

Dimensão Ética do Consumo

O consumo materializa-se através da compra de produtos, resultantes da transformação de diversas matérias-primas. Alguns dos nossos hábitos diários dependem do consumo de produtos feitos a partir de matérias-primas provenientes sobretudo de países do Sul do mundo, constatando-se que a sua população não se encontra entre os seus principais consumidores. Esta realidade não equivale a uma correspondência directa na promoção da qualidade de vida das pessoas e no desenvolvimento desses países. No entanto, existem formas alternativas de economia que actuam mediante princípios e práticas mais justos e solidários, que contribuem para a sustentabilidade dos produtores do Sul: por exemplo, o Comércio Justo.

1. O Jogo das Matérias-primas (30min)

O que é preciso: 1 mapa-mundo, marcadores, post-it de 4 cores diversas e de dimensões reduzidas. Cada cor de post-it corresponde a uma matéria-prima colonial, isto é, café, cacau, chá e algodão (escrever o nome correspondente em cada um dos post-it). Identificar 10-15 post-it para cada uma das matérias-primas.

Tempo previsto: 30 minutos

Método/Instruções

a) O educador pendura o mapa-mundo.

Observação

Esta actividade, sempre que possível, deveria ser, preferencialmente, realizada com o **Mapa de Peters**, porque é a projecção exacta das dimensões das áreas das diversas partes do mundo. A representação dos continentes e países no mapa-mundo (Mapa de Mercator) não é a representação exacta da superfície terrestre. A projecção de Mercator foi apresentada em 1569 por Gerhard Kremer (em latim: Gerardus Mercator) e relega o Terceiro Mundo a um papel subalterno em relação aos países europeus. Os territórios setentrionais aparecem sobre-dimensionados em relação aos territórios do Sul do mundo. Por exemplo, confrontando-se, no Mapa de Mercator, as áreas totais das superfícies da Gronelândia e da África (Gronelândia — 2 176 165 km² — e África — 30 258 010 km²) verifica-se a desproporcionalidade entre ambas. Em 1973, Arno Peters apresenta as proporções reais de todas as áreas — países, continentes e oceanos — numa nova projecção, o **Mapa de Peters**.

Fonte: Traduzido e adaptado a partir de <http://mappamondomantova.it/peters.php> e de http://pt.wikipedia.org/wiki/Proje%C3%A7%C3%A3o_de_Mercator

b) Introduce a questão das matérias-primas coloniais, perguntando aos participantes, por exemplo, o que comem normalmente ao pequeno-almoço ou que roupa trazem vestida. As respostas deverão ser direccionadas para as quatro matérias-primas coloniais abordadas nesta actividade. Após as respostas dos participantes, o educador entrega os *post-it* (com os nomes das matérias-primas já escritos), dividindo-os proporcionalmente por todos os participantes, e pede-lhes para, um de cada vez, se aproximarem do mapa-mundo e colarem o *post-it* na zona de produção da matéria-prima correspondente. (10min)

c) Após a colocação de todos os *post-it*, o educador fará a redistribuição dos *post-it*, com base na produção mundial das matérias-primas coloniais. O educador ilustra a produção mundial de matérias-primas coloniais com base nos indicadores (ver **Tabela** na página seguinte). (5min)

d) Depois de ter desenvolvido este jogo, o educador deve colocar aos participantes as seguintes questões, estimulando uma discussão (15min):

1. O que é o Sul do mundo e onde fica?
2. Quais são algumas das matérias-primas coloniais e porque se chamam coloniais?
3. O que se entende por matéria-prima? E por produto?
4. O que é necessário para produzir uma matéria-prima?
5. Todos os países que produzem matérias-primas transformam-nas em produtos?
6. O que significa dizer que uma matéria-prima é importante?
7. O que é o mercado internacional?

O educador enquadra as seguintes pistas de reflexão para cada questão:

1. Os territórios que se encontram abaixo da linha do equador.
2. Exemplos de algumas matérias-primas coloniais: algodão, cacau, café e chá oriundos de ex-colónias. Colonial: referente ou relativo a colónia. Colónia: um território ocupado e administrado por um grupo de indivíduos de um país a que esse território não pertencia.
3. Matérias-primas: são substâncias essenciais para o fabrico de um produto. Produto: matéria-prima transformada num bem de consumo (por exemplo, matéria-prima: cacau/produto: chocolate).

Os Principais Produtores Mundiais de Algumas Matérias-Primas Coloniais (em quilos)

Café		Chá		Algodão		Cacau	
Brasil	1 888 900	Índia	805 000	China	4 417 000	Costa do Marfim	1 396 000
Vietname	802 500	China	703 700	EUA	3 742 300	Indonésia	465 700
Colômbia	636 000	Sri Lanka	305 800	Índia	2 244 000	Gana	436 600
Indonésia	494 800	Quênia	236 300	Paquistão	1 829 000	Nigéria	338 000
México	338 500	Turquia	178 000	Turquia	876 000	Brasil	192 900
Costa do Marfim	336 200	Indonésia	159 400	Austrália	697 700	Camarões	122 600
Guatemala	312 000	Japão	85 000	Brasil	663 400	Equador	99 900
Índia	292 000	Vietname	76 500	Grécia	443 000	Malásia	98 000
Etiópia	230 000	Irão	66 800	Síria	306 000	Papua Nova Guiné	46 800
Honduras	193 300	Argentina	51 900	Turquemistão	232 600	Colômbia	44 500

Fonte: Dados de 2000, adaptado de Calendário Atlante De Agostini (2003). In FRANCALANCI, F. et al (2003)
À Scoperta do Comércio Justo, Trecentosessanta Gradi, Collana di Strumenti per la Scuola. Bergamo: CTM Altromercato & CESVI Educational.

4. Um terreno de cultivo com cuidados diversos para plantação de cacau, café, chá ou algodão.
5. Não necessariamente, na Inglaterra toma-se chá, mas não se produz chá (as condições de clima e solo não permitem o cultivo da planta do chá). A Inglaterra poderia confeccionar as saquetas do chá (se tivesse as matérias-primas necessárias), mas não produzi-lo.
6. A importância depende da matéria-prima em questão. Por exemplo, o café é economicamente importante, porque o mercado do café é enorme (a compra, venda e consumo do café acontece em larga escala), embora não permita acabar com a fome no mundo.
7. É a relação de compra e venda de matérias-primas e produtos entre países.

2. Apresentação de Movimentos de Economia Solidária Através de um Exemplo (30min)

Comércio Justo

O que é preciso: 1 produto do Comércio Justo (chocolate ou café) e 1 produto similar do comércio convencional para estabelecer uma comparação.

Tempo previsto: 30 minutos

Método/Instruções

- O educador apresenta um produto do Comércio Justo (CJ) e outro do comércio convencional e fá-los circular entre os participantes. (5min)
- Explora elementos informativos do rótulo do produto do CJ: a origem das matérias-primas, o selo *fair trade* (designação internacional para CJ)/*equo e solidale* (designação italiana para Comércio Justo e Solidário), a informação sobre o(s) produtor(es) e/ou a(s) cooperativa(s). Esclarece que os rótulos dos produtos do CJ comercializados em Portugal estão em italiano porque são comprados à Ctm Altromercato (organização italiana, que importa directamente dos países do Sul) pela Equação (importadora e distribuidora portuguesa), a qual coloca uma etiqueta em português destacando algumas informações sobre a origem e os ingredientes do produto. (5min)
- O educador explora o que é o Comércio Justo e Solidário (20min):
 - O que significa dizer justo e solidário em termos de comércio?

A partir das respostas dos participantes, o educador define o que é o CJ e apresenta os princípios e actores fundamentais do CJ:

- um preço justo:** preço que garante aos produtores dos países do Sul e às suas famílias a satisfação das suas necessidades e uma vida mais digna. Este é estabelecido de comum acordo entre produtores e importadores;
- a dignidade no trabalho:** boas condições de trabalho, sem a discriminação de mulheres e deficientes, e sem o recurso à mão-de-obra infantil;
- a participação nos processos de trabalho:** os produtores reúnem-se em organizações que fomentam as tomadas de decisão por parte de todos os trabalhadores;
- o pré-financiamento:** no momento da encomenda o importador antecipa ao produtor até 50% do valor total da mercadoria, de modo a que os produtores possam ter um fundo de maneio que lhes permita fazer

frente às suas necessidades;

- a sustentabilidade ambiental:** privilegiam-se os métodos naturais e de agricultura biológica;
- a solidariedade:** afectação de recursos financeiros para projectos de desenvolvimento local que beneficiam a comunidade (por exemplo, construção de escolas, estradas, hospitais, formação profissional e alfabetização,...);
- a transparência:** informação sobre a estrutura das organizações e das suas actividades, assim como sobre todos os intervenientes na cadeia comercial, sobre os produtos e sobre os métodos de comercialização;
- os produtores:** pequenos artesãos ou agricultores da Ásia, da África e da América Latina;
- as importadoras:** contacto com os produtores, importação e distribuição dos produtos do Comércio Justo e Solidário (prioritariamente nas Lojas do CJ);
- as Lojas do CJ:** comercializam os produtos do Comércio Justo e Solidário, fazem o contacto com o consumidor e também são responsáveis pela sensibilização, informação e promoção dos princípios do Comércio Justo e Solidário;
- os consumidores:** papel fundamental na cadeia do Comércio Justo e Solidário. Ao adquirirem um produto do CJ conferem uma dimensão ética ao consumo, transformando um simples acto quotidiano, numa escolha justa e responsável;

O educador deverá abordar também outros movimentos de economia solidária: finança ética, cooperativas de consumidores, turismo ético e solidário, e agricultura biológica (sugestão complementar: a actividade de comparação de produtos também se pode aplicar à agricultura biológica).

Fonte: Adaptado a partir de material criado por ITECO, Organização Belga de Educação para o Desenvolvimento.

