

Índice

NOTAS SOBRE A EDIÇÃO EM PORTUGAL	9
APRESENTAÇÃO.....	13
INTRODUÇÃO.....	17
1. O que é o Espaço por um Comércio Justo?	17
2. Organizações do Espaço por um Comércio Justo.....	19
METODOLOGIA.....	23
1. Planificação.....	23
1.1. Universo e amostragem	23
1.2. Abordagem e objetivos	25
1.3. Equipas de trabalho	27
2. Fases da investigação.....	28
2.1. Exploração.....	28
2.2. Desenho.....	30
2.3. Execução.....	32
2.4. Tabulação	34
2.5. Análise	34
CAPÍTULO 1	
O QUE É O ESPAÇO POR UM COMÉRCIO JUSTO?	37
1. Natureza e contexto dos membros do ECJ.....	37
1.1. Localização geográfica	37

1.2. Origem das entidades do ECJ.....	41
1.3. Personalidade jurídica e base social	42
2. As práticas das organizações do ECJ.....	46
2.1. Alguns dados económicos.....	46
2.2. Atividade comercial.....	51
3. Outras práticas das entidades do ECJ	62
4. Relações locais dos membros do ECJ	64
4.1. Relação com outros atores locais	65
4.2. Competição com outros companheiros	66
4.3. Inserção em plataformas e espaços de coordenação.....	68
4.4. Estratégias não comerciais para o futuro.....	71

CAPÍTULO 2

O FUNCIONAMENTO DO ESPAÇO

POR UM COMÉRCIO JUSTO	73
1. Relação de cada entidade individual com o ECJ.....	73
1.1. Origem e relação com o ECJ	73
1.2. Definição e características do ECJ	74
1.3. A participação dos membros do ECJ	78
1.4. Grande ou pequena?.....	81
2. O funcionamento do ECJ.....	83
2.1. Resumo dos principais passos dados pelo ECJ	83
2.2. Objetivos.....	85
2.3. Reuniões	87
2.4. Como se tomam as decisões	90
2.5. O conteúdo das decisões tomadas.....	91
2.6. O conteúdo dos debates promovidos.....	92
2.7. Repartição de responsabilidades e compromissos.....	94
3. Relações entre os indivíduos que formam o ECJ	96
3.1. A estrutura da rede, os padrões de relações	96
3.2. Liderança	108

CAPÍTULO 3

A COMUNICAÇÃO NO ESPAÇO POR UM COMÉRCIO JUSTO. 117

1. Diagnóstico Comunicativo; Análise de conteúdo..... 117
 - 1.1. Análise do Manifesto Abrindo Espaço
por um Comércio Justo..... 117
 - 1.2. Análise dos produtos de comunicação
por entidade 123
 - 1.3. Análise dos produtos de comunicação segundo
a tipologia e a data de criação 162
2. A comunicação no ECJ 175
 - 2.1. Informação comunicacional de cada entidade
individual 175
 - 2.2. Informação comunicativa da atividade do ECJ
como grupo de entidades..... 182

CONCLUSÕES..... 193

BIBLIOGRAFIA 209

ANEXO 1

MANIFESTO ESPAÇO POR UM COMÉRCIO JUSTO 211

ANEXO 2

PÁGINAS AMARELAS ESPAÇO POR UM COMÉRCIO JUSTO.... 217

ANEXO 3

LISTA DE ORGANIZAÇÕES DO ESPAÇO

POR UM COMÉRCIO JUSTO 221