformação: As origens de nossa época*. Rio de Janeiro, Brasil: Campus.

Santana, A. K. D. (2007). Os limites do comércio justo. In *Anais do XIII Congresso Brasileiro de Sociologia*. Recife, Brasil: Sociedade Brasileira de Sociologia.

Santos, L. S., & Serafim, M. (2016). O comércio justo e sua interface com a sociologia econômica: Algumas possíveis interpretações desta relação. In *Anais do XIX SEMEAD – Seminários em Administração*. São Paulo, Brasil: FEA/USP.

Schneider, J. (2012). *Relatório da pesquisa mundial de comércio justo: Parte 1*. Brasília, Brasil: SEBRAE.

Sena, C. A. R. (2006). Comércio justo: Alternativa de comercialização e desenvolvimento social. *Bahia Agrícola*, 7(3).

Serva, M. (1997). A racionalidade substantiva demonstrada na prática. *Revista de Administração de Empresas*, 37(2), 18–30.

Swedberg, R. (2004). Sociologia econômica: Hoje e amanhã. *Tempo Social*, 16(2), 7–34.

Tallontire, A. (2000). Partnerships in fair trade: Reflections from a case study of Café Direct. *Development in Practice*, 10(2), 166–177.

Tiburcio, B. A., & Valente, A. L. E. F. (2007). O comércio justo e solidário é alternativa para segmentos populacionais empobrecidos? Estudo de caso em território Kalunga (GO). *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 45(2), 497–519.

Weber, M. (1991). *Economia e sociedade: Fundamentos da sociologia compreensiva* (R. Barbosa & K. E. Barbosa, Trans.). Brasília, Brasil: Editora da UnB.

Weber, M. (1994). Economia e sociedade. Brasília, Brasil: Editora da UnB.

World Fair Trade Organization. (2013). The WFTO guarantee system handbook. Culemborg, Países Baixos: WFTO. Recuperado em 13 novembro 2013, de <http://wfto.com/wfto-guarantee-system-handbook>

World Fair Trade Organization. (2016). Definition of fair trade. Recuperado em 16 julho 2016, de <http://www.wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade>

Wilkinson, J. (2002). Sociologia econômica, a teoria das convenções e o funcionamento dos mercados: “Inputs” para analisar micro e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil. *Ensaio FEE*, 23(2), 93–119.