

SUSTENTABILIDADE POR MEIO DO COMÉRCIO JUSTO: O CASO DE UMA COOPERATIVA QUE PRODUZ ARTESANATO EM SEDA

Sustainability through fair trade: the case of a cooperative that crafts silks products

Edi Carlos de Oliveira¹

Fabiane Cortez Verdu²

Maurício Reinert³

Resumo

Este artigo tem por objetivo descrever a sustentabilidade por meio do comércio justo da Cooperativa Artisans Brasil, tendo em vista que as estratégias de negócios adotadas pela cooperativa foram articuladas junto aos produtores de casulos de bicho da seda e as empresas parceiras do Projeto Seda Justa, que contribuíram na constituição da cooperativa e no surgimento da oportunidade de comercialização pelo comércio justo na França. Foi realizada uma pesquisa qualitativa-descritiva por meio de treze entrevistas semiestruturadas realizadas pela técnica *snowball*. Os dados foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo. Os resultados apontam que o projeto de organizar as artesãs em torno da proposta de exportar cachecóis de seda para a França, por meio da rede francesa Artisans Du Monde, que pratica a filosofia do comércio justo, mostrou-se uma proposta viável, tendo em vista que nas práticas do comércio justo há a preocupação de remunerar os produtores por um preço justo, considerando o valor cultural e simbólico dos produtos comercializados, além de criar no

¹ Possui Mestrado em Administração pela Universidade Estadual de Maringá - UEM, Brasil. Pós-graduação em Tecnologias e Educação a Distância; Educação pela Universidade Castelo Branco - UCB/RJ, Brasil. Pós-graduação em Métodos e Técnicas de Ensino pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Brasil. MBA Executivo em Negócios pela Faculdade Maringá – CESPAP, Brasil e Pós-graduação em Docência do Ensino Superior pela mesma Universidade. Graduação em Administração pela Faculdade Estadual de Educação Ciências e Letras de Paranavaí – FAFIPA, Brasil. Atualmente é Professor e Coordenador do curso de Administração da Faculdade do Noroeste Paranaense – Nova Esperança - FANP/UNIESP, Brasil. E-mail: edicarlos.oliveira@uniesp.edu.br

² Possui Doutorado em Administração pela Universidade Federal do Paraná – UFPR, Brasil e Mestrado em Administração pela mesma Universidade. Graduação em Administração pela Faculdade de Ciências Administrativas e Contábeis de Lins, Brasil e Graduada em Tecnologia Em Processamento de Dados pela Faculdade de Informática de Lins, Brasil. Atualmente é Professora Adjunta do Departamento de Administração da Universidade Estadual de Maringá – UEM, Brasil. E-mail: fverdu@uem.br

³ Possui Doutorado em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas – FGV, Brasil, tendo realizado Doutorado Sanduíche na University of Michigan – Ann Arbor, Estados Unidos. Mestrado em Administração pela Universidade Federal do Paraná – UFPR, Brasil e Graduado em Administração pela Faculdade Católica de Administração e Economia. Atualmente é Professor Adjunto do Departamento de Administração da Universidade Estadual de Maringá – UEM, Brasil. E-mail: m.reinert@uol.com.br

consumidor a mentalidade de que a aquisição desses produtos contribui para melhores condições de vida em comunidades distantes e a garantia de que os bens adquiridos provenientes do artesanato não são oriundos de exploração de maneiras degradantes de trabalho e garantem a sustentabilidade da cooperativa.

Palavras-chave: sustentabilidade, comércio justo, cooperativa, artesanato.

Abstract

The goal of this article is to describe sustainability through the fair trade concept employed by Cooperativa Artisans Brasil, considering that the business strategies adopted by the cooperative were articulated with silk producers and partner companies from Projeto Seda Justa, who contributed to the cooperative formation and to the emergence of fair trade opportunities in France. The authors developed a qualitative descriptive research through thirteen semi-structured interviews conducted using the snowball technique. Then, data was analyzed using the content analysis technique. Results show that the initiative of organizing artisans around the goal of exporting silk scarves to France, through the French network Artisans Du Monde, a practitioner of the fair trade philosophy proved to be a viable proposal. In fair trade practices, there are concerns about the compensation of producers for a fair price, bearing in mind the cultural and symbolic value of marketed products. It also intends to create consumer awareness that the acquisition of these products contributes to better living conditions in remote communities, to ensure that the goods purchased from artisans are not a product of degrading ways of work, and to safeguard the sustainability of the cooperative.

Keywords: Sustainability, fair trade, cooperative, crafts.

A discussão sobre desenvolvimento sustentável vem ganhando espaço desde o final da década de 80. É bem reconhecido que a sustentabilidade se baseia em três aspectos básicos: econômico, ambiental e social (Araújo, 2007). Basicamente, a sustentabilidade econômica refere-se à gestão financeira da organização, a sustentabilidade ambiental refere-se ao consumo de recursos naturais e a sustentabilidade social refere-se a adicionar valor às comunidades.

Uma das formas de adicionar valor às comunidades é adotar a filosofia do comércio justo, que pode ser definido como um conjunto de práticas socioeconômicas alternativas que busca maior equidade no comércio, contribuindo especialmente com a sustentabilidade social (Tibúrcio & Valente, 2007; Sebrae, 2005).

A Cooperativa Artisans Brasil é uma organização que busca a sustentabilidade por meio do comércio justo e por isso foi escolhida o como objeto de estudo. Este caso é relevante por possibilitar relações entre sustentabilidade e comércio justo, dado ao fato de que a Cooperativa encontrou no comércio justo o caminho para a sustentabilidade.

A Cooperativa Artisans Brasil é uma organização com filosofia e estatuto próprios, constituída com a finalidade de agregar trabalho e renda às mulheres que residem na zona rural do município de Nova Esperança, no Estado do Paraná, conhecida como a Capital da Seda por ser a cidade que mais produz casulo de bicho da seda no Ocidente (Vale da Seda, 2012). O projeto embrionário de sua configuração foi desenvolvido pela Incubadora Tecnológica da Universidade Estadual de Maringá em conjunto com algumas entidades e organizações que tiveram afinidade com a proposta de produção de artesanato em seda para comercialização na rede francesa Artisans Du Monde, que valoriza o artesanato como forma de identidade regional e manifestação cultural quando vinculado ao comércio justo.

O Projeto é permeado por um programa de DRS – Desenvolvimento Regional Sustentável, fruto de uma oportunidade da Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia e

Ensino Superior por meio do Programa Universidade Sem Fronteiras, no qual equipes multidisciplinares (docentes e discentes de instituições de ensino superior públicas do Estado do Paraná) selecionam os projetos de municípios socialmente mais críticos a partir do seu Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). Eles trabalham em centenas de projetos em 339 municípios dos 399 existentes no estado (Paraná, 2013) com o objetivo de desenvolver a região. Ao colocar em prática o conceito de desenvolvimento sustentável (ou sustentabilidade) em uma região, como por exemplo, em Nova Esperança, onde se localiza a Cooperativa Artisans Brasil, pode-se falar em DRS (Barros, 2007). Portanto, os termos sustentabilidade e Desenvolvimento Regional Sustentável serão utilizados de maneira intercambiável neste artigo.

Assim, para atingir o objetivo proposto de descrever a sustentabilidade por meio do comércio justo da Cooperativa Artisans Brasil, este artigo faz uma discussão teórica sobre cooperativismo, cultura e artesanato, e comércio justo.

Falar sobre cooperativa é afirmar que sua constituição se dá a partir de uma associação autônoma de pessoas unidas voluntariamente para satisfazer suas necessidades econômicas, sociais e culturais comuns e aspirações por meio de uma organização de propriedade comum e democraticamente gerida (Ica, 2013). Vale destacar que uma cooperativa deve não somente responder às necessidades de seus membros por meio da ação local, mas também estender suas relações para além das fronteiras, pois a cooperação se mostra como uma oportunidade significativa de atuação e de incremento de competitividade (Flores-Crespo, 2000).

Quando uma cooperativa se propõe ao desenvolvimento de produtos artesanais de referência cultural, pode-se dizer que ela resgata elementos arraigados da vida de seus membros, utilizando-se de matérias-primas típicas da região e até mesmo de técnicas de produção conhecidas para a produção artesanal de produtos simbólicos que resgatem um pouco da história de seus membros (Sebrae, 2004). Neste sentido, pode-se dizer que o

artesanato se apresenta como resultado de manifestações culturais, de modo que a essência da cultura de um povo ou de uma região se reflete em produtos que são customizados e ganham representatividade por meio das mãos e do trabalho árduo do artesão.

Em relação à forma de comercialização para produtos artesanais, explorar um nicho específico de mercado pode ser uma alternativa eficaz, de modo que, no caso do comércio justo, se estabelece uma parceria comercial baseada em diálogo, transparência e respeito que contribui e assegura o desenvolvimento sustentável de organizações como a Cooperativa de produtos de artesanato em seda Artisans Brasil.

Na conclusão, o artigo apresenta algumas contribuições ao relacionar a sustentabilidade ao comércio justo, algo que não tem sido pesquisado no Brasil de forma agrupada. Destaca-se que o desenvolvimento de produtos artesanais para exploração do nicho de mercado oferecido pelo comércio justo pode garantir a sustentabilidade de uma organização cooperativa. Além disso, no caso em análise, observou-se que as articulações dos agentes envolvidos favoreceram a atuação da Cooperativa no mercado internacional – garantindo a sustentabilidade por meio do comércio justo – e, posteriormente, ao buscar espaço de atuação no mercado nacional, conseguiu a manutenção da sustentabilidade da Cooperativa por meio do programa de DRS – Desenvolvimento Regional Sustentável, apoiado pelo Banco do Brasil, por editais de programas do Governo Federal, por organizações como o Sebrae e a Fecomércio, além das pessoas físicas que, através da Lei *Rouanet*, podem doar parte do Imposto de Renda a pagar como forma de estimular a sustentabilidade de organizações que desenvolvem atividades culturais atreladas ao artesanato, como é o caso da Cooperativa Artisans Brasil.

Tais manobras estratégicas de atuação avalizaram – por meio do artesanato como expressão cultural – que as artesãs da Cooperativa garantissem não somente a inclusão social pelo aspecto econômico, mas pelo resgate da identidade social, pela valorização da identidade

regional e pelos valores de autoajuda, autorresponsabilidade, democracia, igualdade, equidade e solidariedade (Ica, 2013) por meio de produtos que apresentam grande valor simbólico às artesãs e aos consumidores que se beneficiam das compras e contribuem para a sustentabilidade da Cooperativa Artisans Brasil.

Cooperativismo

O cooperativismo é um movimento secular que se fortaleceu no Brasil com a chegada de imigrantes europeus, com suas ideias e propósitos de cooperação, que criaram as primeiras cooperativas no sul do país (Fernandes, Xavier & Figueiredo, 2012). Em se tratando dos aspectos burocráticos de configuração, Souza (2009, p. 1) destaca que, a partir do exposto na lei n. 5.764/71, as cooperativas “[...] são sociedades de pessoas, constituídas para prestar serviços aos associados, que reciprocamente se obrigam a contribuir com bens ou serviços para o exercício de uma atividade econômica, de proveito comum [...]”. Complementando, a autora dispõe que as cooperativas também são constituídas por meio da insatisfação dos trabalhadores, que, descontentes com o sistema econômico, unem suas forças de trabalho e passam a trabalhar por meio dos princípios cooperativos no intuito de atender diretamente as demandas dos consumidores.

A Ocepar (2012, p. 6) afirma que “As cooperativas desenvolvem suas atividades com base nos valores éticos da cooperação, da solidariedade, da gestão democrática e da soma dos esforços de seus cooperados”. No Brasil, mesmo tendo ganhado forças a partir dos anos 90, a cultura associativista ainda é fraca (Souza, 2009). No entanto, a Ocepar (2012) destaca que, no Estado do Paraná, as cooperativas são responsáveis por 20% da movimentação econômica do Estado, envolvem 2,5 milhões de paranaenses e oferecem 1,5 milhões de postos de trabalho. Esses dados remetem à percepção de que o sistema cooperativista permite a inserção dos produtos das cooperativas junto ao mercado interno e externo. Deste modo, é

notório o fato de que as cooperativas baseiam-se nos valores de autoajuda, autorresponsabilidade, democracia, igualdade, equidade e solidariedade, pois, partindo-se dos ideais e da tradição dos seus fundadores, os membros das cooperativas acreditam nos valores éticos da honestidade, transparência, responsabilidade social e cuidar dos outros (Ica, 2013).

As cooperativas têm como objetivo difundir os ideais em que se baseiam seus associados e dar suporte a estes, conquistarem espaço e força no mercado do produto a ser produzido visando atingir o pleno de seu desenvolvimento econômico e social. É pelo cooperativismo que os produtores atingem níveis aceitáveis de lucratividade, considerando que no atual modelo de mercado competitivo a produção de baixa escala padece com maiores custos marginais, inviabilizando a sustentabilidade do negócio no médio e longo prazo. É com a união de pequenos produtores que se dá o sucesso das cooperativas, que vem aumentando cada vez mais (Pereira *et al*, 2009, p. 60).

Os princípios do cooperativismo foram ratificados em 1985 – em Genebra, com a criação da Aliança Cooperativa Internacional (ACI) e são observados até os dias atuais. Em função do Congresso da ACI, realizado em 1995, a redação dos princípios cooperativos passou por adequações e o resultado pode ser visualizado no quadro 1.

1. Adesão livre e voluntária	As cooperativas são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas interessadas em utilizar seus serviços e dispostas a aceitar as responsabilidades da sociedade, sem discriminação social, racial, política, religiosa e sexual (de gênero).
2. Gestão e controle democrático dos membros	As cooperativas são organizações democráticas controladas por seus membros, que participam ativamente no estabelecimento de suas políticas e na tomada de decisões. Homens e mulheres, quando assumem como representantes eleitos, respondem pela associação. Nas cooperativas de primeiro grau, os sócios têm direitos iguais de voto (um sócio, um voto). Cooperativas de outros graus são também organizadas de forma democrática.
3. Participação econômica do sócio	Os membros contribuem equitativamente e controlam democraticamente o capital de sua cooperativa. Pelo menos parte desse capital é, geralmente, de propriedade comum da cooperativa. Os membros geralmente recebem benefícios limitados pelo capital subscrito, quando houver, como condição de sua adesão. Os membros destinam os excedentes para algumas das seguintes finalidades: desenvolver a cooperativa, possibilitando a formação de reservas, onde pelo menos parte das quais sejam indivisíveis; beneficiar os membros na proporção de suas transações com a cooperativa; e sustentar outras atividades aprovadas pelos membros.
4. Autonomia e independência	As cooperativas são organizações de autoajuda autônomas, controladas por seus membros. Nas relações com outras organizações, inclusive governos, ou quando obtêm capital de fontes externas, o fazem de modo que garantam o controle democrático pelos seus membros e mantenham a autonomia da cooperativa.

5. Educação, treinamento (formação) e informação	As cooperativas promovem educação e treinamento a seus membros, aos representantes eleitos, aos administradores e empregados, para que eles possam contribuir efetivamente para o desenvolvimento de sua cooperativa. Eles devem informar ao público em geral – particularmente aos jovens e líderes de opinião – sobre a natureza e os benefícios da cooperação.
6. Cooperação entre cooperativas	As cooperativas servem seus membros mais efetivamente e fortalecem o movimento cooperativista trabalhando juntas através de estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais.
7. Interesse e preocupação com a comunidade	As cooperativas trabalham para o desenvolvimento sustentável de suas comunidades através de políticas aprovadas por seus membros.

Quadro 1: Princípios cooperativos dos pioneiros de *Rochdale*

Fonte: Ica (2013, p. 1)

Com base nos princípios explicitados e considerando-os como diretrizes pelas quais as cooperativas colocam seus valores em prática, Flores-Crespo (2000) destaca que as cooperativas devem não somente responder às necessidades de seus membros por meio da ação local, mas também estender suas relações para além das fronteiras, pois a cooperação se mostra como uma oportunidade significativa de atuação e de incremento de competitividade.

É difícil pensar em uma organização de propriedade coletiva dentro do sistema capitalista, baseado na propriedade privada, tendo em vista que as cooperativas são totalmente contrárias ao individualismo – uma das bases ideológicas do capitalismo – e ao fato de que as cooperativas surgiram em países com tradição liberal e democrática (Flores-Crespo, 2000). Corroborando essas premissas, Lima (2004) destaca que o cooperativismo se desenvolve em ocasiões de desemprego e crise econômica, muito mais pela falta de opção dos trabalhadores do que pela escolha efetiva de autonomia, solidariedade e compromisso com a cooperação, pois em muitos momentos o caráter voluntário de adesão se mostra comprometido. Com isso, o autor questiona se o cooperativismo se desenvolve como uma escolha de exploração de atividades em função do capitalismo ou como uma carência em função da exploração destas atividades, pela simples necessidade de sobrevivência.

Neste cenário, Queiroz (1998, p. 35) destaca que muitas vezes as cooperativas são vistas como “[...] uma resposta à situação econômica [...], no que diz respeito à disponibilidade de mão-de-obra, gerada pelo desemprego [...], são meios, com grande potencial e possibilidades, para gerar uma mudança social muito importante e extremamente útil”. Assim, dada à notoriedade dessas discussões, Flores-Crespo (2000) evidencia que, embora haja diferenças entre o sistema capitalista e o modelo cooperativista, percebe-se que ambos podem coexistir, de modo que nas cooperativas o trabalhador tem controle sobre suas condições de trabalho, como pode ser visualizado no quadro 2, a seguir.

	Sistema capitalista	Esquema de cooperativa
Propriedade	Privada	Coletiva
Poder	Caráter monetário (dinheiro)	Caráter social (trabalho)
Capital	Concentrado em poucas mãos (capitalistas, acionistas)	Repartido equitativamente entre os trabalhadores
Apropriação do lucro	Distribuído entre os capitalistas	Distribuído entre os trabalhadores e reinvestido para benefícios comuns
Organização industrial	Baseada na produção de bens e serviços de forma que se maximize o lucro	Projetada para produzir bens ou serviços no âmbito de um relacionamento interpessoal e autossuficiente

Quadro 2: Diferença entre o sistema capitalista e o modelo cooperativista.

Fonte: Flores-Crespo (2000, pp. 94 – 95)

De acordo com o quadro 2, percebem-se algumas divergências no que diz respeito aos dois sistemas de produção apresentados, de modo que essas discrepâncias não significam o fracasso do sistema cooperativista no mundo globalizado e prova disso é a organização do sistema via filosofia do comércio justo, que também será discutida neste artigo.

Tendo em vista as abordagens conceituais apresentadas e pelo fato de este artigo relacionar artesanato e cooperativa, apresenta-se a definição do Serviço Brasileiro de Apoio

às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e do Programa do Artesanato Brasileiro (Pab) acerca do conceito de cooperativa artesanal, alertando ao fato de que

As cooperativas são associações de pessoas de número variável (não inferior a 20 participantes) que se unem para alcançar benefícios comuns, em geral, para organizar e normalizar atividades de interesse comum. O objetivo essencial de uma cooperativa na área do artesanato é a busca de uma maior eficiência na produção com ganho de qualidade e de competitividade em virtude do ganho de escala, pela otimização e redução de custos na aquisição de matéria-prima, no beneficiamento, no transporte, na distribuição e venda dos produtos (Sebrae, 2004, p. 27; Brasil, 2012, p. 17).

Ante o exposto, destaca-se a existência de uma relação bidirecional entre cooperativa, cultura e artesanato, pois entende que esses se influenciam de maneira significativa, podendo potencializar ou inibir as oportunidades de desenvolvimento em pequenas comunidades.

Cultura e artesanato

O entendimento do termo “cultura” atrelado ao sentido antropológico denota uma forma particular de vida que é aprendida, compartilhada e transmitida pelos membros da sociedade (Flores-Crespo, 2000). Para o autor, essa forma de vida se evidencia por meio de alguns traços nas formas de organização, nos sistemas de trabalho comuns, nas formas de governo, no conhecimento agrícola, nas visões de mundo e nas conotações específicas de desenvolvimento.

Canedo (2009) salienta que definir cultura não é tarefa das mais fáceis, tendo-se em vista que a cultura ecoa interesses das mais diversas áreas e é trabalhada por meio de diferentes enfoques. A autora ressalta que foi a partir dos séculos XVIII e XIX que houve a consolidação do uso figurado da cultura nos meios artísticos e intelectual, de modo que os

construtos franceses e alemães acerca dessa temática marcaram a formação da concepção de cultura que se tornou base nos estudos das Ciências Sociais.

De acordo com Canedo (2009, p. 4), “[...] cultura é um todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade”. Não obstante, com o passar do tempo, o conceito ganhou outras abordagens, tais como: a) “[...] sistema de signos e significados criados pelos grupos sociais, que possibilita a interação social por meio das diferentes formas de pensar e agir dos indivíduos” (Canedo, 2009, pp. 4- 5); b) “[...] práticas da arte, da atividade intelectual [...] vistas sobretudo como atividade econômica, que possibilita a construção de determinados sentidos e alcance de um tipo específico de público” (Canedo, 2009, p. 5); c) “[...] estuda a influência dos valores, das crenças e dos hábitos culturais de uma sociedade em suas relações econômicas, que possibilita – dependendo da solidez cultural – tanto a propulsão quanto a resistência ao desenvolvimento” (Canedo, 2009, p. 5).

A cultura também contribui para o desenvolvimento social, de modo que, para Canedo (2009, p. 6), ela é compreendida por meio de três percepções: (a) “[...] um conceito mais alargado onde todos os indivíduos são produtores de cultura, que nada mais é do que o conjunto de significados e valores dos grupos humanos”; (b) “[...] como atividades artísticas e intelectuais com foco na produção, distribuição e consumo de bens e serviços que conformam o sistema da indústria cultural”; (c) “[...] como instrumento para o desenvolvimento político e social, onde o campo da cultura se confunde com o campo social”. Dada à abrangência dos conceitos e por perceber que as definições apresentadas remetem à percepção de que a cultura abrange desde os artefatos materiais aos universos simbólicos, urge-se acrescentar que, quando se pensa na cultura atrelada especificamente ao artesanato, o Sebrae destaca que:

Desenvolver produtos artesanais de referência cultural significa valer-se de elementos que reportem o produto ao seu lugar de origem, seja através do uso de certos materiais e insumos ou técnicas de produção típicas da região, seja pelo uso de elementos simbólicos que façam menção às origens de seus produtores ou de seus antepassados (Sebrae, 2004, p. 18).

Neste sentido, percebe-se que o artesanato se apresenta como resultado de manifestações culturais, de modo que a essência da cultura de um povo ou de uma região se reflete em produtos que são customizados e ganham representatividade por meio das mãos e do trabalho árduo do artesão. Para tanto, a cultura local leva o indivíduo a explorar suas riquezas naturais e, a partir delas, transformá-las em objetos que ganham utilidade e valor tanto no uso quanto na simbologia que o objeto ou a matéria-prima representa para determinado povo ou região. Esta cultura manifesta-se como elemento-chave para a busca do desenvolvimento, pois é sabido que, com o passar do tempo, os valores alicerçados na cultura de determinada região delimitam e direcionam a trajetória de evolução e crescimento da região e dos indivíduos que nela estão inseridos.

Em termos de definição conceitual, o Conselho Mundial de Artesanato e o Sebrae definem artesanato “[...] como toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade” (Wcc, 2013, p. 1; Sebrae, 2004, p. 21).

O artesanato é uma das mais ricas formas de expressão da cultura e do poder criativo de um povo. Na maioria das vezes, é a representação da história de sua comunidade e a reafirmação da sua autoestima. Nos últimos tempos, tem-se agregado a esse caráter cultural o viés econômico, com impacto crescente na inclusão social, geração de trabalho e renda e potencialização de vocações regionais (Brasil, 2012, p. 5).

Para o Sebrae (2004, p. 14), “O artesanato é a contrapartida à massificação e uniformização de produtos globalizados, pois promove o resgate cultural e a identidade regional”. Neste sentido, pode-se dizer que o artesanato mostra-se com relevante potencial de geração de trabalho e renda, pois seu posicionamento centra-se nos eixos estratégicos de valorização e desenvolvimento dos territórios (Cavalcante, Fialho & Rover, 2011).

O Programa do Artesanato Brasileiro estabelece que o artesanato:

Compreende toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predominância manual, por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural (possui valor simbólico e identidade cultural), podendo no processo de sua atividade ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios (Brasil, 2012, p.12).

Ante o exposto, destaca-se que o artesanato compreende produtos do fazer humano e que, para concluir o produto artesanal, utiliza fundamentalmente as mãos (Lima, 2004). Neste sentido, percebe-se que a habilidade das mãos do artesão e a liberdade na criação de produtos refletem e simbolizam seu saber e sua cultura. Para Lima (2004), o artesanato está atrelado a diversos significados decorrentes da cultura de cada indivíduo, pois mais que um produto, seu objetivo é satisfazer aspirações intrínsecas valorizadas de diferentes formas, dependendo dos valores, das crenças e da cultura instaurada. Assim, pensar no artesanato como um sistema de produção convencional é algo incorreto, pois produção artesanal demanda ritmo e tempo de produção.

No que tange aos conhecimentos do artesanato, Cavalcante, Fialho e Rover (2011) estabelecem que eles sejam transmitidos por meio de relações familiares ou comunitárias, sendo que nessas relações buscam-se a sistematização do processo, com vistas a conservar a identidade nacional, considerando os aspectos cultural e artístico, bem como a sistematização, classificação e disseminação desses na sociedade. No que diz respeito ao custo, o artesanato é

um setor que exige baixos investimentos e, segundo o Sebrae (2004, p. 14), este segmento utiliza “[...] na maioria das categorias existentes, matéria-prima natural, promove a inserção da mulher e do adolescente em atividades produtivas, estimula a prática do associativismo e fixa o artesão no local de origem, evitando o crescimento desordenado dos centros urbanos”.

Cavalcante, Fialho e Rover (2011, p. 72) frisam que “O Artesanato no Paraná possui diversidade cultural, de diferentes tipologias, técnicas produtivas e traços étnicos.” Os autores complementam essa afirmação justificando que as técnicas artesanais foram trazidas pelos imigrantes, que inovaram produtos e processos, apresentando novidades em relação àquilo que não era conhecido e melhorando/aprimorando as destrezas daquilo que já se fazia artesanalmente. Em meio às matérias-primas utilizadas pelos paranaenses pode-se citar a seda, que, por meio da tecelagem, resulta em vários produtos artesanais, entre eles cachecóis, lenços, brincos, colares, echarpes, kaftans etc. Para um resultado ainda mais impactante, os artesãos podem se utilizar de corantes naturais para colorir e customizar seus produtos.

No que tange à divulgação dos produtos, o setor artesanal tem ampliado sua participação na tentativa de incrementos em termos de competitividade ao se utilizar da internet (Cavalcante, Fialho & Rover, 2011). Os autores salientam que, quando se faz uma busca com a palavra-chave “artesanato brasileiro”, cerca de 194.000 resultados são apresentados.

Para auxiliar no desenvolvimento do artesanato, o Governo brasileiro criou o Programa de Artesanato Brasileiro (PAB), vinculado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, que busca atuar na elaboração de políticas públicas priorizando a oportunidade de trabalho e aumento de renda, desenvolvendo ações que valorizam o artesanato brasileiro, majorando o nível cultural, profissional, social e econômico dos artesãos. Quanto à finalidade do programa, percebe-se a busca de coordenar e desenvolver atividades que visem valorizar o artesão, desenvolver o artesanato e a empresa artesanal, aproveitando as vocações regionais e a preservação das culturas locais e estimulando a

formação de uma mentalidade empreendedora e a capacitação de artesãos para o mercado competitivo, promovendo a profissionalização e a comercialização dos produtos artesanais brasileiros (Mdic, 2013).

O Programa do Artesanato Brasileiro (PAB) – coordenado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e executado em parceria com órgãos dos governos federal, estaduais e municipais, e com entidades representativas do segmento artesanal - tem como missão institucional fomentar e estimular a consolidação desse processo de transformação econômica, promovendo o desenvolvimento das comunidades e a valorização de produtos genuinamente nacionais (Brasil, 2012, p. 5).

Entre os eixos de atuação do PAB, destaca-se o desenvolvimento do Artesanato, que tem o objetivo de promover medidas para a melhoria da competitividade do produto artesanal e da capacidade empreendedora para maior inserção do artesanato brasileiro nos mercados nacionais e internacionais, e a promoção comercial, cujo foco é a identificação de espaços mercadológicos adequados à divulgação e comercialização dos produtos artesanais, a participação em feiras, mostras e eventos nacionais e internacionais, para facilitar a comercialização do produto artesanal (Mdic, 2013).

A finalidade do PAB é coordenar e desenvolver atividades que visem valorizar o artesão, desenvolver o artesanato e a empresa artesanal. Nesse sentido, são desenvolvidas ações voltadas à geração de oportunidades de trabalho e renda, o aproveitamento das vocações regionais, a preservação das culturas locais, a formação de uma mentalidade empreendedora e a capacitação de artesãos para o mercado competitivo, promovendo a profissionalização e a comercialização dos produtos artesanais brasileiros (Brasil, 2012, p. 9).

Além da iniciativa governamental para fomentar o artesanato brasileiro, o Sebrae criou o Programa Sebrae de Artesanato, que tem o objetivo de “Fomentar o artesanato de forma integrada, enquanto setor econômico sustentável que valoriza a identidade cultural das comunidades e promove a melhoria da qualidade de vida, ampliando a geração de renda e postos de trabalho” (Sebrae, 2004, p. 16). Assim, o resultado de todo o processo de produção artesanal pode ser disponibilizado ao mercado por meio de várias iniciativas, entre elas o comércio justo, tema da próxima seção deste artigo.

Comércio justo

O comércio justo consiste em “[...] um conjunto de práticas socioeconômicas alternativas ao comércio nacional e internacional convencionais, cujas regras são globalmente injustas e, em particular, para produtores familiares rurais” (Tibúrcio & Valente, 2007, pp. 499 – 500). Em complemento, vale destacar que, amparado pela Federação Internacional de Comércio Alternativo (IFTA – *International Federation of Alternative Trade*), que estabeleceu uma definição para o *Fair Trade* (comércio justo), em 2001, chegou-se ao seguinte consenso, descrito pelo Sebrae:

Comércio Justo é uma parceria comercial, baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional. Ele contribui para o desenvolvimento sustentável, por meio de melhores condições de troca e garantia dos direitos para produtores e trabalhadores marginalizados – principalmente do Sul (Sebrae, 2005, p. 13).

Pereira *et al* (2009) destacam que no Brasil não existe um mercado específico para o comércio justo, da forma apregoada pela Federação Internacional de Análises Técnicas (IFAT); apenas 10 grupos de produtores brasileiros são certificados pela FLO - *Fairtrade Labelling Organizations International* (Organização internacional de rotulagem do comércio

justo) e vários produtos são exportados sem o selo *Fair Trade* emitido pela FLO. Os autores destacam, também, que o comércio justo já foi percebido como uma forma de comercialização em oposição ao modelo capitalista vigente, porém, para que atinja seus objetivos, ainda há muito que se fazer, pois na esteira do desenvolvimento sustentável, a filosofia do comércio justo pauta suas relações pela ética, engajando lucro e responsabilidade social, passando a ser vista como uma evolução natural do sistema capitalista.

As práticas do comércio justo e solidário devem estabelecer relações entre produtores e consumidores baseadas na equidade, parceria, confiança e interesses compartilhados, perseguindo os seguintes objetivos: obter condições mais justas para grupos de produtores marginalizados, e fazer evoluir suas práticas e regras com apoio dos consumidores (Tibúrcio & Valente, 2007, p. 500).

Permeado por esta visão, o consumidor pode ter a certeza de que os produtos adquiridos por esta filosofia contribuem para que a distribuição da renda seja justa entre os produtores, ou seja, ter a certeza de que o produto não é fruto de trabalho injusto e nem mesmo de condições degradantes por parte do produtor; pelo contrário, a aquisição de um produto resultante do comércio justo contribui para que sejam proporcionados alguns benefícios que garantam melhores qualidades de vida para a parcela da população que se enquadra nesses preceitos.

Para Tibúrcio e Valente (2007, p. 506), nas práticas do comércio justo:

1. As aquisições devem ser diretas sem intermediários;
2. O preço final para o consumidor deve ser formado pelo preço do mercado de origem do produto, mais um prêmio pelo comércio justo;
3. O pagamento, se requerido pelo produtor, deve ser parcialmente antecipado;
4. Não devem existir monopólios de importação ou de venda para garantir livre acesso dos produtos;
5. É essencial a transparência dos preços;
- 6.

As relações com os produtores devem ser estáveis e de longa duração;- 7. As condições

de emprego dos assalariados na produção devem respeitar as normas da organização internacional do trabalho; 8. Não deve haver nenhuma discriminação entre homens e mulheres, nem trabalho infantil; 9. São essenciais: o respeito ao meio ambiente, a proteção dos direitos do homem, dos direitos das mulheres e das crianças, bem como o respeito aos métodos de produção tradicionais; 10. As relações comerciais devem respeitar o desenvolvimento endógeno e a manutenção da autonomia das populações locais.

Tibúrcio e Valente (2007, p. 515) destacam que “[...] o comércio justo surge como reação às injustiças sociais cometidas pelo comércio internacional aos produtores marginalizados do hemisfério sul”. Legitimando esse posicionamento, o Sebrae (2009) destaca que o comércio justo deve garantir dignidade e condições de um futuro melhor ao pequeno produtor na comercialização justa de seus produtos, sem a visão de ajuda humanitária assistencialista, de modo que não fique à mercê do poder econômico que domina as regras do livre mercado.

No que diz respeito ao funcionamento do comércio justo, percebe-se que ele se estrutura em torno dos seguintes atores do mercado internacional: importadores, licenciados e as *world shops* (rede de lojas), de modo que muitas vezes os importadores importam e distribuem os produtos para as redes de lojas ou mesmo mantêm suas próprias lojas ou *sites* de comercialização na internet. Os licenciados são empresas que têm o direito de usar o selo *Fair Trade* em seus produtos, apoia as lojas em suas ações de marketing e paga o importador, que, por sua vez, paga o produtor. A rede de lojas é aquela que dispõe os produtos provenientes do comércio justo, para que sejam comercializados juntos aos consumidores. São lojas especializadas e mais de 50% de sua receita provém da venda de artesanato. Entre suas incumbências está a organização de encontros e eventos que tratem sobre o comércio

justo. Vale destacar que, apesar de serem geridas como negócios, as *world shops* atuam como organizações sem fins lucrativos, cujo trabalho é realizado por voluntários (Sebrae, 2005).

Ante o exposto, percebe-se que as *world shops* agregam consumidores e vendedores responsáveis por reconhecer o valor cultural e simbólico dos produtos, ou seja, a garantia de que aquilo que se compra e se vende tem procedência quanto à produção via filosofia do comércio justo. Com isso, compreende-se que o comércio justo mostra-se como uma opção ou uma tendência em uma época diferenciada, em que os indivíduos conscientes podem refletir e fazer suas escolhas ao ponto de gerar diversos benefícios a produtores de toda parte do mundo.

Em relação ao gênero, as mulheres são a base do comércio justo: 80% das voluntárias nas lojas são mulheres, assim como uma boa parte dos produtores. Quase todas as organizações de comércio justo, tanto no Hemisfério Norte como no Hemisfério Sul, incluem em seus estatutos o respeito pelo papel da mulher e se comprometem a realizar atividades destinadas à formação delas. Estas organizações pretendem reconhecer o trabalho da mulher, oferecendo a elas um emprego seguro, melhorando a sua renda, acesso à tecnologia e ao crédito e participação na tomada de decisão (Artisans, 2012b).

A relação comércio justo *versus* mulheres vai além de questões ligadas ao gênero, pois, como se percebe, dentro da conjuntura da economia solidária, aspectos relacionados à identidade e cultura também se mostram relevantes. Nesse sentido, pode-se dizer que ele cria oportunidade aos produtores economicamente desfavorecidos, possibilita transparência e responsabilidade em todas as fases do processo, qualifica seus membros ao promover suas ações, remunera de forma justa, proporciona equidade de gênero, garante melhores condições de trabalho, elimina a exploração e o trabalho infantil, preocupa-se com o meio ambiente e garante o bem-estar social por meio dos relacionamentos comerciais.

Procedimentos Metodológicos

O objetivo deste trabalho foi descrever a sustentabilidade por meio do comércio justo da Cooperativa Artisans Brasil. Em relação ao delineamento metodológico, esta pesquisa se classifica como qualitativa, do tipo descritiva, realizada por meio de um estudo de caso. A pesquisa qualitativa consiste em investigações empíricas, cuja principal finalidade é o delineamento ou análise das características de determinados fatos (Lakatos & Marconi, 2001). Por ser descritiva, a pesquisa tem o propósito de descrever as características de determinados fenômenos, fundamentando-os com o maior número de detalhes possível (Gil, 2008) e proporcionando novas visões sobre uma realidade já conhecida. Severino (2007) destaca que a pesquisa descritiva pode assumir diversas formas, entre elas o estudo de caso, que, de acordo com Eisenhardt (1989), tem a finalidade de possibilitar a compreensão das dinâmicas presentes em uma determinada configuração, contribuindo com o alcance dos objetivos da pesquisa. Stake (1995) considera o caso um objeto de estudo e, portanto, a escolha do caso é parte importante da pesquisa.

Para a coleta de dados secundários, realizou-se pesquisas bibliográficas em livros, artigos científicos e publicações governamentais que dispõem sobre os assuntos abordados. Quanto aos dados primários, optou-se pela entrevista semiestruturada por ser uma metodologia bastante utilizada em pesquisas qualitativas e por ser um dos principais meios que o pesquisador tem à sua disposição para realizar a coleta de dados, tendo em vista que, por meio dela, é possível “[...] compreender os significados que os entrevistados atribuem às questões e situações relativas ao tema de interesse” (Godoy, 2006, p. 134).

No momento da primeira entrevista, foi solicitado ao entrevistado que mencionasse indivíduos com os quais a cooperativa mantém relações (técnica metodológica “*snowball*” – bola de neve) e assim sucessivamente, até que se conseguiu entrevistar todos aqueles que

atuam de maneira direta ou indireta nas atividades da cooperativa em questão, ao perceber a saturação dos nomes indicados durante as entrevistas. Ao todo, foram realizadas 13 entrevistas, entre junho e setembro de 2013, as quais foram gravadas e transcritas, para que posteriormente fosse possível realizar a análise de conteúdo amparada pelas definições constitutivas e operacionais estabelecidas anteriormente à fase de coleta dos dados, resultando em 6 horas, 42 minutos e 04 segundos de gravação; quando transcritas, totalizaram 46.564 palavras em 119 páginas digitadas no *software Microsoft Word*, em espaçamento 1,5 nas entrelinhas.

Os entrevistados foram: E1 – Coordenador do Projeto Seda Justa e Presidente do Instituto Vale da Seda; E2 – Presidente da Cooperativa; E3 – Vice-presidente da Cooperativa; E4 – Voluntária da loja de *Mulhouse* da rede *Artisans Du Monde*, na França e voluntária do Projeto Seda Justa, no Brasil; E5 – Extensionista Municipal da Sericicultura da EMATER e Gerente da Câmara Técnica da Sericicultura do Estado do Paraná; E6 – Vice-prefeito do Município de Nova Esperança na gestão 2009-2012; E7 – Presidente do Programa do Voluntariado Paranaense (PROVOPAR) e artesã da Cooperativa; E8 – Gerente de Relacionamentos do Banco do Brasil; E9 – Zootecnista e Proprietário da empresa O Casulo Feliz; E10 – Coordenador Estratégico da Incubadora Tecnológica da Universidade Estadual de Maringá; E11 – da Fiação de Seda Bratac S/A; E12 – Artesã da Cooperativa; e E13 – Voluntária da Cooperativa responsável pela loja virtual.

Após o processo de coleta e transcrição dos dados primários, encaminhou-se para a fase da análise. De acordo com Weber (2001), ao se falar em ciências sociais não se deve falar como as coisas deveriam ser, mas, de fato, como elas são. Partindo-se dessa premissa, realizou-se a análise de conteúdo a partir das teorias agrupadas em consonância com os dados coletados, no intuito de se alcançar o objetivo proposto.

A análise de conteúdo compreendeu as seguintes etapas: (a) pré-análise, que envolve a seleção do material e a definição dos procedimentos a serem seguidos; (b) exploração do material, que consiste na implementação dos procedimentos para análise, tais como contagem de palavras, levantamento ou construção de categorias e significado das unidades de análise; e, (c) tratamento dos dados e interpretação, que culmina na geração de interpretações sobre o texto como um todo (Martins, 2008).

Apresentação e Análise do Caso

Tendo em vista que o êxodo rural era um fator preocupante no ano de 1995, o governo do estado do Paraná, preocupado com esse cenário, desenvolveu o Programa de Melhoria da Qualidade de Vida do Trabalhador Rural, tendo no subprograma “Vilas Rurais” o intento de garantir melhor qualidade de vida aos boias-frias, fazendo com que eles retornassem à zona rural (Cavalcanti, 2001). No caso específico de Nova Esperança – PR, a prefeitura municipal doou uma área de terras de 900.000m² para a construção de 127 vilas rurais com área de 5.000 m², de maneira que fosse possível garantir moradia e renda aos boias-frias que se encontravam em condições de miserabilidade (Reis, 2008).

Na implantação do programa, Cavalcanti (2001) explica que a prefeitura de Nova Esperança contou com o apoio da Secretaria da Agricultura e do Abastecimento (SEAB), Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER), Companhia de Desenvolvimento Agropecuário do Paraná (CODAPAR), Instituto Agrônômico do Paraná (IAPAR), Secretaria do Planejamento e Coordenação Geral (SEPL), Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES) e a Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado do Paraná (FETAEP).

Após o início das atividades na Vila Rural Esperança e levando-se em consideração que Nova Esperança é conhecida como a Capital Nacional da Seda, Pádua (2002) propôs a

criação do bicho da seda, justificando ser uma alternativa de renda aos vileiros, bem como uma atividade que possibilita o desenvolvimento de outras culturas nas entressafras, levando-se em consideração a possibilidade de trabalhar com o bicho da seda seis vezes ao ano.

Pouco tempo depois, percebendo que os vileiros não conseguiam extrair da vila rural o necessário para a sobrevivência de sua família, o secretário de agricultura do município de Nova Esperança entrou em contato com a Incubadora Tecnológica da Universidade Estadual de Maringá solicitando o desenvolvimento de um projeto para incremento de renda aos moradores da Vila Rural. O Coordenador Estratégico da Incubadora Tecnológica entrou em contato com o empreendedor João Berdu Garcia Junior, que havia realizado um projeto considerado socialmente responsável para produção de cachecóis de seda no Assentamento Dorcelina Folador e no Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) de Araçongas – PR.

O projeto tinha a parceria com a fiação de seda Bratac S/A e com a fiação artesanal de seda O Casulo Feliz, bem como da rede francesa de lojas de comércio justo Artisans Du Monde. Neste projeto, os participantes enviam os casulos de bicho da seda de segunda qualidade à Bratac S/A, que faz o fio de seda e o encaminha para a empresa O Casulo Feliz, que faz o processo de tingimento com pigmentações naturais e encaminha à cooperativa para a produção dos cachecóis. Quanto aos casulos de primeira qualidade, esses são vendidos para a mesma empresa, que os utiliza para outras finalidades.

A proposta fez com que um item do programa Melhoria da Qualidade de Vida fosse recuperado: o incremento de renda por meio de produção de artesanatos. Assim, com a aceitação do empresário em desenvolver o projeto para a Vila Rural Esperança e no intuito de apoiar o adensamento da cadeia produtiva da seda no Paraná, entraram em contato com as empresas Bratac S/A, O Casulo Feliz e com a Voluntária da loja de *Mulhouse* da rede Artisans Du Monde da França, que aceitaram participar do projeto. Assim, o Coordenador

Estratégico da Incubadora Tecnológica e o empresário (Coordenador do Projeto Seda Justa e Presidente do Instituto Vale da Seda) propuseram a realização do projeto na Vila Rural Esperança, que foi aceito após a apresentação aos moradores, que criaram a Associação de Moradores da Vila Rural Esperança para dar início às atividades do projeto, denominado de “Projeto Seda Justa”.

Todos os envolvidos contribuíram para que o Projeto Seda Justa pudesse ser implantado e desenvolvido para atender as demandas de produtos artesanais provenientes do comércio justo para comercialização na França. A Prefeitura Municipal, a EMATER e o PROVOPAR participaram ativamente para que o projeto se tornasse um sucesso. As artesãs receberam capacitação do PROVOPAR para a confecção de cachecóis artesanais em seda; quando se chegou ao “produto piloto”, representantes da rede de lojas de comércio justo da França vieram ao Brasil para conhecerem as artesãs e atestarem que não existia trabalho infantil, que o produto seria desenvolvido por mulheres e que essas ficariam com a maior parte dos lucros.

Ao perceberem a seriedade do projeto pela análise do contexto social, político e cultural, a Associação de Moradores da Vila Rural Esperança foi credenciada e assim deu-se início ao processo de comercialização nas lojas de comércio justo da Rede Francesa Artisans Du Monde (constituída por mais de 150 lojas que praticam a filosofia do comércio justo) com a remessa de 108 cachecóis para as lojas da rede nas cidades de Mulhouse, Romans, Nice e Foix.

Ainda no formato de associação de moradores, o envio dos produtos artesanais acontecia pelos Correios, por meio de remessas na modalidade “Exporta Fácil”, em nome do presidente da Associação de Moradores da Vila Rural Esperança. O envio do pagamento era realizado após o recebimento dos produtos na França, encaminhado por depósito bancário (Banco do Brasil – parceiro do Projeto) e só depois o dinheiro era dividido entre as artesãs e seus

parceiros. Cabe aqui apresentar a planilha para a distribuição da renda gerada pelo comércio justo, que garante a sustentabilidade do projeto, conforme demonstrado a seguir.

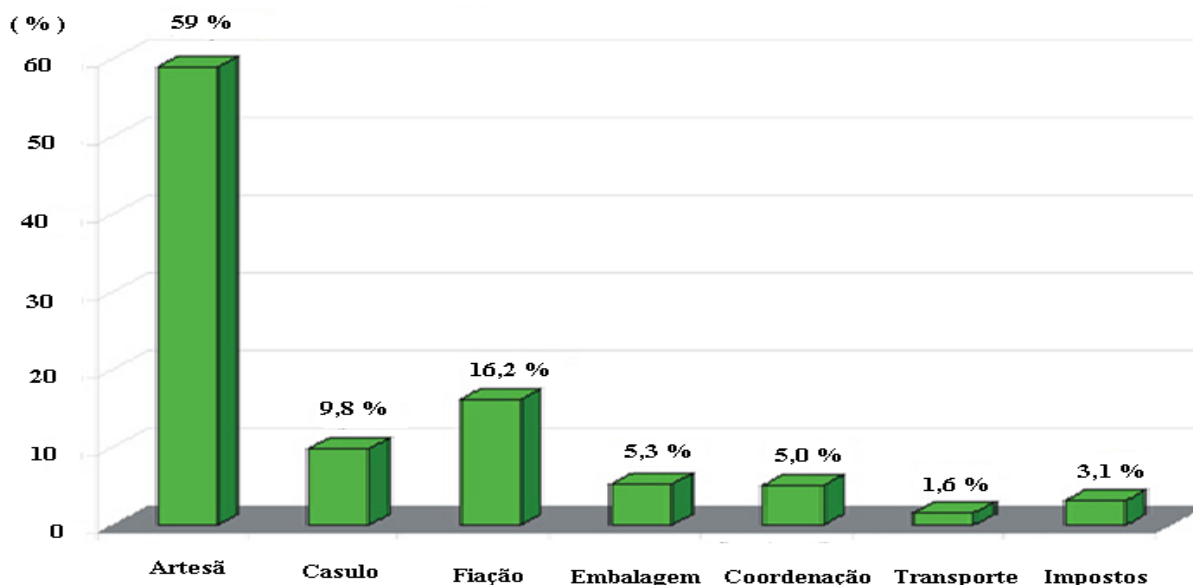


Figura 1: Distribuição da receita bruta proveniente da exportação

Fonte: Artisans Brasil (2012a)

O conhecimento da planilha por parte dos participantes do projeto demonstra a preocupação de todos em garantir a sustentabilidade do projeto e da Associação dos Moradores da Vila Rural; porém, um dos entraves no desenvolvimento do Projeto Seda Justa foi à falta de recursos, pois com a continuidade da comercialização na França, a rede Artisans Du Monde necessitava que a Associação de Moradores da Vila Rural fosse alterada para Cooperativa de Produtores. Assim, E1 e E10 perceberam em um edital da Secretaria de Ciência e Tecnologia do Paraná a possibilidade de angariar recursos para o projeto, de modo que, em 2009, com o apoio da Incubadora Tecnológica da Universidade Estadual de Maringá e do Programa Universidade sem Fronteiras, consolidou-se a Cooperativa de Produtores de Artesanato em Seda Ltda. (COPRASEDA), que ficou conhecida como “Cooperativa Artisans Brasil”.

Neste novo formato – com estatuto próprio – o projeto foi alterado, garantindo todas as características anteriores; porém, a participação não fica restrita às mulheres da Vila Rural, mas é aberta a outras mulheres que residem nas 14 comunidades da zona rural de Nova Esperança. Nesta alteração, o Projeto Seda Justa passou a ser chamado de Projeto Vale da Seda.

Com a sustentabilidade da Cooperativa Artisans Brasil, o Projeto Vale da Seda prevê a criação de outras cooperativas nos municípios da AMUSEP, pois o Projeto Vale da Seda estabelece identidade geográfica de procedência aos artigos produzidos na região da bacia dos Rios Pirapó e Rio Bandeirantes, que compreende uma delimitação geográfica de 30 municípios da região da Associação dos Municípios do Setentrião Paranaense (AMUSEP), que produz a maior quantidade de casulos de bicho da seda em todo o Ocidente. Esta iniciativa propõe a produção de fios de seda de primeira qualidade para fomentar a produção artesanal e o desenvolvimento conjunto de produtos, a capacitação para produção e comercialização de artigos de seda, o estabelecimento de identidade de marca, embalagem e publicidade e a realização de ações de marketing e comercialização (Garcia Junior & Machado, 2009).

Bonilha e Sachuk (2012) destacam que o selo de certificação só seria possível com a alteração do formato de associação para cooperativa, tendo em vista o fato de este ser dispendioso e pago anualmente. O pagamento pela rede francesa deveria ser efetuado em uma conta de pessoa jurídica, pois se entende que associações não podem desenvolver ações comerciais. Fatos como esses impulsionaram a formalização das artesãs na COPRASEDA.

A utilização de uma marca com indicação de procedência favorece a receptividade dos produtos oriundos da região do Vale da Seda no mercado externo, pois atesta o desenvolvimento dos produtos por meio da filosofia do comércio justo e, no âmbito nacional, favorece aos participantes do projeto o benefício do alto potencial de agregação de valor

oferecida pela seda, que tem o potencial de transformar a região da AMUSEP em um destino turístico e de compras, em função da cadeia produtiva da seda, despertando o interesse de vários empreendedores e clientes de todo o mundo. Pereira *et al* (2009, p. 60) ressaltam que a cidade de “Nova Esperança está situada no coração do Vale da Seda e é a região que mais produz casulos de bicho da seda em todo o Brasil e por consequência, no Ocidente, e é [...] conhecida como a capital da Seda”. Embora tenha essa denominação, antes da existência da Artisans Brasil, Nova Esperança não produzia nenhum produto derivado da Seda.

Na constituição da Cooperativa Artisans Brasil, a equipe tecnológica da UEM desenvolveu um portal na Internet – construído em seis idiomas (inglês, italiano, alemão, espanhol, francês e português) – para propiciar maior acessibilidade dos internautas e clientes de qualquer parte do mundo, bem como para facilitar o acesso aos produtos oferecidos pelo portal: <<http://www.artisansbrasil.com.br>>. Além disso, o Banco do Brasil ofereceu à Cooperativa um espaço para a oferta dos produtos na Loja da Sustentabilidade, onde os clientes do banco podem trocar seus pontos do programa de relacionamento por produtos artesanais da Cooperativa.

O destaque internacional chamou a atenção da mídia local e internacional, pois, ao aproveitar uma oportunidade, a Cooperativa estimulou a produção do bicho da seda e o incremento de renda às suas cooperadas. A divulgação da mídia fez com que a Cooperativa ficasse conhecida, pois ela participou da Feira de *Fa’la Cosa Giusta* em Milão, na Itália.

Com a crise financeira que se instaurou na Europa, a Cooperativa teve dificuldades para continuar com as exportações, pois os consumidores do comércio justo estavam mais contidos em suas compras, fazendo com que as demandas por produtos ficassem reduzidas. Diante desta nova realidade, a rede Artisans Du Monde freou as importações, fazendo com que a Cooperativa ficasse em uma situação difícil, frustrando algumas artesãs. Diante das

contingências, a Cooperativa percebeu que necessitaria se voltar ao mercado brasileiro para garantir a continuidade das produções artesanais até que a crise europeia fosse resolvida.

Com a alteração das estratégias de atuação, ao se voltar para atender o mercado nacional, a Cooperativa seguiu a linha do Desenvolvimento Regional Sustentável (DRS), tendo em vista que a filosofia e as práticas do comércio justo não fazem parte do cotidiano brasileiro. Assim, para ganhar visibilidade, a Cooperativa participou da Feira Nacional da Agricultura Familiar em Brasília e no Rio de Janeiro, da Feira Mãos & Arte. No entanto, a iniciativa que estimulou o DRS fez com que a Artisans Brasil vencesse o 2º prêmio Fecomércio de Sustentabilidade, na categoria de microempresa, oferecida pela Federação do Comércio, Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomércio) e Fundação Dom Cabral (FDC), garantindo aumento na produção, ampliação da linha de produtos, maior faturamento e consolidação da marca no mercado (Fecomércio, 2012).

Diante dessa nova realidade, o *website*, que era utilizado somente para demonstração da Cooperativa e dos produtos artesanais confeccionados, foi reformulado, transformando-se em uma loja virtual. Além disso, a Cooperativa inscreveu-se no projeto “Talentos do Brasil Rural”, do Sebrae do Rio Grande do Sul, o que, ao ser selecionada, garantiu o direito de a Artisans Brasil se fazer presente para comercializar seus produtos nas 12 cidades-sede onde aconteceram os jogos da Copa do Mundo de 2014, fazendo com que a produção artesanal de cachecóis de seda fosse ampliada e, como consequência, gerasse maior renda às artesãs.

Outro projeto pelo qual a Cooperativa foi selecionada é “Identidade, trabalho e arte: as artesãs do Vale da Seda”, que prevê a arrecadação de recursos amparado pela Lei *Rouanet*, artigo 18, pela qual a União faculta às pessoas físicas ou jurídicas a aplicação de uma parcela do Imposto de Renda a título de doação ou patrocínio a projetos culturais (Brasil, 2013). A partir deste projeto, produziu-se um documentário sobre a Cooperativa e alguns artistas plásticos paranaenses produziram obras de arte com matérias-primas oriundas da seda, que

são utilizados para divulgação dos trabalhos artesanais realizados pela Cooperativa em treinamentos e oficinas nas escolas do ensino fundamental e médio de Nova Esperança. Todo trabalho realizado tem o intento de valorizar o trabalho das artesãs como forma de expressão cultural e de fortalecer o vínculo com aspectos sociais, culturais e artísticos das crianças e jovens, enfatizando que os produtos da Cooperativa são produzidos de forma ambientalmente responsável e comercializados de maneira socialmente justa.

Conclusão

Ao se findar esta pesquisa, pode-se destacar que a Cooperativa Artisans Brasil atende aos pressupostos do Ica (2013), pois seus participantes baseiam-se nos valores de autoajuda, autorresponsabilidade, democracia, igualdade, equidade e solidariedade. Em relação à sua constituição e competitividade, a adesão ao comércio justo na França fez com que houvesse maior eficiência na produção, tendo em vista que o lucro obtido por meio da produção artesanal de cachecóis fez com que as artesãs desenvolvessem maior motivação em função do reconhecimento local e internacional obtido por meio do projeto.

O compromisso com a cooperação pôde ser visto como uma resposta à situação econômica em que as artesãs se encontravam, fato visível por meio da mudança social que elas tiveram com que elas se sentissem inseridas socialmente e valorizadas pelo trabalho realizado. Essa percepção vai ao encontro do posicionamento de Flores-Crespo (2000), que destaca que a forma de vida passa a ser aprendida, compartilhada e transmitida aos demais membros.

Levando-se em consideração que o artesão é uma das expressões culturais mais valiosas, que representa a cultura e a criatividade peculiar de uma determinada região, é uma atividade que também contribui para com a reafirmação da autoestima de seus realizadores, além de refletir no aspecto econômico, favorecendo a inclusão social ao possibilitar trabalho

e renda às pessoas menos favorecidas. Assim, pode-se concordar com o Sebrae (2004), ao afirmar que o artesanato é a contrapartida à massificação ao promover o resgate cultural e a valorização de identidades regionais por meio de produtos com grande valor simbólico.

A organização da Cooperativa para atuar no nicho de mercado do comércio justo na França e, posteriormente, a adesão à linha do desenvolvimento regional sustentável no Brasil, fez com que todas as entidades e organizações envolvidas no projeto articulassem estratégias para garantir sustentabilidade à cooperativa em questão. Este fato pôde ser observado nas manobras realizadas para alocar os produtos de artesanato em seda na rede Artisans Du Monde e nas estratégias para a atuação da Cooperativa Artisans Brasil no mercado nacional, quando as contingências do mercado externo impediram a continuidade das relações de negócio que mantinha com a França. Com isso, o apoio do Banco do Brasil e os editais governamentais favoreceram o desenvolvimento de estratégias emergentes para a alteração do foco de atuação.

A participação em feiras, o prêmio recebido pela Fecomércio e a seleção de dois projetos no Programa Talentos do Brasil Rural contribuíram para que a Cooperativa pudesse se destacar no cenário brasileiro, pois a oportunidade de comercializar produtos artesanais genuinamente brasileiros nas doze cidades-sede onde aconteceram os jogos da Copa do Mundo de 2014 pode ser vista como algo ímpar na história de Artisans Brasil. Além disso, o Projeto Identidade, Trabalho e Arte: as artesãs do Vale da Seda possibilitará à cooperativa maior participação de mercado por meio de atividades artísticas e culturais realizadas com recursos de doação de pessoas físicas e jurídicas que doam parte de seu imposto de renda à cooperativa, amparadas pela Lei *Rouanet*.

Todas essas formas de atuação contribuem para a gestão sustentável da Cooperativa Artisans Brasil, pois todas as parcerias são estruturadas no sentido de garantir que a mesma filosofia do comércio justo seja aplicada por meio do eixo do desenvolvimento regional

sustentável, prezando pela ética, engajando lucro e responsabilidade social por meio do Projeto Vale da Seda.

Pode-se dizer que o objetivo desta pesquisa foi alcançado, pois, ao se analisar a sustentabilidade por meio do comércio justo da Cooperativa Artisans Brasil, percebeu-se que esta cooperativa foi constituída para atender as necessidade das mulheres que se encontravam economicamente desfavorecidas, de modo que possibilita a transparência e responsabilidade em todas as fases do processo, qualifica e remunera de maneira justa, proporciona equidade de gênero, garante melhores condições de trabalho, elimina a exploração e o trabalho infantil, preocupa-se com o meio ambiente e garante o bem estar social por meio dos relacionamentos comerciais. O conjunto de todos esses atributos permite que a Cooperativa Artisans Brasil tenha sustentabilidade em suas atividades.

Por fim, percebeu-se que o sucesso da Artisans Brasil serve de exemplo para que os outros 29 municípios da região AMUSEP queiram replicar o modelo de desenvolvimento sustentável e que poderá chegar o momento de se constituir uma rede de cooperativas com o propósito de desenvolvimento local, emprego, renda e participação no mercado. O reconhecimento da cooperativa no âmbito nacional foi uma consequência do prestígio internacional, fazendo com que a cooperativa ganhasse prestígio e reputação tanto dentro quanto fora do país, ou seja, tanto pela exploração do comércio justo quanto do desenvolvimento regional sustentável, principalmente por produzir artesanato de maneira ambientalmente responsável e comercializar de maneira socialmente justa, garantindo a sustentabilidade por meio do comércio justo em sua atuação.

Referências

Araújo, G. F. De. (2007). A liberalização do comércio e a OMC no contexto do

desenvolvimento sustentável. In J. F. de Oliveira (org.). *Administração no contexto internacional: cenários e desafios*. São Paulo: Saraiva.

Artisans Brasil. (2012a). Disponível em: <<http://www.artisansbrasil.com.br>> Acesso em: 06 ago. 2012.

_____. *Comércio justo*. (2012b) Disponível em:

<<http://www.artisansbrasil.com.br/site/interna.php?id=2>> Acesso em 12 out 2012.

Barros, R. de F. *Desenvolvimento Regional Sustentável: A experiência do Banco do Brasil*. 2007. Dissertação (Mestrado em Gestão Social e Trabalho) - Universidade de Brasília, Distrito Federal, Brasília.

Bonilha, M; Sachuk, M. I. (2012). *Tecnologia Social e Políticas Públicas: O caso do Projeto Seda Justa da Comunidade Vila Rural Esperança*. Espacios. v. 33, n. 4, p. 47.

Disponível em: <<http://www.revistaespacios.com/a12v33n01/123301202.html>>

Acesso em 23 jul. 2012.

Brasil. *Base Conceitual do Artesanato Brasileiro*. (2012). Programa do Artesanato Brasileiro. Brasília, 2012. Disponível em:

<http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1347644592.pdf> Acesso em 20 out 2012.

_____. *Lei Rouanet n. 831/91, art. 18*. (2013). Disponível em:

<<http://www.jusbrasil.com.br/topicos/11501710/artigo-18-da-lei-n-8313-de-23-de-dezembro-de-1991>> Acesso em 30 out 2013.

Canedo, D. (2009). “Cultura é o quê?” Reflexões sobre o conceito de cultura e a atuação dos poderes públicos. In V Enecult – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, Faculdade de Comunicação, UFBA. *Anais...* Salvador- Bahia: ENECULT.

Cavalcante, A. L. B. L.; Fialho, F. A; Rover, A. J. (2011). *A produção artesanal no Paraná e*

o governo Eletrônico. Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico (ISSN 2175-9391), n° 4, p. 68-79.

Cavalcanti, A.de S. (2001). *Vilas Rurais do Paraná: forma de assentamento em busca de um teto e de uma propriedade*. Akropolis, Umuarama, v. 9, n. 4, out/dez.

Eisenhardt, K.M. (1989). *Building theories from case study research*. Academy of Management Review. v. 14, n. 4, p. 532-550.

Fecomércio. (2012). *Prêmio Fecomércio amplia negócios do projeto Artisans Brasil*.

Disponível em:

<<http://www.fecomercio.com.br/email/sustentabilidade/newsletter23.html>>. Acesso em 27 nov. 2012.

Fernandes, K. C. C, Xavier, K. D, & Figueiredo, R. S. (2012). *O processo de internacionalização da Cooperativa Agroindustrial dos Produtores Rurais do Sudoeste Goiano e o Desenvolvimento do Município de Rio Verde*. Conjuntura Econômica Goiana, n. 23, dez/2012.

Flores-Crespo, P. (2000). *Análisis de la relación entre cooperativas, cultura y desarrollo local: los casos de España, India y Bangladesh*. Revista Contaduría y Administración, n. 199, octubre-diciembre.

Garcia Junior, J. B., & Machado, H. V. (2009). *Capital social, Comércio Justo e Artesanato: um estudo de caso*. In II Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. SEGeT'.

Disponível em: <[http://www.aedb.br/seget/artigos05/250_Capital%20](http://www.aedb.br/seget/artigos05/250_Capital%20Social,%20Artesanato%20e%20Comercio%20Justo.pdf)

[Social,%20Artesanato%20e%20Comercio%20Justo.pdf](http://www.aedb.br/seget/artigos05/250_Capital%20Social,%20Artesanato%20e%20Comercio%20Justo.pdf)> Acesso em 15 jun. 2012.

Gil, A. C. (2008). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Atlas.

Godoy, A. S. *Estudo de caso qualitativo*. (2006). p. 116-146. In Silva, Anielson Barbosa;

- Godoi, Christiane Kleinübing; Bandeira-De-Mello, Rodrigo; [org.] Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos. São Paulo: Saraiva.
- Ica – International Co-operative Alliance. (2013). *Co-operative identity, values & principles*. Disponível na internet: <<http://ica.coop/en/what-co-op/co-operative--values-principles>> Acesso em: 20 fev. 2013.
- Lakatos, E. M., & Marconi, M. A. (2001). *Metodologia do Trabalho Científico*. São Paulo: Atlas.
- Lima, J. C. (2004). O trabalho auto gestor em cooperativas de produção: o paradigma revisitado. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v.19, n.56, out/2004.
- Martins, G. de A. (2008). *Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa* (2 ed.). São Paulo: Atlas.
- Mdic – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. (2013). *Programa do Artesanato Brasileiro – PAB*. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=4&menu=2046>> Acesso em: 10 jan. 2013.
- Ocepar. Federação e Organização das Cooperativas do Estado do Paraná. (2012). *Cooperativas do Paraná*. Curitiba: OCEPAR.
- Pádua, O. da S. *Bicho da Seda na Vila Rural*. (2012). Emater: Unidade de Nova Esperança, 2002. Disponível em: <http://www.agricultura.pr.gov.br/arquivos/File/complexo_da_seda/bicho_da_seda_rural.pdf> Acesso em: 13 jun. 2012.
- Paraná. (2013). *Secretaria da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior: Universidade sem fronteiras*. Disponível em: <<http://www.seti.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=44>> Acesso em 20 jan. 2013.

- Pereira, M. F., Galeti, N. A., Uchida, K., & Garcia, J. B. (2009). Criação de sustentabilidade via princípios de comércio justo: o caso Artisans Brasil. *A Economia em Revista*, v. 2, n. 2, dez/2009.
- Queiroz, C. A. R. S. de. (1998). *Manual da sociedade cooperativa de serviços e trabalho* (7 ed.). São Paulo: STS.
- Reis, I. O. dos. (2008). Projeto Vilas Rurais. In L. M. Fujiwara, N. L.N. Alessio, & M. F. Santos. (orgs.). 2008. *20 Experiências de Gestão Pública e Cidadania*. São Paulo: Programa Gestão Pública e Cidadania/FGV/EAESP. Disponível em: <<http://www.eaesp.fgvsp.br/subportais/ceapg/Acervo%20Virtual/Cadernos/Experi%C3%AAsncias/1997/14%20-%20vilas.pdf>> Acesso em 10 jun. 2012.
- Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2004). *Programa Sebrae de Artesanato*. Disponível em:<[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/83B80234261B3CD683257249004FEBEF/\\$File/NT00034A92.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/83B80234261B3CD683257249004FEBEF/$File/NT00034A92.pdf)>. Acesso em 28 jan. 2013.
- _____. (2005). *Termo de referência Sebrae para o comércio justo*. Série Documentos Brasília: Sebrae Nacional.
- _____. (2009). *Cooperativa: série empreendimentos coletivos*. Brasília: Sebrae Nacional.
- Severino, A. J. (2007). *Metodologia do trabalho científico* (23 ed.). São Paulo: Cortez.
- Souza, L. P. de. (2009). Cooperativismo: conceitos e desafios à implantação da economia solidária. *Vitrine da Conjuntura*. Curitiba: FAE, v. 2, n. 2, abr.
- Stake, R. 1995. *The art of case study research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Tibúrcio, 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). *RER – Revista de Economia e Sociologia Rural*. Rio de Janeiro, v. 45, n. 2, p. 497-519, abr/jun.

Vale da Seda. (2012). Disponível em: <<http://www.valedaseda.org.br>> Acesso em: 06 ago.

Wcc – WORLD CRAFTS COUNCIL. (2013). *Handicraft*. Disponível em:

<<http://www.worldcraftscouncil.org/>> Acesso em: 12 jan. 2013.

Weber, M. (2001). A “objetividade” do conhecimento na ciência social e na ciência política

– 1904 (p. 107 – 154). In _____. *Metodologia das ciências sociais*. São Paulo:

Cortez.