



Rua de São Nicolau 105  
1100-548 Lisboa  
Tel. 21 325 6300



Calçadinha da Horta 19  
2800-564 Pragal – Almada  
Tel. 21 272 0641



**anauá**  
a outra margem do comércio justo

*Anauá: a outra margem do Comércio Justo*



Apoio:  **IPAD**  
Instituto Português  
de Apoio ao Desenvolvimento

## Introdução

“O Comércio Justo é um movimento social que, através de uma prática comercial, um trabalho de sensibilização e mobilização, aspira transformar os actuais modelos de relações económicas e participar na construção de alternativas. Como tal, reflecte a diversidade existente na sociedade e tem muitas definições e interpretações, dependendo das organizações envolvidas.”

(Rede Espaço por um Comércio Justo)

Os jovens adultos são talvez um dos grupos mais críticos da economia global. Incentivados pelo contexto económico contemporâneo para formas de consumo excessivo não encontram espaços de reflexão que lhes propiciem a possibilidade de um olhar crítico para a sociedade de que são actores chave. O Instituto Marquês de Valle Flôr (IMVF) e a Cooperativa Mó de Vida pretendem com o presente projecto contribuir para a consciencialização dos cidadãos para as assimetrias Norte/Sul e para a possibilidade de, alterando comportamentos no que à escolha de produtos alimentares se refere, fomentar a soberania alimentar tanto no Sul como no Norte.

Partindo desta perspectiva, o comércio internacional é considerado como um complemento do comércio local e não como um motor de desenvolvimento. O Comércio Justo (CJ) pretende modificar as relações comerciais internacionais injustas, que penalizam em especial os produtores da África, Ásia e América Latina, onde grande parte da população vive da agricultura. Procura também estabelecer relações directas e sustentáveis entre os consumidores dos países mais ricos e os produtores dos países em desenvolvimento. Assim, o CJ é uma parceria que visa o desenvolvimento sustentado tanto dos países em vias de desenvolvimento como de todo o globo ao defender valores éticos, sociais e ecológicos desde a produção até ao consumo.

O “comércio justo”, entendido como um movimento social e não meramente como uma acção comercial centra-se ainda nas seguintes noções chave: preço justo (para todos, procurando distribuir equitativamente os esforços e os

*Anauá: a outra margem do Comércio Justo*

2



Apoio:

benefícios entre os participantes); relações económicas estáveis (permitindo fugir de intermediários que pagam ao mais baixo preço) e pré-financiamento quando necessário (investir na produção e aguardar até à colheita seguinte sem endividamento).

De acordo com o relatório da FINE 2005<sup>1</sup>, citado pelo Parlamento Europeu, as vendas do Comércio Justo na Europa têm crescido cerca de 20% ano, desde 2000. Os consumidores europeus parecem interessados em adquirir produtos fabricados e comercializados sobre condições justas. Em 2005, o total das vendas foi, aproximadamente, de 660 milhões de euros.

O Comércio Justo é hoje um movimento global e foi pioneiro na consciencialização dos consumidores Europeus sobre o desenvolvimento dos países e das condições sociais, económicas e ambientais de produção.

O presente projecto, “Anauá: a outra margem do Comércio Justo”, visa informar e consciencializar a população do concelho de Almada para a existência de um sistema socioeconómico alternativo, onde o comércio pode ser, também ele, um instrumento ao serviço do desenvolvimento humano e sustentável.

## Contexto

A noção de “desenvolvimento económico” entrou claramente nas conversas quotidianas. Ouvimo-la frequentemente nos noticiários televisivos, usamo-la para justificar determinado avanço científico ou tecnológico, invocamos a sua falta para justificar resultados menos positivos ao nível da qualidade do ensino nas nossas instituições. Equacionamo-la contudo, quase sempre, com o produto interno bruto. Menos frequente tem sido questionarmo-nos sobre o que

---

<sup>1</sup> \* A FINE é constituída pela FLO - Fairtrade Labelling Organizations International, o IFAT - International Fair Trade Association, a NEWS! - Network of European Worldshops e a EFTA - European Fair Trade Association. Dados retirados do último relatório “Facts and Figures on Fair Trade in 25 European countries - 2005”.



queremos realmente dizer quando falamos de desenvolvimento económico. Se o fizermos talvez não seja difícil encontrarmos nos textos de alguns conceituados economistas interpretações alternativas. Amartya Sen, prémio Nobel da Economia em 1998, oferece-nos precisamente uma outra proposta – a de considerarmos o desenvolvimento económico como o fomentar da liberdade humana, a liberdade de desfrutarmos de uma boa qualidade de vida. (cf. Amartya Sen, “Ética de la empresa y desarrollo económico”, 2003).

Sabemos contudo que muitos dos produtores do café, do chá, do chocolate e de outros produtos que todos os dias consumimos não desfrutam, de todo, de condições de vida que poderíamos designar como minimamente aceitáveis. As questões que se colocaram, há mais de quarenta anos, aos fundadores do movimento “Comércio Justo” parecem manter-se: Como permitir a melhoria das condições de vida dos produtores do Sul? Como promover uma maior equidade no comércio? Como fomentar o direito de cada povo, nação ou grupo de nações, (no Sul mas também no Norte) a controlar a produção dos seus próprios alimentos? Como promover uma sociedade mais justa e mais sustentável? A noção de soberania alimentar excede em muito a questão da justiça social entroncando claramente em questões que se prendem com o aquecimento global e a preservação da biodiversidade. Este é também um dos aspectos que com o presente projecto o IMVF e a Mó de Vida pretendem ver discutido pela sociedade civil.

## Objectivos

O projecto Anauá – a outra margem do comércio justo pretende incentivar os consumidores a privilegiarem produtos com determinada qualidade gustativa mas também social e ambiental. Para tal, serão dinamizadas actividades que contam com a participação da sociedade civil, de líderes de opinião e muito em especial dos meios de comunicação social.

*Anauá: a outra margem do Comércio Justo*

4



Na área metropolitana de Lisboa foi escolhido o Município de Almada por ser uma zona em pleno crescimento e em que o Comércio Justo é já uma prática conhecida e desenvolvida pela Organização Mó de Vida. Almada tem uma população de 151.783 habitantes dos quais aproximadamente 40% têm menos de 35 anos e apenas 7% ultrapassa a fasquia dos 75 anos.

**O Instituto Marquês de Valle Flôr e a Mó de Vida acreditam que um comércio global baseado em princípios éticos, sociais e ecológicos só será possível através da consciencialização dos cidadãos para a necessidade de uma mudança de comportamentos no que ao consumo se refere. Assim sendo, pretendem com o presente projecto:**

- a) salientar a importância da compra de produtos que dignifiquem o trabalho dos seus produtores, permitindo-lhes uma melhoria da sua qualidade de vida e das suas comunidades.
- b) levar os cidadãos em geral - e os líderes de opinião em particular - a reflectir sobre as assimetrias entre o Sul e o Norte, bem como os seus impactos.
- c) levar os cidadãos em geral - e os líderes de opinião em particular - a reflectir sobre a possibilidade de fortalecer os mercados internos e locais, no Sul e no Norte, promovendo a existência de circuitos de comercialização curtos e assim, a sustentabilidade ambiental e a qualidade alimentar.
- d) demonstrar que o comércio pode ser, também ele, um instrumento ao serviço do desenvolvimento sustentável.

## **Programa**

Para além da informação a disponibilizar nas páginas digitais das diferentes instituições envolvidas serão entregues aos grupos-alvo ferramentas que lhes possibilitem uma nova visão acerca das questões subjacentes ao Comércio Justo e à Economia Social e Solidária. Ao longo de 18 meses, o IMVF e a Mó de

*Anauá: a outra margem do Comércio Justo*

5



Vida desenvolverão todo um conjunto de actividades que passamos a apresentar de forma sucinta:

### ***Ciclo de workshops para Jornalistas***

Porque os jornalistas são veículos privilegiados para a formação da opinião pública, estes workshops pretendem reunir cerca de 15 profissionais de órgãos de comunicação social locais e regionais. Irão realizar-se 4 workshops ao longo do projecto e será distribuído a cada participante um *background information kit* composto por informação geral sobre o projecto, a temática, fichas pedagógicas e exemplos de material pedagógico.

### ***Encontros com Proprietários de Restauração***

Serão promovidas reuniões e encontros com profissionais de restauração no sentido de facilitar-lhes o acesso a produtos do comércio justo e da economia social e solidária, salientado a relevância do seu trabalho enquanto líderes de opinião junto dos seus clientes, para uma mudança de comportamentos no sentido de um consumo mais justo.

### ***Palestras em escolas básicas e secundárias de Almada***

Esta actividade é dirigida a professores e estudantes do ensino básico e secundário. Com a visita a 10 estabelecimentos de ensino pretende-se criar um espaço de reflexão e a mudança de comportamentos, se assim desejarem com a introdução de produtos do Comércio Justo nos bares e cantinas das escolas. Será ainda seleccionado, entre os Clubes de Teatro das Escolas, o clube que ensaiará a Peça de Teatro Justa a apresentar à população do concelho na Quinzena do Comércio Justo em Almada.

### ***Edição de um vídeo***

Para informar a população de Almada dando a conhecer uma realidade pouco divulgada em Portugal, será realizado e editado um filme em DVD (documentário) ilustrativo do trabalho de produtores do Sul, inseridos no circuito do Comércio Justo. A sua concretização conta com a parceria da ONG brasileira “Cinema Nosso”, que trabalha essencialmente com o audiovisual numa vertente pedagógica e de formação profissional.

### ***Edição de Fichas de Culinária Justas***

Para os habitantes do concelho será editada uma colecção de fichas de culinária onde as receitas são unicamente confeccionadas com produtos de

*Anauá: a outra margem do Comércio Justo*

6



Comércio Justo e da Economia Social e Solidária, de forma a tornar uma necessidade básica numa actividade criativa e de cooperação. O objectivo é mobilizar a população do concelho de Almada para a adopção de comportamentos quotidianos de consumo responsável, com o enfoque na Soberania Alimentar.

### ***Campanha “ À Mesa com o Comércio Justo”***

A realização da campanha envolve a concepção criativa de um logótipo para a “Quinzena do Comércio Justo”, bem como a realização de um cartaz para colocar em mupis nas ruas de Almada; um programa de publicidade institucional impressa; chamadas de atenção na agenda cultural de Almada e outros meios de comunicação bem como a impressão de 500 cartazes e 2000 postais para distribuição gratuita. Esta campanha será levada a cabo por uma equipa especializada de comunicação e concepção gráfica supervisionada pela equipa técnica.

### ***“Quinzena do Comércio Justo” em Almada***

Serão privilegiadas nesta Quinzena as actividades lúdico-pedagógicas sobre o tema da alimentação, a qual decorrerá em Maio, de forma a coincidir com a comemoração do Dia Internacional do Comércio Justo. Ao longo da “Quinzena do Comércio Justo” realizar-se-ão as seguintes actividades: um piquenique solidário, uma “Peça de Teatro Justa”, uma “Gincana Justa”, um “Mural Justo”, um circuito gastronómico, um encontro subordinado ao título “Conversas sobre o Consumo Responsável” e um ciclo de documentários temáticos em parceria com o Festival Cine’Eco, de Seia.

## **Projecto Justo**

O IMVF e a Mó de Vida ao desenvolverem o projecto “Anauá” pretendem contribuir para a adopção de atitudes e comportamentos que favoreçam uma partilha mais equitativa de recursos, que valorizem o integral respeito pelos direitos humanos e o potenciar de acções que conduzam a uma melhor qualidade de vida no Norte e no Sul. Visa o respeito pelas características específicas de cada região e de cada povo, uma alimentação mais saudável e o cuidado com o meio ambiente - para que palavras como “anauá”, línguas como

*Anauá: a outra margem do Comércio Justo*

7



o Tupi, povos como os Tupinambá, e tantas e tantas árvores de flores se não extingam todos os dias, num atentado claro contra a humanidade e a biodiversidade.

*Anauá: a outra margem do Comércio Justo*

