

## D.2. DIMENSÃO ÉTICA DO CONSUMO

Consumir menos e estar melhor informado são fundamentais para que possamos adoptar novos critérios de selecção de produtos e serviços baseados em escolhas mais justas, solidárias e ecológicas.

“[...]Falar de consumo é falar de consumo responsável e desenvolvimento sustentável... ao decidir o consumo deveríamos considerar não apenas o aspecto económico, mas também a maneira como foi elaborado o produto, quais foram os efeitos desta produção sobre o meio ambiente, se as pessoas envolvidas na produção foram tratadas justamente pelos seus empresários, se o produto foi rotulado ou anunciado sem afirmações falsas sobre as suas características[...]” *A Educação do Consumidor em Aula. Manual Básico. REDE E-CONS, Comenius 3* (p. 5)

A forma como foi produzido qualquer produto (se os trabalhadores foram justamente remunerados, se houve ou não aproveitamento de matérias-primas recicladas, o que vai gerar em termos de resíduos), bem como a respectiva conduta empresarial no seu fabrico, passam a ser um binómio sempre presente na nossa decisão por este ou aquele produto.

Também o nosso papel individual exige que todos os intervenientes se pautem pela mesma responsabilidade ética, tanto no sector público como no privado, nas empresas produtoras, nos fornecedores, nos importadores, nos distribuidores e nos comerciantes.

Para passarmos a consumir de forma ética podemos também recorrer a alternativas de modelos produtivos e económicos, e colaborar para o bem-estar colectivo e para o desenvolvimento integral de todos os povos.

Alguns exemplos de uma nova **economia solidária** inserem-se no desenvolvimento e na adesão a alguns movimentos:

### 1. COMÉRCIO JUSTO

O Comércio Justo e Solidário é “uma parceria comercial baseada no diálogo, transparência e respeito. Contribui para o desenvolvimento sustentável oferecendo melhores condições de comércio tendo em conta os direitos dos produtores e trabalhadores marginalizados, especialmente no Sul do mundo.”<sup>[1]</sup>

O Comércio Justo (CJ) é um movimento internacional que promove a economia local dos países do Sul, através da adopção de preços justos pela produção dos seus

mais diversos produtos (alimentar, têxtil e artesanato), salvaguardando os direitos dos trabalhadores e o respeito pelo ambiente. Os produtos do CJ são comercializados nos países do Norte, através das “Lojas do Mundo” e de outros espaços comerciais.

Os principais actores do CJ são os produtores, as organizações importadoras, as organizações de certificação e rotulagem, as Lojas do Mundo e outras entidades internacionais<sup>[2]</sup> que participam também na regulação do comércio internacional.

Os importadores garantem um pagamento justo e adiantado junto dos produtores, reforçando a estabilidade comercial através de contratos duradouros, o que permite um investimento local em projectos de âmbito social.

A partir de 1950, a Europa assiste a uma revitalização económica no pós-guerra, mas também reconhece o efeito nefasto da pobreza provocada pela exploração colonial e preocupa-se com os refugiados e as vítimas de guerras. Embora já tivessem sido desenvolvidas anteriormente algumas iniciativas com um enquadramento comercial próximo do CJ (venda de artesanato de refugiados chineses pela *Oxfam*), formalmente a primeira loja só surge em 1969 na Holanda.<sup>[3]</sup>

Em 1964, na Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento, a expressão “**Comércio e não ajuda**” foi a forma encontrada para responder ao apelo dos países do Sul, e a partir dessa data é que se inicia a organização do Comércio Justo na Europa.<sup>[4]</sup>

Em Portugal, a primeira loja surge em 1999, em Amarante, e desde aí novos espaços têm sido inaugurados, o que reforça a sua importância e a adesão dos consumidores. O movimento do CJ, através das Lojas do Mundo, não se limita a vender produtos do Sul, mas a envolver os consumidores numa história de conhecimento aprofundado (sobre o produto e o seu preço justo) e a sensibilizá-los para as assimetrias do mundo, nas quais cada um de nós pode intervir a fim de contrariar esse ciclo, a começar pela compra de produtos do CJ.

### 2. FINANÇA ÉTICA

A Finança Ética é já uma realidade com enquadramento legal em muitos países, ainda não materializado em Portugal, em que o modelo mais próximo se encontra no mutualismo.

Trata-se de um sistema económico mais solidário e transparente em que se recolhem informações sobre as empresas onde se investe. O tradicional investimento financeiro é

caracterizado por aplicações altas de juro e rápido lucro, gerado por vezes em actividades ilícitas, que prejudicam o ambiente e ameaçam a vida humana.

Sem dinheiro, um banco estritamente comercial, não tem garantias para aprovar um pedido de empréstimo. A Finança Ética contribui para uma maior justiça social e cria condições para que organizações sem crédito bancário convencional possam ser apoiadas na implementação de projectos socialmente úteis. O crédito concedido destina-se a organizações, associações e cooperativas com intervenção social.

Os investimentos realizam-se através de um banco ético, do qual temos que ser sócios e passamos também a participar das suas decisões, e podemos decidir as taxas de juro pretendidas.<sup>[5]</sup>

### 3. COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES

As Cooperativas de Consumidores são uma alternativa ao comércio tradicional. Em regime de associações são criadas para defender os interesses e direitos dos consumidores seus clientes (sócios), e preservar o ambiente. Sem fins lucrativos, exercem uma actividade comercial de distribuição de produtos (alimentares, higiene e limpeza do lar, electrodomésticos) esmagadoramente nacionais — de marca própria. As cooperativas também promovem actividades sociais, culturais, desportivas e de sensibilização/formação na área do ambiente e consumo.

### 4. TURISMO ÉTICO E SOLIDÁRIO

O turismo de massas é uma realidade em todos os continentes, que tem não só divulgado o património de cada país, mas também promovido o agravamento do impacto ambiental e a exclusão social, sem benefício directo para as populações locais, que não vêem reflectidas as receitas do turismo, porque a maioria dos agentes não são nacionais.

No entanto, já existe oferta turística com base no recurso a operadores que trabalham com comunidades locais, privilegiando o contacto directo com a população, revelando de forma mais harmoniosa e integrada a sua cultura, o seu trabalho, os seus hábitos. Neste tipo de oferta parte das receitas revertem a favor do desenvolvimento dessa comunidade.<sup>[6]</sup>

### 5. AGRICULTURA BIOLÓGICA

Este tipo de agricultura possibilita a produção de alimentos sem recurso a produtos químicos sintéticos e recusa os alimentos geneticamente modificados. Permite uma melhor utilização dos solos sem a prática intensiva e a revitalização de comunidades rurais. Lidando com produtos controlados e certificados oferece uma maior segurança alimentar, mais saudável para a saúde humana, dinamizando

## Sugestões de Actividades

### Ensino Básico (2.º e 3.º Ciclos) e Secundário

1. O Jogo das Matérias-primas (ver Anexo);
2. Apresentação de movimentos de economia solidária através do exemplo do “Comércio Justo” (ver Anexo).

também a economia local. Com um maior número de consumidores e produtores aderentes, podem encontrar-se à venda produtos biológicos em lojas específicas para esse efeito, e também em mercados e feiras.

[1] [2] FINE — Fair Trade Initiative for Europe, a plataforma que integra quatro organismos internacionais de Comércio Justo: FLO — Fairtrade Labelling Organization; IFAT — International Fair Trade Association; NEWS! — Network of European Worldshops e EFTA — European Fair Trade Association.

[3] <http://www.coresdoglobo.org>

[4] <http://www.reviravolta.comercio-justo.org>

[5] Um Mundo a Defender: Unidades Didácticas, CIDAC.

[6] <http://www.modevida.com>

### Bibliografia

*A Educação do Consumidor em Aula. Manual Básico.* RED E-CONS, Comenius 3 (p. 5), disponível em [http://www.econs.net/tools/ing/mat\\_did\\_ing\\_ppal.htm](http://www.econs.net/tools/ing/mat_did_ing_ppal.htm) [consultado a 10/09/2007].

“Comércio Justo no Mundo”, disponível em [http://coresdoglobo.org/cg\\_mundo.html](http://coresdoglobo.org/cg_mundo.html) [consultado a 10/09/2007].

OLIVEIRA, S. (2007) Consumo Responsável, *Questões, Desafios e Guia Prático para um Futuro Sustentável*, Cadernos de Comércio Justo n.º 1. Lisboa: CIDAC, Cores do Globo e Reviravolta.

“O que é o Comércio Justo?”, disponível em <http://www.reviravolta.comercio-justo.org> [consultado a 10/09/2007].

“Turismo Ético e Solidário”, disponível em <http://modevida.com/turismo1.html> [consultado a 10/09/2007].

*Um Mundo a Defender: Unidades Didácticas*, CIDAC.

### Sites

Consultar Índice Bibliográfico.