

# Um selo que pode mu

Iniciativa do governo quer tornar mais justa a relação entre artesãos e re

**Camila Nobrega**

camila.nobrega@oglobo.com.br

Foi no caminho para a entrega de uma encomenda em Ipanema, na Zona Sul do Rio de Janeiro, que a costureira Maria Luiza Mesquita viu pela primeira vez um vestido bordado por ela e as companheiras da associação Devas, da comunidade da Maré, exposto numa das badaladas vitrines do bairro. Curiosa, ela se aproximou, viu uma cliente experimentando a peça e, em seguida, perguntando o preço. Veio o susto. O vestido que o grupo havia vendido para a loja por R\$ 49 ganhou ali um valor dez vezes maior, de R\$ 490, com a justificativa de que beneficiava costureiras. Meses depois e algumas outras histórias parecidas, as mulheres da Maré decidiram suspender todas as vendas para grifes cariocas. Desde então, elas buscam forças para divulgar os conceitos de comércio justo e economia solidária, ainda incipientes no país.

A principal esperança está num decreto assinado pelo ex-presidente Lula, em novembro de 2010, criando um Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário.

Quase no apagar das luzes do mandato, ele assinou o decreto que era esperado há anos por cooperativas e associações como a Devas. O objetivo é promover o comércio que tem como base a justiça social, mapeando empreendimentos espalhados pelo Brasil e fortalecendo-os. Uma das novidades criadas a partir do decreto já deve entrar em vigor até meados deste ano: um selo de Comércio Justo e Economia Solidária (*imagem acima à direita*), que será distribuído pelo Sebrae. A Secretaria Nacional de Economia Solidária está fazendo um mapeamento de todos os empreendimentos solidários existentes no país e de empresas que possam atuar como certifica-

doras de companhias que apliquem o comércio justo. Como já acontece com outros produtos — o café, por exemplo — em breve será possível ver um selo em produtos artesanais que indicará uma relação — e remuneração — mais justa na cadeia de produção.

Esse tem sido o motivo de um sorriso mais largo no rosto de Clarice Cavalcanti, vice-presidente da Associação Devas. Em meio a pilhas de vestidos, saias, blusas, bijuterias e outros acessórios costurados e bordados cuidadosamente pelas dez artesãs do grupo, ela explicou que o novo selo pode mudar a relação com os lojistas, ajudando-as a escoar os produtos, sem que se sintam exploradas. Mas, por enquanto, elas continuam com todos os contratos com grifes suspensos, e a venda das peças é feita apenas em stands do próprio grupo. Segundo Clarice, o melhor jeito de achá-las é indo às feiras da Galeria Café, em Ipanema, e na Feira do Lavradio:

— Não aguentávamos mais nos sentir exploradas e mal remuneradas. A história da Maria Luiza com o vestido de Ipanema não foi a única, mas foi emblemática porque ela ficou nervosa, e chegou muito frustrada para nos contar. Mas aconteceu muitas vezes. Tem um vestido vermelho (*destaque, à esquerda*) que uma amiga minha viu sendo vendido por R\$ 1.850, quando nosso preço é R\$ 250, o mais caro que temos. Queremos receber o justo pelo nosso trabalho e não vamos emprestar nosso nome para uma sustentabilidade falsa.

Clarice não é apenas uma das mais articuladas artesãs da Devas. Ela participa ativamente de discussões sobre economia solidária num fórum com grupos de todo o país, e mantém uma par-



ceria com o Sebrae, que ajudou as mulheres a fazerem um “Plano de Negócios de Comércio Justo”, no ano passado. A artesã já esteve em fóruns sobre Comércio Justo no exterior e trouxe ideias para serem debatidas entre os cooperativados de todo o país. Para ela, a economia solidária precisa ser vista como uma forma de inclusão social no país:

— Já fomos para o Fashion Business, nossos vestidos saíram na “Caras”, “Marie Claire”. Mas as pessoas procuram as lojas, e não a nós. Se não há comércio justo, toda essa mídia não muda em nada a nossa vida. Nós continuamos recebendo os cerca de R\$ 500 por costureira por mês, trabalhando muito.

Caso parecido é o do grupo do qual a artesã Jadires Pimenta faz parte, com quase todos os parentes e vizinhos. Moradores do Jalapão, uma espécie de oásis do capim dourado em Tocantins, eles têm na planta sua única renda. Jadires, uma das coordenadoras do grupo, já perdeu a conta de quantas pessoas a procuraram para revender seus produtos de capim dourado dentro e fora do Brasil. E, na maioria dos casos, ela não faz ideia de onde os produtos foram parar. Uma exceção aconteceu, no entanto, dias atrás, quando a artesã estava assistindo a uma novela da TV Globo, “Araguaia”.

De longe, contou, ela reconheceu brincos feitos pelo marido sendo usado por uma das atrizes:

— Vendo para o



**VESTIDO** feito pela cooperativa Devas, da Maré

# dar muita coisa

revendedores que levam os produtos até o consumidor

Rio de Janeiro, mas não tenho como saber quem compra. Fiquei surpresa, é chique ver nosso trabalho na novela. Mas não tenho ideia de por quanto é vendido. Uma vez um homem do exterior me disse que cobrava 100 euros (R\$ 230) numa peça que eu tinha vendido por R\$ 50. Não sei se é demais, mas também cada um na sua, né? Não temos como vender por conta própria, então esse é o único jeito. Me parece justo, mas não sei se é — disse.

Os brincos foram parar na novela por intermédio da *designer* Meire Bonadio, que revende produtos do Jalapão. Em comunicados de divulgação dos produtos de capim dourado da artista, há informações sobre a comunidade, dizendo que “capim dourado garante sustento de cerca de 50 famílias no Jalapão”. Segundo Meire, são feitas encomendas mensais de R\$ 20 mil a R\$ 30 mil para o grupo. Perguntada sobre o rótulo de “sustentável” na divulgação dos produtos, a *designer* disse que há um compromisso social com as comunidades, já que, independentemente das vendas, os pedidos são feitos:

— As joias variam de R\$ 15 a R\$ 3 mil, mas a maior parte é feita por mim mesma. Apenas uma parcela vem dos artesãos, e nossas encomendas garantem um valor considerável para aquelas pessoas. O benefício é baseado na fidelidade e compromisso dos pedidos. As encomendas são feitas todo o dia 5 e pagamos 50% adiantados.

A *designer* considera que a relação está dentro dos conceitos do comércio justo, porque os preços na compra são acordados com os artesãos. Segundo Meire, seu lucro é calculado com uma

margem de 100%, mas a artesã Jadires não imaginava o valor final, o que mostra falta de transparência. Além disso, como o recém-criado Sistema Nacional de Comércio Justo ainda não foi difundido e o selo do Sebrae ainda não está sendo distribuído, os louros do sucesso vindos da novela, por exemplo, não chegaram ao Jalapão.

Segundo a gestora do projeto de Comércio Justo no Sebrae RJ, Jaqueline Garcia, uma boa relação pautada na justiça social depende de vários fatores, começando pela transparência. Além desse quesito, outros nove princípios regem o comércio justo mundial. Entre eles, está a criação de oportunidades para produtores em desvantagem; práticas comerciais sustentáveis, sem maximizar lucros em cima dos produtores e o pagamento de preços estabelecidos por meio de diálogo e com objetivo de melhorar a qualidade de vida da comunidade envolvida, sem prejudicar o meio ambiente. Jaqueline explicou que essas também serão as regras para a entrega do selo que será distribuído pelo Sebrae:

— Comprar um produto na Amazônia e revender no Rio ou em São Paulo não tem nada a ver com sustentabilidade por si só. É preciso trabalhar com o comércio justo. Na hora de fazer encomendas, é importante para as cooperativas que haja adiantamento para financiar o material. É aceitável que se tenha lucro com a operação, porque há custos para revender. Mas exagerar usando o nome dos artesãos, não. Considera-se que uma margem de lucro de 50% é aceitável.

Jaqueline atentou para o fato de que peças feitas por artesãos ou cooperativas populares se tornaram um atrativo nicho de mercado. Mas, lembra a especialista, é importante que o consumidor se informe sobre a relação praticada

com os produtores.

— Acreditamos que um selo vai ajudar na hora da compra. A economia solidária não é só uma relação comercial, mas uma forma de redução da pobreza — ressaltou ela.

Entre as grandes redes que lidam com produtos artesanais está a Tok & Stok, de móveis e decoração. Há quase 30 anos, as lojas da rede revendem produtos de cooperativas no Brasil. Em cada um, há uma etiqueta, com o nome do grupo e informações sobre a produção. Não há, no entanto, nenhuma informação sobre a porcentagem de remuneração do artesão, o que, segundo Ademir Bueno, gerente de design e tendências da Tok & Stock, faz parte do sigilo da rede:

— Nosso objetivo é fomentar o mercado de economia solidária e ajudar para que essas comunidades sejam autossustentáveis. Temos reuniões de orientação dos produtores e os preços ficam disponíveis, até no site da rede. A relação é transparente. Mas não temos delimitação para a margem de lucro.

Segundo Bueno, a Tok & Stok buscará a certificação com o novo selo de Comércio Justo e Economia Solidária do Sebrae. Mas, para isso, ainda faltam mudanças na relação com os artesãos. Um dos grupos cujos produtos são vendidos nas lojas da rede é o Mão Gaúcha, de Porto Alegre. Há anos, os artesãos recebem encomendas da Tok & Stok. Mas, segundo Maria Luiza Ferrari, de 52 anos, uma das artesãs do Mão Gaúcha, os pedidos caíram repentinamente nos últimos três meses, o que afetou a vida de cem famílias:

— Tivemos muita chuva no final do ano e veio a dificuldade de achar matéria prima para trabalhar. Como não consegui-



mos cumprir os prazos, eles reduziram muito os pedidos. Só que muitos artesãos dependiam dessa renda — explicou ela, que confecciona tapetes exclusivos para a Tok & Stok.

Embora os preços fiquem expostos no site da loja, Maria Luiza não tem acesso à internet e não sabe quanto custam seus produtos para os consumidores finais. Como vende os tapetes a uma média de R\$ 70, ficou surpresa ao ser informada sobre o valor anunciado no site da loja, durante a entrevista:

— Bah! É tudo isso? — disse ela, referindo-se à quantia de R\$ 208. —

Mas dá pra comprar mais de dois aqui comigo. Assim, quem vai comprar?

Para Marcelo Nery, especialista em políticas sociais e distribuição de renda, a ideia de se aplicar um selo pode ajudar a ampliar os conceitos econômicos mais justos no país:

— O Brasil está se tornando uma sociedade mais justa, que, por sua vez, demanda um comércio mais justo. Mas a economia solidária ainda estava no plano das ideias. É preciso certificar a cadeia e as relações sociais envolvidas nesse processo. Um selo é uma política realista e operacional. Precisa ser posto em prática, para orientar o empresariado e o consumidor, que terá nas mãos um meio de ser mais consciente.

**PRODUTOS:** saia, cinto de retalhos, boné e pulseira (Devas - 3976-8511); anel e colar de capim dourado ([www.capimdouradojalapao.com](http://www.capimdouradojalapao.com) ou Ateliê Meire Bonadio) e tapete de palha de bananeira, ([www.maogaucha.com.br](http://www.maogaucha.com.br) ou lojas da Tok & Stok)