

# OUTRO CONSUMIDOR É POSSÍVEL

## CONSUMO RESPONSÁVEL E COMÉRCIO JUSTO

**JESÚS MORENO LED**

Tarazona (Zaragoza), Espanha

### **Consumo responsável**

Sem pão, sem roupa, sem casa, sem trabalho, sem cultura... ninguém pode viver com dignidade humana. Necessitamos consumir para viver. A ideologia liberal-capitalista dominante inverte os termos: viver para consumir. O ter sob o ser. O egoísmo sob o amor. As coisas sob as pessoas. O consumir sob o viver.

Diante do consumo compulsivo (consumir por consumir, para sentir-se vivo), o consumo responsável para viver, digna e solidariamente, com todos e com tudo.

\* Consumir menos para compartilhar mais. Em nosso programa de consumo, nunca nos poderemos esquecer da realidade dos que não podem consumir, nem o imprescindível para viver. Isto leva-nos a tornar realidade, a encarnar nosso “dever de ajudar com o próprio “supérfluo” e, às vezes ainda, com o próprio “necessário” para dar ao pobre o indispensável para viver”. Entendendo bem que o “supérfluo” não é o que nos sobra depois de ter tudo; esse supérfluo não existe: sempre necessitamos mais se apostamos num estilo de vida consumista. O supérfluo é tudo aquilo de que não precisamos, uma vez garantidas as necessidades básicas. Dessa maneira, só fica o necessário, que também se está disposto a compartilhar.

\* Consumir com a natureza. Somente aquilo que não a estraga, que não a violenta, que não a destrói. O que estraga a natureza, estraga-nos como seres vivos que formamos parte dela. Um consumo que respeite a floresta, o ar, a água, a camada de ozônio, a biosfera... Evitar todo tipo de produto que violenta a mãe natureza. Ainda que seja por puro egoísmo. “Deus perdoa sempre; o ser humano, algumas vezes; a natureza, nunca”, como diz a sabedoria popular.

\* Consumir seletivamente. É necessário informar-se, olhar as etiquetas e marcas, conhecê-las. Como critério geral, pode servir este: não consumir nunca produtos de transnacionais ou nacionais que não respeitam a natureza, que contaminam o ambiente, que pagam de maneira injusta as matérias-primas, que pagam salários de fome aos operários do Terceiro e Quarto Mundo, que sugam os países mais empobrecidos e não investem neles...

Alguns exemplos podem orientar-nos: Michael Jordan, o jogador de basquete, recebia, ao ano, 20 milhões de dólares por fazer a publicidade da marca NIKE. Esses 20 milhões são uma cifra muito superior à soma total dos salários que os milhares de indonésios (muitos deles crianças), que trabalham para a Nike, recebem durante um ano.

A NESTLÉ exigia da Etiópia seis milhões de dólares como indenização pela nacionalização, em 1975, de uma empresa Nestlé por parte do governo. Etiópia é um dos países com mais fome. A soma exigida representa à Nestlé 0,007% de sua receita anual. Uma autêntica miséria para a marca, e algo vital para Etiópia. E o que é mais grave: o governo etíope teve que declarar-se disposto a pagar para não ser considerado como devedor negligente, fechando-se as portas para os empréstimos dos organismos internacionais e provocando a fuga de qualquer investidor estrangeiro. Como se ajudam os grandes deste mundo! A faturação anual da Nestlé é 13 vezes superior ao produto nacional bruto da Etiópia...

A firma KRAFT, proprietária de SAIMAZA, obtém grandes benefícios de suas marcas de café, porém paga tão pouco aos pequenos produtores, que muitas famílias não podem fazer frente às necessidades básicas. “É uma injustiça que quatro grandes transnacionais controlem o mercado do café. É injusto que elas sejam cada vez mais e mais ricas, às custas da nossa fome e miséria”. E a Kraft apresentou no seu balanço econômico um aumento de benefícios de 80%, no último ano.

A lista pode-se alongar. Muitas das marcas mais famosas são fabricadas com salários de autêntica miséria no Terceiro e Quarto Mundo. Trata-se, portanto, de consumir produtos e marcas que sabemos certamente não serem produtos de tanta injustiça.

### **Comercio Justo**

“O atual funcionamento do comércio internacional é uma das causas estruturais do empobrecimento de muitos países do Sul. O chamado comércio justo não é a solução, mas é uma forma de se comprometer com prática eficaz de solidariedade com os povos do Sul, que ataca essa causa. Além do mais, ela é uma prática em que todos estamos comprometidos”. (Francisco Porcar).

O comércio justo opõe-se a comércio livre. Partem de “filosofias” diametralmente opostas. Uma filosofia do compartilhar, da justiça, dos direitos dos pobres... perante uma filosofia do negócio, do acumular, da marginalização dos pobres, do enriquecimento dos já enriquecidos.... Estas filosofias levam consigo atitudes e objetivos distintos.

O comércio livre busca o aumento de lucros nas mãos dos já donos do dinheiro. Procura manter e aumentar o nível do bem-estar e consumo daqueles que vivem nos países enriquecidos às custas de outros. Multiplicam-se os produtos, cada vez mais desnecessários perante uma vida humanamente sadia e solidária. Cada vez temos mais cachorros inúteis e que sobram.

O comércio justo centra-se nas pessoas e na sua dignidade. Seu objetivo não é o enriquecimento dos ricos e o aumento do consumo dos produtos que já consumimos, exageradamente, mas sim a pretensão de que as pessoas possam viver com aquilo que produzem com seu trabalho, aquilo que nós, os que temos dinheiro, consumimos. Para isso, o comércio justo elimina os intermediários abusivos entre produtor e consumidor; os produtores devem receber um salário justo que lhes permita viver dignamente e devem ser os primeiros beneficiados, ainda que aos consumidores lhes custe um pouco mais, porque os produtos materiais não são produzidos massivamente.

Vejamos os exemplos. Com uma hora de trabalho um operário espanhol pode comprar 4 kg de pão; um trabalhador nigeriano poderá comprar 300 gramas de pão. É consequência do comércio livre: paga-se pouco ao operário de Nigéria, pelo que ele produz; já no Primeiro Mundo pelo mesmo trabalho, paga-se um valor elevado. De cada euro que paga o espanhol no supermercado pelo café, o nicaraguense com a sua família recebe 5% aproximadamente. Lembrando que o valor desse café foi fixado na Bolsa de Nova Iorque. E lá, o camponês nicaraguense, o nigeriano e o brasileiro não são valorizados.

O comércio livre leva aos países, consequências como estas: problemas de alimentação e de fome, pois estes países exportam grande parte de sua produção agrícola. Malásia, 73%; Gâmbia, 60%; Sri Lanka, 57%; Quênia, 46%... A agricultura de muitos países do Sul é orientada a produzir para exportar aos países do Norte. Para que o Norte consuma até de maneira exótica. Nem os grandes proprietários de terras, nem as grandes transnacionais produzem para erradicar a fome e a pobreza, pelo contrário: produzem explorando e vendem ganhando, ganhando e ganhando.

O mercado e o comércio justos são impulsionados pelas diversas ONGs e comunidades religiosas que compram diretamente os produtos de cooperativas de trabalhadores ou de cooperativas criadas por essas mesmas organizações, e os comercializam sem intermediários, pagando um preço justo aos trabalhadores.

Analisadas as coisas desta maneira, não é de se estranhar que os produtos do comércio justo sejam mais caros do que os outros. Mas sabemos o porquê. Porque pagamos o que devemos pagar, para que possa cobrar e viver dignamente quem deve cobrar e tenha direito a viver com dignidade.

### **Juntos, coordenados, unidos.**

Necessitamos comunicarmos entre nós. Dialogar cara a cara, de pessoa a pessoa, de rua em rua, de grupo em grupo... Ampliar esta comunicação interpessoal com o contato e com a união das organizações populares de base, das iniciativas de escolas, das universidades, dos sindicatos, de vizinhos, de comunidades religiosas... Utilizar os meios massivos de comunicação na medida que possamos, e os meios nossos, por muitos simples que sejam.

Boicotar, diretamente, em nossa ação pessoal e familiar. E fazendo tomar consciência os consumidores, de todas as marcas e produtos que com toda segurança sabemos estarem na órbita do imperialismo comercial do mercado. Juntemo-nos às campanhas com este objetivo ou, se for preciso, vamos criá-las nos lugares onde vivemos. Proclamando nomes concretos. Todos os consumidores têm que tomar consciência de que este tema nos afeta e que o nosso esforço, união e compromisso não seja em vão. Nestlé, no assunto que citamos, retificou-se em parte pela pressão de determinadas ONGs.

Isto podemos fazer nós, os consumidores. Para isso, temos que converter nosso consumo necessário num meio de fazer frente ao poderoso mercado livre e imperialista. Não nos é pedido um grande esforço, mas sim que sejamos coerentes com o que sabemos e pensamos; e que sejamos éticos na nossa atuação pessoal e familiar. A nós é pedido um pouco de dedicação de tempo para selecionar os produtos que compramos. A nós é pedido a superação da tentação tão freqüente de pensar que, como a grande maioria não faz, não vai adiantar nada, as grandes companhias não perceberão nada. Mas, certamente, notarão, ainda que não seja tudo o que queríamos. Porque não pensar que a extensão de ações assim é possível e que chegará o dia em que milhões de pessoas possam frear o enriquecimento indecente dos que já nadam na abundância?