

**XVI COLOQUIO INTERNACIONAL DE  
GESTIÓN UNIVERSITARIA – CIGU****Gestión de la Investigación y Compromiso Social de la Universidad**Arequipa – Perú  
23, 24 y 25 de noviembre de 2016

ISBN: 978-85-68618-02-8

**AVALIAÇÃO DAS CONDIÇÕES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA  
CATARINA (UFSC) EM ADERIR AO MOVIMENTO *UNIVERSIDADES  
LATINOAMERICANAS POR EL COMERCIO JUSTO*****JOANA STELZER**Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC  
[contatojoana@yahoo.com.br](mailto:contatojoana@yahoo.com.br)**EVERTON DAS NEVES GONÇALVES**Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC  
[evertong@vetorial.net](mailto:evertong@vetorial.net)**GERSON RIZZATTI JÚNIOR**Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC  
[rizzatti.rj@ufsc.br](mailto:rizzatti.rj@ufsc.br)**DANIEL ROCHA CHAVES**Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC  
[dan\\_chaves@hotmail.com](mailto:dan_chaves@hotmail.com)**MONIQUE DE MEDEIROS FIDELIS**Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC  
[moniquemfidelis@gmail.com](mailto:moniquemfidelis@gmail.com)**RAFAEL MEDEIROS POPINI VAZ**Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC  
[rafael@lzadv.com.br](mailto:rafael@lzadv.com.br)**RESUMO**

O Comércio Justo é uma modalidade de troca que visa ao estabelecimento de preços justos, padrões de sustentabilidade equilibrados nas cadeias produtivas, promovendo produtores responsáveis e consumidores éticos. O movimento *Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo* é uma campanha promovida pela Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC) que visa fomentar relações estreitas entre o meio acadêmico e as organizações de pequenos produtores de comércio justo. Para que uma universidade faça parte da campanha deve cumprir com cinco critérios fundamentais. O objetivo geral da pesquisa consiste em avaliar a possibilidade da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) participar desse movimento. Trata-se de uma investigação de caráter teórico, de abordagem qualitativa, raciocínio hipotético-dedutivo, meios bibliográficos e documentais, de observação assistemática, com fins descritivos. Os resultados apontam a possibilidade de participação institucional, inclusive em atenção à função social da universidade.

**Palavras-chave:** Comércio Justo; UFSC; Função Social; CLAC; Pequenos Produtores.

## 1 INTRODUÇÃO

O presente artigo objetiva delinear a possibilidade da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) participar do movimento *Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo*, a partir dos cinco critérios estabelecidos pela *Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo* (CLAC). A base lógica sobre a qual se firma o estudo está pautada pelos argumentos da função social da universidade e sua harmonia com os princípios do Comércio Justo. Os objetivos específicos que permitiram o alcance do objetivo geral foram: caracterizar a função social da universidade conforme o teor constitucional; descrever conceitualmente sobre o comércio justo e solidário, e o consumo responsável; e, plasmar teoricamente os critérios definidos pela CLAC e o contexto da UFSC.

O movimento do Comércio Justo espraia-se mundialmente e encontra forte amparo no meio universitário europeu e, mais recentemente, na América Latina. Defende-se, portanto, que tal fenomenologia deva ser considerada no âmbito da UFSC.

A temática justifica-se em razão da inegável função universitária de produção de mão-de-obra especializada, desenvolvimento da pesquisa e ambiente natural de elaboração, aprimoramento e superação do conhecimento. Sob outro ângulo, escora a proposta da UFSC tornar-se uma Universidade de Comércio Justo a própria política pública voltada aos objetivos constitucionalmente especificados.

É hora da comunidade universitária (acadêmicos, docentes e técnicos) refletir institucionalmente sobre a realidade que erigiu consumo e o consumidor à instância superior na organização da sociedade, fazendo com que o consumismo resultasse na patologia que assola o relacionamento das pessoas que, agora, se medem e se respeitam tomando por base os objetos adquiridos. O Comércio Justo vem a ser o contramovimento, no qual, o consumo passou à categoria de opção política; e, o consumidor, transformou-se em sujeito de transformação social. Esse é um contexto, entretanto, que ainda precisa ser aperfeiçoado, de maneira que se reflita a própria universidade na qualidade de consumidora e de espaço de consumo.

É crucial entender que o planejamento da educação é, acima de tudo, na *Universitas*, segmento de suma importância que exerce influência no planejamento econômico de um País, pelo seu diferencial de tecnologia, de amadurecimento cultural e científico, e de prosperidade. Entre as teorias que se apresentaram para decifrar a função social da universidade foi utilizada a doutrina de natureza administrativa com amparo em Bercovici e Di Pietro. No âmbito dos estudos de consumo enveredou-se pelas teorias sociológicas e econômicas de reconhecidos autores, como Zygmunt Bauman e Gilles Lipovetsky. Os apontamentos teóricos sobre o Comércio Justo apoiam-se em Fajardo, Prata, e Fretek e Simoncelli-Bourque, além do site institucional da CLAC.

Em síntese, pretende-se avaliar se a UFSC possui condições para participar do movimento *Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo*.

## 2 PERSPECTIVA HISTÓRICO-CONSTITUCIONAL DA FUNÇÃO SOCIAL

A ideia de função social emergiu no âmbito jurídico com a Constituição do México em 1917 e a de Weimar em 1919, sempre atinente às questões referentes à propriedade. Essa, como sendo um dos pilares que sustentavam o Estado Liberal, passou a ser redefinida, uma vez que a propriedade privada deixaria de atender somente aos interesses do proprietário e passaria a integrar um contexto mais amplo, no qual o Estado passou a canalizar as diversas matrizes da administração pública e privada, visando à obtenção de ganhos no âmbito social.

No que diz respeito ao contexto brasileiro, a primeira menção à questão da função social ocorreu na Constituição de 1934, na qual o número 17 do artigo 113 determinava que o direito de propriedade não poderia ser exercido contra os interesses sociais ou coletivos. Percebia-se, portanto, que no contexto da organização estatal da época, havia uma concentração de forças na administração pública central que tinha como objetivo dar efetividade àquilo que foi postulado na Revolução de 1930 (BRASIL, 2016a).

Com a promulgação da Constituição Federal de 1988, a propriedade foi elevada ao *status* de direito fundamental, sendo estipulado no inciso XXIV do artigo 5º que a propriedade atenderá à sua função social (BRASI, 2016b). Ademais, a Constituição também relaciona entre os princípios da Ordem Econômica Pátria a função social da propriedade.

Quando se fala em função social, não se está fazendo referência às limitações negativas do direito de propriedade, que atingem o exercício do direito de propriedade, não a sua substância. [...] A função social é mais do que uma limitação. Trata-se de uma concepção que se consubstancia no fundamento, razão e justificação da propriedade. (BERCOVICI, 2016)

Percebe-se que há toda uma preocupação normativo-institucional para assegurar uma finalidade social à propriedade desde o início do século XX. Por ser um animal político, conforme afirmara Aristóteles, e, conseqüentemente, um animal social, o homem não pode dispor de forma inconsequente todos os recursos que a ele pertencem, sendo que o emprego dispendioso de determinados recursos trazem externalidades negativas que não ficam restritas a um único indivíduo, mas a toda a sociedade.

É nesse diapasão que se percebe que toda gestão, na contemporaneidade, deve-se ater a questões que, *prima facie*, tangenciam a causa final do gerenciamento a ser feito. A responsabilidade social e ambiental deixa a periferia das preocupações na administração e passa a ocupar o centro, no qual os atos administrativos, sejam eles públicos ou privados, sempre devem vislumbrar a efetividade daquela.

## 2.1 Função social das Universidades

A Constituição Federal em seu artigo 207 dispõe que as universidades deverão obedecer ao princípio da indissociabilidade entre o ensino, pesquisa e extensão. Essas são as atividades finais às quais as universidades devem (e não 'podem') se ater. Para que haja o cumprimento efetivo, é necessário um aparato burocrático que seja condescendente com as propostas resultantes do conhecimento desenvolvido nas salas de aula da própria instituição.

Uma vez que a Constituição de 1988 estabeleceu normas de cunho programáticas que definam metas e objetivos, entende-se que as universidades devem elaborar conhecimento e tecnologia que coadunem e fomentem aqueles. Em contrapartida, com a ascensão das políticas neoliberais no início da década de 1990 no Brasil, as universidades passaram a ter um viés fortemente privatista, transformando a formação dos discentes em um mero elemento tecnocrático.

No que diz respeito à gestão pública, as ideias que eram inerentes à administração privada começaram a permear a administração pública já na primeira metade do Século XX. Conceitos como 'eficiência' deixaram de ser exclusivos do gerenciamento de instituições privadas e passaram a integrar a rotina do serviço público. Robert Denhart (2013, p. 87-88), citando Leonard White e Luther Gullick, infere que o objetivo da administração pública é a utilização com eficiência dos recursos disponíveis aos dirigentes e funcionários. Contudo, com as influências do neoliberalismo no fim do século passado, aumentou-se a cobrança por resultados 'mais eficientes' por conta dos servidores públicos.

Contudo, ao ser transportado para o âmbito público, o conceito de eficiência deve tomar uma feição distinta de sua tradicional conceituação concebida no âmbito privado. Entendendo a Educação como uma política pública fundamental e estratégica para o desenvolvimento do Estado brasileiro, a lógica advinda do campo privado é inconciliável com a finalidade da universidade no contexto social-normativo pátrio com a lógica privada de eficiência de 'maior produtividade com o menor gasto possível' que visam à maximização dos lucros.

Destarte, o modelo aplicado, a partir do paradigma neoliberal dos anos de 1990 implementado no País, não recebe qualquer guarida pelo sistema normativo-institucional inaugurado pela Constituição de 1988 (com fortíssimo caráter dirigente e compromissório). Cumpre destacar que os conceitos de racionalização e otimização de diminuição de gastos neste ambiente são distintos. Vislumbrando a realidade do âmbito normativo, a escassez de recursos é um dado que deve ser levado a sério. Em atendimento ao princípio constitucional republicano, a alocação de recursos que pouco colabore com a finalidade social da universidade deve ser afastada. É exatamente neste campo que incide a eficiência administrativa.

A função social da universidade e a eficiência em aspecto intrínseco significam perseguir o desenvolvimento nacional, na qual a universidade não é simplesmente o berço da transmissão de conhecimento. Pelo contrário, espera-se uma instituição que dialogue e se projeta em direção aos eixos culturais pátrios, vivendo o compromisso de inclusão da comunidade em sua dinâmica.

## **2.2 Comércio Justo e responsabilidade nas relações de consumo no âmbito universitário**

O comércio de bens é uma atividade secular, no entanto as práticas comerciais atuais pouco têm semelhança com as atividades de troca da era pré-capitalista, essas que almejavam a subsistência mútua e a comunidade de interesses. Com efeito, as atividades comerciais anteriores a Revolução Industrial em pouco visavam à produção de excedentes e o propósito da acumulação (POLANYI, 2000, p. 75). E, como bem aponta Polanyi (2000, p. 71), que desvenda os processos através dos quais o mercado se desembarçou do controle o social, o sistema econômico no pré-capitalismo se encontrava submerso nas relações sociais gerais, ou seja, estava aquele sob o crivo das instituições sociais. Com a ascensão do capitalismo de mercado, romperam-se todos os sistemas locais para dar lugar a uma dinâmica desregulamentadora e globalizante. A advertência de Polanyi (2000) ocorria sobre o perigo de uma sociedade cada vez mais dependente deste ente denominado mercado, isto é, da economia de mercado.

A crítica não foi vã. Na atual era, do hipercapitalismo de Lipovetsky (2004, p. 53-56), há uma profunda reestruturação social dada a passos largos, com uma mercantilização total, com o ânimo na racionalização e na eficiência técnico-científica, em repúdio a qualquer intervenção estatal, dada pela desregulamentação que provem do recuo e enxugamento do Estado e a desconstrução das antigas instituições reguladoras do comportamento, mas, acima de tudo, de uma acelerada expansão do consumo e do desperdício. Nesse contexto, os comportamentos individuais se tornaram extremos, o consumo se tornou frenético, nascendo daí uma cultura hedonista que fomenta a satisfação imediata e a urgência dos prazeres, mas que causa aos corpos insegurança, ansiedade e paranoia (LIPOVETSKY, 2004, p. 56; 60). Fretek e Simoncelli-Bourque (2003, p. 48) afirmam que “vivemos em um crescente processo de incerteza e frustração por não termos ‘acesso permanente’ aos bens e serviços que a sociedade do consumo nos oferece”.

Esse acelerado arranjo socioeconômico é, de fato, global e irreversível, causando, segundo Bauman (1999, p. 7), a precarização do trabalho, com o desmantelamento da atuação

defensiva sindical e a falta de proteção ao emprego com o processo de terceirização da produção, tal como `recomodificação´ do trabalho que leva os indivíduos a desejar relações flexíveis e descartáveis (BAUMAN, 1999, p. 15). As relações humanas agora se traduzem em consumo, há uma transformação dos indivíduos em mercadorias nesse espaço social conhecido como mercado, no qual indivíduos são concomitantemente promotores de mercadorias, bem como as próprias mercadorias que promovem, o indivíduo é posto e se oferece como uma mercadoria atraente e desejável (BAUMAN, 2008, p. 13). O atual mercado de trabalho, segundo Bauman (2008, p. 18), nada mais é que um dos muitos mercados e com as mesmas regras dos demais, sendo as mercadorias os próprios trabalhadores.

Inegável que as consequências humanas e ambientais são desastrosas, especialmente para países em desenvolvimento. Corporações transglobais deslocam-se para ambientes onde os custos do trabalho são eminentemente mais baixos, surgindo assim evidentes fenômenos como o precariado e o *dumping* social e ambiental. Nesse toar, há uma evidente exploração da pobreza para produzir mercadorias baratas e promover um mundo de vida extravagante e de desperdício nos países desenvolvidos e que, por fim, exportam a poluição para países em desenvolvimento. Como argumentam Fretek e Simoncelli-Bourque (2003, p. 48), “a desigualdade econômica entre os países ricos e pobres aumentou de cinco para 46 vezes em mais de duzentos anos”.

Porém, Fajardo (2010) expõe que tais críticas à sociedade do consumo estão sendo reavaliadas, sob uma nova perspectiva, o consumo deixa de ser um processo caracterizado pela alienação, passando inclusive a ser considerado uma forma de exercício da cidadania e de reflexão, com a escolha consciente de mercadorias e serviços baseada em conjuntos de valores, podendo, por fim, tornar-se uma forma de protesto, através dos boicotes a empresas poluidoras ou transgressoras aos direitos humanos, ante os malefícios causados.

Barbosa (2004, p. 56) esclarece que nessa sociedade, na qual o consumo é cultuado e cultivado, o próprio indivíduo constrói sua identidade e torna-se protagonista social através dessa atividade: “O consumo na sociedade contemporânea oferece o significado e a identidade que todos nós buscamos, e é justamente através dessa atividade que descobrimos quem somos e conseguimos combater os nossos sentimentos de insegurança ontológica”. Através do consumo que o indivíduo diz quem é e quem não é, demonstrando isso por meio do que compra e do que rejeita, tornando o supermercado, a feira, o shopping, as lojas, as ruas, eminentemente, espaços de sociabilidade, como também possíveis locais de ação política e de cidadania (FAJARDO, 2010, p. 18).

O consumo ético, justamente, trata-se de uma nova forma de consumir incorporando uma dimensão ética ao ato, observando a proteção ao meio ambiente e sustentabilidade, ao bem-estar social dos produtores e trabalhadores, fortalecendo a identidade cultural local, os valores da equidade, solidariedade, com fulcro a respeitar a cultura e uma melhora na qualidade de vida social e individual dos seus atores (FRETEK; SIMONCELLI-BOURQUE, 2003, p. 48). Acerca disso Stelzer e Gonçalves (2016a, p. 7) estabelecem que “os consumidores devem, também, efetuar compras racionais, exercendo o seu ‘voto econômico’, [...] que tenham critérios definidos de qualidade, de respeito ao meio ambiente e às adequadas condições de trabalho”.

Englobando isso, o comércio justo, um movimento que vindica uma nova modalidade de transação comercial, baseada na solidariedade econômica e financeira, não se trata de um projeto utópico, e sim de um novo segmento no cenário do comércio global (FAJARDO, 2010, p. 60). Nesse novo paradigma há preocupação com o respeito aos atores da cadeia produtiva e aos padrões sociais e ambientais que prezam pela sustentabilidade e pelo respeito aos direitos humanos como princípio fundamental em todas as suas atividades. Abandona-se a relativização dos direitos humanos e a irresponsabilidade social e ambiental das empresas,

fomentando-se a união de produtores responsáveis e consumidores éticos. Fretek e Simoncelli-Bourque (2003, p. 19) propõem o seguinte conceito para comércio justo:

[...] o processo de intercâmbio comercial orientado para o reconhecimento e a valorização do trabalho e das expectativas dos produtores e consumidores, permitindo uma melhoria substancial na qualidade de vida das pessoas, tornando viável a vigência dos direitos humanos e o respeito ao meio ambiente numa perspectiva de desenvolvimento humano, solidário e sustentável.

Traçando a perspectiva histórica do movimento de comércio justo, Prata (2008, p. 5) esclarece que a sua gênese ocorreu por volta de 1940, com a intenção de inserir pequenos e vulneráveis produtores no mercado internacional, com vistas a diminuir a desigualdade entre produtores do hemisfério norte e sul. O movimento adquiriu força também graças a participação do consumidor e sua preocupação com meio ambiente e o bem-estar social dos produtores. Nas décadas derradeiras do século passado, o movimento chegou ao Brasil e ganhou formalidade através das organizações não governamentais e demais instituições, das quais se destacam a “ATOS (*Alternative Trading Organizations*) que trabalhavam o Comércio Justo, a Associação Europeia de Comércio Justo (EFTA), a Federação Internacional de Comércio Alternativo (IFAT) e a *Federal Labelling Organization (FLO)*” (PRATA, 2008, p. 5).

E, trazendo o olhar para o cenário pátrio, denotaram-se algumas iniciativas dos poderes públicos, com a emissão de diplomas legais, a exemplo do Decreto nº 5.811/2006 que cria o Conselho Nacional de Economia Solidária (CNES) (BRASIL, 2016c), bem como o Decreto nº 7.358/2010, referente ao Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário, ambas voltadas a fortalecer e estimular a participação da sociedade civil e do governo na implantação de uma política de economia justa e solidária (BRASIL, 2016d). Frisa-se que a própria Constituição consagra, como fundamento, a dignidade da pessoa humana (art. 1º, III) e o valor social do trabalho (art. 1º, IV); e objetiva a construção de uma sociedade justa e solidária (art. 3º, I). Tais princípios estão em harmonia com os fundamentos do comércio justo.

### **2.3 Critérios da *Universidad Latinoamericana por el Comercio Justo***

Os critérios para o estabelecimento de uma Universidade de Comércio Justo estão intimamente entrelaçados aos ideais do comércio justo acima descritos. Como proposto, destaca-se aqui o movimento *Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo* cuja campanha visa “fomentar relações estreitas entre o meio acadêmico e as organizações de pequenos produtores de comércio justo, através da criação de uma rede latino americana de universidades pelo comércio justo que cumprem com 5 critérios fundamentais” (ULACJ, 2016b).

Esses ditos critérios não são rígidos, mas representam ferramentas norteadoras dentro dessa proposta de natureza universitária. Além do mais, acabam por sinalizar que uma instituição apresenta-se comprometida a estimular o Comércio Justo, o que acarreta consequentemente em alguns trâmites como a utilização de produtos de Comércio Justo tanto quanto o possível, a realização de atividades em prol da divulgação do Comércio Justo dentro e fora dos centros universitários, a contribuição para fazer do mundo um lugar mais justo, culminando ainda no reconhecimento por tais feitos (CIUDAD JUSTA, 2016).

Converter uma universidade ao programa representa um grande passo e para tanto se faz conveniente observar alguns preceitos para a conquista de tal *status*. De acordo com a CLAC (2016), cabe a cada universidade adotar a abordagem que melhor lhe couber,

considerando seus objetivos, suas necessidades, seus interesses, seu capital intelectual, sua realidade e o contexto em que está inserido.

Existe uma escala de participação. Para que uma universidade possa considerar sua participação no programa *Universidad Latinoamericana por el Comercio Justo – en progreso*, deve cumprir ao menos um dos critérios estabelecidos e concomitantemente comprometer-se em alcançar ao menos mais um critério. Para que seja efetivamente considerada uma *Universidad Latinoamericana por el Comercio Justo*, deve cumprir quatro dos cinco critérios e estar na iminência de satisfazer o critério faltante (*status* no qual se encontra a Universidade Federal de Lavras (UFLA, 2016)).

O cumprimento dos critérios será avaliado por uma equipe organizadora do programa, conjuntamente com a universidade postulante. As informações básicas sobre as ações das universidades em favor do Comércio Justo são publicada no *website* da campanha com o intuito de não apenas gerar visibilidade como também atrair novas universidades para a rede.

Segundo a ULACJ (2016b), para alcançar os cinco critérios uma universidade deve:

1) aprovar uma declaração institucional de apoio ao comércio justo (e de sua campanha) e assinar um acordo com ao menos um dos seguintes atores: a) Uma Coordenadora Nacional de Comércio Justo membro da CLAC; b) a plataforma nacional correspondente dos membros da Organização Mundial do Comércio Justo para a América Latina (*World Fair Trade Organization - WFTO-LA*); c) Uma Organização de Pequenos Produtores de Comércio Justo (*Fairtrade International, WFTO* ou Símbolo de Pequenos Produtores - SPP); d) Outras experiências de Comércio Justo, protagonizadas por organizações democráticas de pequenos produtores do setor da economia solidária do País;

2) possuir um grupo (professores, pesquisadores, estudantes, etc.) de trabalho sobre o comércio justo e apoiar diferentes iniciativas sobre o comércio justo e o consumo responsável, entre as quais, por exemplo, a celebração do Dia Internacional do Comércio Justo (segundo sábado de maio);

3) a universidade ou pelo menos uma faculdade deve adotar nova política de compras e suprimentos, comprando ao menos um produto diretamente das organizações de pequenos produtores de Comércio Justo (*Fairtrade International, WFTO, SPP* ou de outras experiências de Comércio Justo, protagonizadas por organizações democráticas de pequenos produtores do setor da economia solidária);

4) apoiar, ao menos, uma pesquisa ou uma publicação ao ano sobre Economia Solidária, Comércio Justo e Consumo Responsável; e

5) contar com ao menos um curso acadêmico ao ano no qual se abordam os temas de Economia Solidária, Comércio Justo e Consumo Responsável;

Inexiste uma ordem temporal para o cumprimento dos critérios acima elencados, entretanto, estimula-se o cumprimento da Declaração Institucional desde sua gênese, a fim de ratificar o compromisso da instituição. Ademais, não se afasta uma revisão dos critérios uma vez que se tenha formado uma boa rede latino-americana e manifeste-se a necessidade de enfatizar determinados aspectos para a melhoria nas relações entre as universidades e as organizações de Comércio Justo.

Destarte, se a universidade conta com os critérios, receberá uma declaração assinada pelos organizadores da campanha. A *Universidad Latinoamericana por el Comercio Justo – en progreso* poderá usar o logotipo *En Progreso* em sua página da Web e material informativo. Já a *Universidad Latinoamericana por el Comercio Justo* poderá utilizar-se do logotipo definitivo. Os logotipos originais são entregues juntamente com a declaração enquanto a universidade cumpre com os critérios.

Como anteriormente citado, a conversão em uma *Universidad por el Comercio Justo* configura um grande passo, todavia, é apenas um estágio dentro de um universo cujo objetivo

maior é fomentar o desenvolvimento e disseminar o Comércio Justo, com o escopo de galgar novos espaços e novas consciências que possibilitem o crescimento dessa concepção.

### **3 METODOLOGIA**

A natureza desta investigação é de caráter teórico, dedicada a reconstruir “[...] conceitos, ideias, ideologias, polêmicas, tendo em vista, em termos imediatos, aprimorar fundamentos teóricos” (DEMO, 2000, p. 20). Deseja-se, portanto, a partir dos critérios pré-estabelecidos da Campanha *Universidad Latinoamericana por el Comercio Justo* delimitar condições e recompor possibilidades pautada pelo cotidiano, com clara consciência que o estudo não é exaustivo. Embora não haja imediata interface com a realidade, nem por isso deixa de ser relevante, pois há a concepção decisiva na criação de condições hábeis para futura intervenção concreta.

A abordagem do problema de pesquisa foi feita de forma qualitativa, ou seja, sob uma perspectiva global, priorizando contextos e suas inter-relações (MEZZARROBA; MONTEIRO, 2006). Com isso, foi possível obter “[...] o exame rigoroso da natureza, do alcance e das interpretações possíveis para o fenômeno estudado e (re) interpretado de acordo com as hipóteses estrategicamente estabelecidas pelo pesquisador” (MEZZARROBA; MONTEIRO, 2006, p.110). Ruiz (2002, p. 56) afirma ainda que, com as pesquisas qualitativas, “não se quer provar a existência de relações particulares entre variáveis. O trabalho busca uma descrição do fenômeno estudado, está interessado nas histórias dos eventos e nas suas interdependências”.

No que se refere à lógica, utilizou-se o raciocínio hipotético-dedutivo à medida que houve um esforço em testar uma provável resposta, argumento ou solução para um problema. Dessa forma, a partir dos critérios capitaneados pela Campanha *Universidad Latinoamericana por el Comercio Justo*, averiguou-se o *status* da UFSC para possível participação. Então, aceitou-se o desafio proposto por Popper (1999, p. 24), vale dizer, por intermédio da discussão crítica, optou-se por distinguir questões como: “1) a questão da verdade de uma asserção; a questão de sua relevância, do seu interesse e da sua significação em relação aos problemas nos quais estamos interessados” e; ademais disso, buscou-se também: “2) a questão da sua relevância e do seu interesse e da sua significância para vários problemas extra científicos” (POPPER, 1999, p. 24). Dessas circunstâncias, decorre a noção - inclusive - da transitoriedade da pesquisa, tendo em vista a dinamicidade dos fatos.

Os procedimentos técnicos (meios) utilizados foram documentais e bibliográficos. Nesse caso, foram coletados por duas fontes secundárias de informação: relatórios institucionais e produção científica de reconhecidas obras doutrinárias. O intuito cumpre verificar a viabilidade de uma proposta de institucionalização do comércio justo na UFSC (marginalmente, verificou-se e a importância da gestão nesse sentido). Finalmente, será utilizada a observação assistemática, em complemento aos demais instrumentos.

Quanto aos objetivos propostos (fins), a investigação classifica-se como pesquisa descritiva, pois procurou “obter informações e descrever características de determinado [população ou] fenômeno” (VERGARA, 2010, p. 47). Essa forma de estudo “[...] procura conhecer a realidade estudada, suas características e seus problemas” (ZANELLA, 2007, p.32). Os dados foram apresentados exclusivamente em forma de textos

### **4 RESULTADOS DA PESQUISA**

As universidades de maior relevância por todo o mundo trazem para si inúmeros compromissos que são da sociedade, mas, que devem ser pensados e plasmados no cotidiano acadêmico. A Oxford University, desde 1942 (FAIRTRADE FOUNDATION, 2016), trouxe



as discussões sobre o comércio justo e seus efeitos para o centro do debate. A iniciativa tinha razão de ser, pois já se buscava fortalecer e garantir a inserção de inúmeros produtos provenientes dos países em desenvolvimento, como alimentos, bebidas e vestuários (na ocasião, uma discussão clássica entre norte e sul). Eram todas opções para que os universitários pudessem ter a liberdade de opção por ocasião da compra. Concretizava-se, pela primeira vez, a conscientização sobre as mazelas geradas pelo comércio tradicional e que perpassava todas as distintas formações acadêmicas.

No Brasil e tendo em vista a função social da universidade, cumpre lembrar que existe o dever de despertar o potencial de tratar o outro como um sujeito igualmente livre e socialmente cooperante. A grande promessa da troca comercial (muitas vezes não realizada, especialmente no sistema capitalista) é justamente esta: que os indivíduos - para suprir suas carências -, não rapinem, não escravizem, não violentem, mas realizem trocas justas. Trocas justas pressupõem que os indivíduos envolvidos se vejam como titulares de direitos iguais e deveres recíprocos e como atores dispostos a cooperar uns com os outros em sociedade.

Para isso, as universidades devem estimular a necessidade de 'olhar o outro' como parceiro autônomo em diálogos de construção do conhecimento, em processos de aprendizagem coletivos. Nisso, a universidade tem um ponto de intersecção evidente com o comércio justo: tratar o outro como ser dotado de vontade e razão, revestido de direitos e deveres, capaz de chegar a um entendimento comum, disposto a cooperar.

Na UFSC decorre do Plano de Desenvolvimento Institucional 2015-2019, a intenção em consolidar a extensão universitária como um elo fundamental entre universidade e sociedade. Almeja-se, segundo o PDI (2016), que as atividades "promovam o progresso das comunidades a que atendem enquanto colaboram para que a universidade se mantenha apta a corresponder às necessidades externas". Ademais, visa-se também ao próprio acadêmico, pois a extensão "tem o propósito de contribuir para a formação de novos profissionais dotados de consciência social" (PDI, 2016).

Sob tal motivação, além da Universidade Federal de Lavras (UFLA), Stelzer *et al* (2015) destacam a existência de outros centros de estudos no Brasil que se dedicam à temática do Comércio Justo. Dentre eles saliente-se o Núcleo de Estudos em Fair Trade (Comércio Justo) (NEFT) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) que, mediante o Projeto de Extensão institucional, iniciou seus trabalhos em 2015. O NEFT é um núcleo vinculado à Universidade Federal de Santa Catarina e tem como objetivo reunir pessoas interessadas na promoção do comércio justo em âmbito nacional e internacional, no intuito de fomentar estudos na área do consumo e da produção sustentáveis, sempre visando ao compartilhamento dos seus resultados com a sociedade e a comunidade científica para estimular a mudança de paradigma no sistema de trocas. (NEFT, 2016).

Trata-se de um arquétipo que confirma a importância do envolvimento da gestão universitária no esforço pela sensibilização e envolvimento da comunidade acadêmica na conscientização de produção e consumo sustentável, além de inteirar esse ambiente sobre aspectos cruciais como redução da desigualdade social e a mudança no sistema convencional de fazer comércio. "Isso significa transformar o atual paradigma no qual se vive para um marco ético-econômico nas relações comerciais e de consumo." (STELZER *et al*, 2016c).

Sob tal pano de fundo, passa-se a avaliar os critérios propostos pela CLAC e sua viabilidade.

Quanto à aprovação de uma declaração institucional de apoio ao comércio justo (e de sua campanha) e que deve ser assinada com a Coordenação Nacional de Comércio Justo membro da CLAC; a representante nacional WFTO-LA; uma Organização de Pequenos Produtores de Comércio Justo (*Fairtrade International*, WFTO ou Símbolo de Pequenos Produtores - SPP); ou, outras experiências de Comércio Justo, protagonizadas por organizações democráticas de pequenos produtores do setor da economia solidária do País,

vislumbra-se a possibilidade de firmar parceria tanto com a FACES, quanto com o Fórum Regional de Economia Solidária de Florianópolis.

A FACES é uma plataforma constituída por importantes atores do movimento do Comércio Justo e Solidário brasileiro, entre Organizações Não Governamentais (ONGs), articulações de produtores e representantes governamentais, com atuação desde 2001. Segundo a FACES (2016), a sua atuação se direciona à construção e consolidação de um comércio que:

[...] permita o estabelecimento de relações éticas, transparentes e corresponsáveis entre os diversos atores da cadeia produtiva; garanta uma remuneração justa a produtores e produtoras, agricultores e agricultoras familiares, marginalizados pelo sistema convencional das relações comerciais; torne acessível, aos consumidores e consumidoras responsáveis de nosso país, produtos que respeitem nossas diversidades culturais, regionais e históricas, e que promovam uma maior equidade social. (FACES, 2016)

O Fórum Regional de Economia Solidária de Florianópolis, por sua vez, “é uma organização informal e surgiu da necessidade de fortalecer uma rede local de desenvolvimento e criação de novos empreendimentos com base nos princípios da economia solidária” (possui o apoio do Ministério do Trabalho e Emprego) (CIRANDAS, 2016).

Relativamente a possuir um grupo (professores, pesquisadores, estudantes, etc.) de trabalho sobre o comércio justo, esse já existe desde 2015 e foi ressaltado tratar-se do NEFT. O Núcleo, além de promover, atividades periódicas de estudos, possui bolsistas de extensão, participa de evento como a SEPEX/UFSC, além de promover os próprios eventos (como o 1º Seminário Catarinense de Comércio Justo e Solidário; e, o 1º Congresso de Direito e Economia & Comércio Justo - CONDECOMJUS), publicando Anais indexados sobre o assunto. O NEFT é formado por professores do Magistério Superior e alunos da graduação, mestrado e doutorado, vinculados ao Departamento de Ciências da Administração (CAD/CSE/UFSC), ao Departamento de Ciências Jurídicas (CCJ/UFSC) e ao Programa de Pós-Graduação em Direito (PPGD/CCJ/UFSC). Com essa estrutura, não seria difícil também apoiar diferentes iniciativas sobre o comércio justo e o consumo responsável, entre as quais, por exemplo, a celebração do Dia Internacional do Comércio Justo.

Um item mais difícil de cumprimento talvez viesse a ser o de adotar uma nova política de compras e suprimentos, comprando ao menos um produto diretamente das organizações de pequenos produtores de Comércio Justo. Na UFSC existe o Departamento de Licitações (DPL), criado em 20 de Janeiro de 2014, pela portaria n.º 126/2014/GR. O setor tem por competência, entre outros, realizar os procedimentos licitatórios visando à aquisição de bens patrimoniais, itens de consumo, e demais bens, conforme a Lei n.º 8.666/93. Por outro lado, há dois aspectos a se considerar.

O primeiro referente à Lei n.º 12.349/2010, que alterou a redação do caput do art. 3º, ao incluir como finalidade da licitação o desenvolvimento nacional sustentável. Disso decorreu um desafio instigante, pois além de optar pela proposta mais vantajosa e respeitar a isonomia entre os licitantes, a Administração Pública deve promover o desenvolvimento nacional sustentável (situação na qual se encaixa, precisamente, o Comércio Justo).

O segundo aspecto diz respeito às compras de baixo valor e que estão dispensadas de licitação. Como se vê, há alternativas éticas e jurídicas viáveis para serem implementadas pela UFSC, caso tenha o desejo de adquirir produtos de Comércio Justo. Nesse sentido, já existe o projeto: Inclusão de critérios ambientais nas compras e contratações da UFSC, "que propõe incluir, nas etapas pertinentes do fluxo de compras, critérios de sustentabilidade além dos econômicos correntes, em todas as modalidades de compras e contratações da UFSC". (UFSC, 2016)

O quarto critério consiste em apoiar, ao menos, uma pesquisa ou uma publicação ao ano sobre Economia Solidária, Comércio Justo e Consumo Responsável. Essa é uma possibilidade viável, pois a UFSC possui envergadura tanto financeira quanto de oportunidades para ambas as situações. No âmbito da pesquisa, além de inúmeros editais institucionais ofertados em igualdade de condições para os investigadores, os Programas de Pós-Graduação, como o PPGD/UFSC, trazem condições de pesquisa para o desenvolvimento de excelentes trabalhos. No que se refere às publicações, a UFSC tem diversas alternativas, sendo possível apoiar alguma publicação, como Anais de evento, tanto no modo impresso quanto na modalidade virtual. A instituição possui também tecnologia no âmbito da Educação a Distância, sendo possível desenvolver cursos e produções científicas, como já é feito na atualidade.

Finalmente, o quinto critério consiste em possuir ao menos um curso acadêmico ao ano no qual se abordam os temas de Economia Solidária, Comércio Justo e Consumo Responsável. Nesse sentido, o PPGD/UFSC já possui uma disciplina denominada Direito para o Comércio e os Negócios Internacionais Sustentáveis, com mestrands pesquisando o tema de Comércio Justo. É de conhecimento que em outros Departamentos também se oportunizam não somente disciplinas, mas projetos de amplo alcance, envolvendo Economia Solidária, Agroecologia, Agricultura Familiar, entre outros.

Vislumbra-se assim, um grande espaço a ser conquistado para a conscientização dos preceitos do Comércio Justo dentro da UFSC. Há uma perspectiva auspiciosa em fortalecer e garantir a promoção da ideia do comércio e de consumo responsável. Afinal, a contrapartida do comércio com justiça social é a de responsabilidade por ocasião do consumo. Quanto maior a possibilidade de produtos no *campus*; sejam alimentos, bebidas e, até mesmo, vestuários, mais a comunidade universitária pode exercer a consciência do consumo sustentável. Mas, também nos diversos Departamentos e setores da UFSC seria benéfico e instigante poder servir, por exemplo, um café de comércio justo nas reuniões.

À gestão universitária, nesse aspecto, cumpre enfatizar a sustentabilidade no próprio *campus* e não somente no mundo 'além-muros' ou nos estudos teóricos. Com isso, possibilita-se também o impacto social muito além do discurso, permitindo aos pequenos produtores a almejada inclusão social na realidade universitária. Segundo a CLAC (2016), a Universidade tem liberdade para estabelecer o próprio planejamento no intuito de adotar uma estratégia própria, conforme os planos de trabalho ou apoio de atores externos (públicos ou privados).

Dessa forma, emerge para a UFSC oportunidade para se organizar de acordo com a conjuntura socioeconômica e política nacional que lhe são atinentes, podendo levar em consideração necessidades e interesses da academia e dos empreendimentos que lhe são circundantes, especialmente aqueles que representam os pequenos produtores de comércio justo. A UFSC, em síntese, poderá construir seus relacionamentos específicos, aproximando-se ainda mais da comunidade, gerando vínculo comercial ético e solidário, muito além das compras guiadas pelo estilo técnico-burocrático.

Embora seja pouca significativa a adesão das Universidades brasileiras ao movimento do comércio justo, a UFSC - pela importância que tem - pode assumir essa proeminente posição (juntamente com a UFLA), tendo em vista a referência social que já possui. Aqui está mais um papel da função social da Universidade; aliás, em harmonia com a Constituição e leis extravagantes porque submetem a Administração Pública aos princípios da legalidade (art. 5º, II), da moralidade administrativa e da eficiência (DI PIETRO, 2010, p. 65). Nada obstante, a Lei 9.394/1996, estabelece em seu art. 43, inciso VI, que a educação superior tem por finalidade “estimular o conhecimento dos problemas do mundo presente, em particular os nacionais e regionais, prestar serviços especializados à comunidade e estabelecer com esta uma relação de reciprocidade” (BRASIL, 2016e). Nesse sentido, citem-se, ainda, as ações - na UFSC - do Instituto de Pesquisas e Estudos em Administração Universitária (INPEAU) que

se propõe "ser um agente de mudanças na condução da administração universitária, propiciando o desenvolvimento das Instituições de Ensino Superior (IES)" (INPEAU, 2016), inclusive com um mestrado profissionalizante, denominado Programa de Pós-Graduação em Administração Universitária (PPGAU).

[...] a gestão universitária não pode deixar de ter, como meta, o ser humano, inclusive em assuntos como o comércio da unidade. A possibilidade de interação com os diversos indivíduos em sociedade é necessária e precisa maximizar as ações de inclusão social. A gestão deverá, para tanto, prover recursos materiais e humanos no intuito de fazer com que as operações de troca mercantil atinjam o bem-estar da comunidade universitária e do seu entorno. Mais que gerir, almeja-se organizar a coletividade para o bem viver. (STELZER *et al*, 2016b, p. 11-12).

E, dotada da autonomia dada pelo art. 53 da referida Lei 9.394/1996 (BRASIL, 2016e), espera-se esse comprometimento as suas compras, e ainda, promovendo iniciativas em seu campus com vistas a conscientizar a comunidade universitária. Por todo o exposto, emerge o delineamento basilar para que a UFSC possa participar do movimento *Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo*.

## 5 CONCLUSÃO

O consumismo que caracteriza a sociedade contemporânea tem trazido externalidades negativas tanto às relações sociais quanto ao meio ambiente. Tal fato revela a importância de desenvolver alternativas viáveis para uma (co) existência mais solidária. A Universidade, diante de tal cenário, não pode se encerrar nos moldes científicos e cultos tão próprios do âmbito acadêmico, para promover o desenvolvimento somente por intermédio de suas produções científicas.

Cumpra haver constante diálogo entre a universidade e a sociedade. Por um lado, a Instituição realiza suas ações de acordo com os desígnios por si escolhidos; em busca dos objetivos constitucionais e contextualizada no âmbito social em que se insere. Por outro, a sociedade foca as premências e as carências que enfrenta, de molde a sinalizar as áreas que precisam de desenvolvimento ou aperfeiçoamento. Isso é fundamental para que as decisões não partam dos gabinetes tecnocratas, imaginando um cenário muitas vezes distante da realidade.

A função social da universidade revelada na eficiência em aspecto intrínseco significa que sua atuação está voltada para promover uma sociedade livre, justa e solidária. A tarefa não é simples, mas o desafio de buscar meios eficazes de aquilatar as necessidades sociais por intermédio da autonomia exsurge em seu esplendor. É nesse ponto que se almeja a UFSC como partícipe do movimento *Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo*.

No intuito de alcançar um comércio inclusivo e solidário, o Comércio Justo está preocupado na promoção de condições de mercado que sejam socialmente equilibradas, na qual o preço seja capaz de cobrir os custos de um rendimento digno, ambientalmente responsável e socialmente inclusor. Com isso, há grande atenção não somente com as condições de trabalho do produtor (além da sua família e comunidade, e que deve se estender por toda a cadeia logística), mas, também com o consumidor que pode adquirir bens de forma ética.

Os critérios de participação da UFSC como Universidade do Comércio Justo podem ser plenamente atendidos, quais sejam: aprovação de uma declaração institucional de apoio ao comércio justo (e de sua campanha), com assinatura de acordo com um parceiro; existência de grupo de trabalho; adoção de uma nova política de compras; apoio a uma pesquisa (ou publicação) sobre o assunto; e, possuir um curso no qual se abordam os temas de Economia Solidária, Comércio Justo e Consumo Responsável.

A gestão universitária não pode deixar de ter, como meta, o ser humano, inclusive em assuntos como o comércio da unidade, na qual a maximização das ações de inclusão social realiza o preceito constitucional de função social. Fazer com que as operações de troca mercantil atinjam o bem-estar da comunidade universitária e do seu entorno, ademais, significam mais que gerir, pois se traduzem em organizar a coletividade e especialmente a comunidade universitária para o bem viver, em verdadeiro processo de alteridade.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1999. 145p.

\_\_\_\_\_. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERCOVICI, Gilberto. **Propriedade que descumprir função social não tem proteção constitucional**. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2015-dez-06/estado-economia-propriedade-nao-cumprir-funcao-social-nao-protecao-constitucional>>. Acesso em: 14 ago. 2016.

BRASIL. Constituição (1934). **Constituição dos Estados Unidos do Brasil**. [S. l.], Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao34.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao34.htm)>. Acesso em: 14 ago. 2016 a.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. [S. l.], Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm)>. Acesso em: 14 ago. 2016b.

BRASIL. Decreto 5.811, de 21 de junho de 2006. **Dispõe sobre a composição, estruturação, competência e funcionamento do Conselho Nacional de Economia Solidária – CNES**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 22 de jun. de 2006. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5811.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5811.htm)>. Acesso em: 20/08/2016c.

\_\_\_\_\_. Decreto n.º 7.358, de 17 de novembro de 2010. **Institui o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário - SCJS, cria sua Comissão Gestora Nacional, e dá outras providências**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 18 nov. de 2010. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/decreto/d7358.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7358.htm)>. Acesso em: 20/08/2016 d.

\_\_\_\_\_. Lei 9.394, de 20 de dezembro de 1996. **Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 20 dez. 1996. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9394.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9394.htm)>. Acesso em: 20/08/2016e.

CIRANDAS. **Fórum Regional de Economia Solidária de Florianópolis**. Disponível em: <<http://cirandas.net/economiasolidariaflorianopolis/>> Acesso em: 16/08/2016.

CIUDAD JUSTA. **Universidades por el Comercio Justo**. Disponível em <<http://www.ciudadjusta.org/content/view/36/38/>>. Acesso em 18/08/2016.

CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo). **Quienes Somos**. Disponível em: <<http://clac-comerciojusto.org/que-es-laclac/quienes-somos/#sthash.MeojUAgD.dpuf>> Acesso em: 15/08/2016.

- DEMO, Pedro. **Metodologia do conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2000.
- DENHART, Robert B. **Teorias da Administração Pública**. São Paulo: Cengage Learning: 2013.
- DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito administrativo**. 23. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- FACES DO BRASIL. **Conteúdos**. Disponível em: < <http://facesdobrasil.org.br/conheca-a-faces/motivacao-e-missao>> Acesso em: 05/08/2016.
- FAIRTRADE FOUNDATION. **What is Fairtrade?** Disponível em: <[http://www.fairtrade.net/our\\_members.html](http://www.fairtrade.net/our_members.html)> Acesso em: 11/08/2016.
- FAJARDO, Elias. **Consumo consciente, comércio justo: conhecimento e cidadania como fatores econômicos**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2010.
- FRETEK, Afonso Cotera; SIMONCELLI-BOURQUE, Eloïse. **O Comércio Justo e o Consumo Ético**. Rio de Janeiro: DP&A; Fase, 2003.
- INPEAU (Instituto de Pesquisas e Estudos em Administração Universitária). **Apresentação INPEAU**. Disponível em: <<http://portal.inpeau.ufsc.br/inpeau/>> Acesso em: 19/08/2016.
- LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- MEZZAROBBA, Orides; MONTEIRO, Cláudia Servilha. **Manual de metodologia da pesquisa no direito**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
- NEFT (Núcleo de Extensão em Fair Trade). **Sobre o NEFT** Disponível em: < <https://nucleofairtrade.wordpress.com/2015/10/29/sobre-o-neft/> > Acesso em: 20/08/2016.
- PDI (Plano de Desenvolvimento Institucional). **PDI**. Disponível em: < <http://pdi.ufsc.br/files/2015/05/PDI-2015-2019-1.pdf> > Acesso em: 20/08/2016.
- POLANYI, Karl. **A grande transformação: as origens de nossa época**. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- POPPER, Karl Raymund. **Lógica das Ciências Sociais**. Tradução de Estevão de Rezende Martins. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1999.
- PRATA, Lizete. **O que é comércio justo?** São Paulo: Mundaréu, 2008. Disponível em: <<http://www.mundareu.org.br/portal/index.php/comercio-justo/>>. Acesso em: 20/08/2016.
- RUIZ, J. Á. **Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- STELZER, Joana; GONÇALVES, Everton das Neves. **O comércio justo e o consumo ético: a visão econômico-jurídica do Fair Trade**. In: Giovani Clark; Felipe Chiarello de Souza Pinto; Paulo Ricardo Opuszka. (Org.). *Direito e Economia*. 1ed. Florianópolis - SC: FUNJAB, 2013, v. 1, p. 331-357. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=22f7e834551fbb0f>>. Acesso em: 20/08/2016a.
- STELZER, Joana; GONÇALVES, Everton das Neves; LOPES, Leandro Rodrigues; SABINO, Mileide Marlete Ferreira Leal; CARIOCA, Alana Maria; CARDOSO, Jordana Maria Ramos. **A gestão universitária na promoção do comércio justo: uma análise comparativa**. *Mar del Plata*: 2015. Disponível em: < [https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/136054/101\\_00162.pdf](https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/136054/101_00162.pdf)> Acesso em: 20/08/2016b.

STELZER, Joana; GONÇALVES, Everton N.; LOPES, Leandro; SABINO, Mileide Marlete F. L.; CARIOCA, Alana M.; CARDOSO, Jordana M. R.. **A Gestão Universitária na Promoção do Comércio Justo: Uma Análise Comparativa**. XV Colóquio Internacional De Gestão Universitária – CIGU. Argentina, 2015. Disponível em <[https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/136054/101\\_00162.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/136054/101_00162.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em 15/08/2016c.

UFLA (UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS). **UFLA é a 1ª Universidade Latino-americana pelo Comércio Justo no Brasil**. Disponível em: <<http://www.ufla.br/ascom/2015/10/26/ufla-e-1a-universidade-latinoamericana-pelo-comercio-justo-no-brasil/>>. Acesso em: 16/08/2016.

UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina). **Inclusão de Critérios Ambientais nas Compras e Contratações da UFSC**. Disponível em: <[http://comprassustentaveis.ufsc.br/?page\\_id=6](http://comprassustentaveis.ufsc.br/?page_id=6)>. Acesso em: 25/08/2016.

ULACJ (UNIVERSIDADES LATINOAMERICANAS POR EL COMERCIO JUSTO). **BRFAIR apoia a campanha no Brasil... apresentação em Belo Horizonte**. Disponível em <<http://www.clac-comerciojusto.org/ulcj/no-brasil/>>. Acesso em 15/08/2016 a.

\_\_\_\_\_. **Critérios**. Disponível em <<http://www.clac-comerciojusto.org/ulcj/campana/criterios/>>. Acesso em 15/08/2016b.

VERGARA, S. C.. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de pesquisa**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2007.