

Consumo Solidário

Euclides André Mance

Instituto de Filosofia da Libertação

Curitiba, novembro de 2002

Definição Sintética

Consumo solidário significa consumir bens ou serviços que atendam as necessidades e desejos do consumidor, visando: a) realizar o seu livre bem viver pessoal; b) promover o bem viver dos trabalhadores que elaboram, distribuíram e comercializaram aquele produto ou serviço; c) manter o equilíbrio dos ecossistemas; d) contribuir para a construção de sociedades justas e solidárias.

Definição Analítica

O consumo é o momento final do processo produtivo. Teoricamente, é em função do consumo que o processo de produção se organiza, embora nas sociedades capitalistas o próprio consumo seja concebido apenas como uma mediação para o giro da produção, para a conversão do valor econômico objetivo em valor econômico geral, viabilizando a realização do lucro e o acúmulo de mais-valia. O consumo, como tal, pode ser analisado em *consumo produtivo* (consumo de insumos, energia, etc) para a realização de um bem ou serviço e *consumo final*, compreendido como acabamento do produto, fruição do bem ou serviço.

Entre outras classificações, o consumo pode ser deslindado em quatro classes: alienado, compulsório, para o bem-viver e solidário.

O *consumo alienado* caracteriza o consumo praticado por influência das semioses publicitárias. A mercadoria neste caso cumpre fundamentalmente o papel de objeto suporte, sendo modelizada sob diversas semióticas que a associam imaginariamente a propriedades extrínsecas que ela não contém, mas em razão das quais é interpretada e consumida. Gerando desejos e fantasias, as propagandas movem as pessoas a comprar os produtos, associando-os a outras coisas, situações ou identidades que as pessoas gostariam de ter, usufruir ou ser. Ao comprar os produtos, entretanto, as pessoas asseguram a realização do lucro viabilizando a completude do giro da produção capitalista.

O *consumo compulsório* é aquele que se é obrigado a realizar para satisfazer necessidades biológicas, culturais e situacionais e que ocorre quando a pessoa tem poucos recursos para atendê-las ou não há alternativas para escolher. Neste caso, quando a pessoa realiza suas compras, busca sempre o que for mais barato, mesmo que o produto seja ruim. O que importa é levar para casa a maior quantidade possível. Aqui as pessoas não estão preocupados com a qualidade do produto nem com as marcas famosas, mas em maximizar a quantidade do que poderão comprar com o mesmo dinheiro. Em outro exemplo, se o único modo de irmos a algum lugar é passar por uma rodovia bloqueada por um pedágio e não temos outra escolha a não ser pagá-lo para nela transitar, então também aí se pratica o consumo compulsório.

O *consumo para o bem-viver* ocorre quando as pessoas não se deixam levar pelas artimanhas publicitárias e, tendo recursos que possibilitam escolher o que comprar, optam por aqueles produtos e serviços que sejam satisfatórios para realizar o seu próprio bem viver, garantindo sua singularidade como seres humanos.

Por fim, o *consumo solidário* é aquele praticado em função não apenas do próprio bem-viver pessoal mas também do bem-viver coletivo, em favor dos trabalhadores que produziram aquele bem ou serviço e da manutenção do equilíbrio dos ecossistemas. Trata-se pois do consumo em que se dá preferência aos produtos e serviços da economia solidária ao invés de consumir produtos de empresas que exploram os trabalhadores e degradam os ecossistemas. O consumo solidário é praticado também com vistas a contribuir na geração de postos de trabalho que possam ser ocupados pelos que estão desempregados, assegurando-lhes condições dignas de vida; para preservar o equilíbrio dos ecossistemas e para melhorar o padrão de renda de todos os que participam das redes solidárias, combatendo-se assim a exclusão social e a degradação ambiental.

Importância Atual

O consumo solidário dos produtos e serviços das redes possibilitam que seus empreendimentos vendam toda a sua produção, ampliando-se o excedente alcançado e as possibilidades de seu reinvestimento coletivo na implantação de outros empreendimentos solidários, gerando-se portanto novos postos de trabalho e possibilitando a produção de outros bens e serviços ainda não disponibilizados nessas

redes, assegurando-se maior oferta de bens e serviços aos consumidores em diversidade e qualidade, bem como a distribuição de renda pela incorporação de mais pessoas ao processo produtivo, o que por sua vez possibilita o aumento de demanda e satisfação por produtos finais, preservando-se o equilíbrio dos ecossistemas.

Gênese e Desenvolvimento Histórico

O conceito de consumo solidário é sucedâneo à noção de consumo crítico, desenvolvido nas últimas décadas, tendo origem em posições dos movimentos ecológicos e de defesa dos consumidores. Sob a lógica do consumo crítico, cada ato de consumo é um gesto de dimensão planetária, que pode tornar o consumidor um cúmplice de ações desumanas e ecologicamente prejudiciais - podendo o consumo ser poluidor, insustentável e opressivo. Não se trata somente de considerar o lixo final derivado do consumo - invólucros, embalagens, etc -, mas o impacto ambiental do próprio processo produtivo, que pode ser insustentável, provocando fenômenos não apenas de esgotamento de recursos, como também alterações prejudiciais aos ecossistemas locais e planetário, como a ampliação do buraco na camada de ozônio, o efeito estufa, a alteração de correntes de ar, chuvas ácidas, etc, cujas conseqüências são dramáticas para as populações e para o planeta como um todo. Além disso, o consumo pode configurar-se também como uma forma de convivência com a opressão e a injustiça, quando consumimos produtos que resultam de atividades produtivas desumanas a que estão submetidos trabalhadores e trabalhadoras, inclusive crianças. Frente a esta situação, considerando-se o aspecto ecológico, propõe-se ao consumidor os famosos 4R: a) *reduzir* o consumo de itens inúteis, descartáveis, que dispendem recursos não renováveis, etc; b) *recuperar através da reciclagem* o que for possível; c) *recuperar os bens através da sua reutilização*, abandonando modismos, adquirindo produtos usados, etc; d) *reparar* os bens que se danificam, aumentando sua vida útil. Além disso, propõe-se não desperdiçar energia (petróleo e outros recursos); manter uma posição defensiva nos supermercados (uma vez que a música ambiente, exposição dos objetos, entregas a domicilio, facilitação de pagamento, publicidades e outros elementos visam mover ao consumo de bens que, a rigor, seriam dispensáveis); encorajar os serviços coletivos - em particular o uso do transporte público - ou a utilização coletiva de equipamentos, tais como, lavadoras, computadores, etc; por fim, superar o medo da sobriedade, isto é, perceber que é possível viver confortavelmente, dispondo de

menos objetos e utensílios que nada acrescentam significativamente às mediações que necessitamos ao bem viver.

Para pressionar as empresas a fim de que tenham práticas socialmente justas e ecologicamente sustentáveis, os consumidores têm à sua disposição dois instrumentos, para condicioná-las à adoção de certos critérios de produção e comércio: o boicote e o consumo crítico. O *boicote* consiste na “... interrupção organizada e temporária da aquisição de um ou mais produtos para forçar a sociedade produtora a abandonar certos comportamentos.”(CNMDS, 1998, p.18). Por sua vez, o *consumo crítico* é “...uma postura permanente de escolha, toda vez que fazemos algum gasto, frente a tudo o que compramos. Concretamente, o consumo crítico consiste em escolher-se os produtos tendo por base não somente o preço e a qualidade destes, mas também a sua história e a dos produtos similares, e o comportamento das empresas que os oferecem.” (CNMDS, 1998, p.19) Desse modo, o consumo crítico se apoia sobre o exame dos produtos e das empresas que os elaboram, permitindo ao consumidor que suas escolhas se pautem por critérios conscientes, considerando além das qualidades técnicas dos produtos e seus similares, os impactos de sua produção e consumo sob uma perspectiva econômica, ética e ecológica.

O consumo crítico distingue-se do consumo solidário, uma vez que é possível praticar-se o consumo crítico comprando produtos de empresas capitalistas ou de empresas solidárias, ao passo que o consumo solidário somente é possível de ser praticado ao comprar-se produtos e serviços que sejam oriundos da economia solidária.

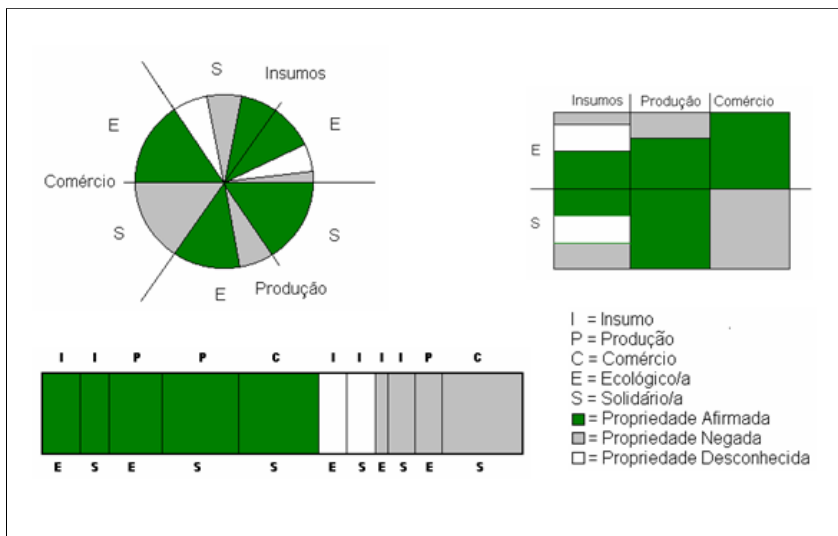
Atualidade e Importância. Principais Controvérsias. Avaliação Crítica (limites, problemas e desafios)

A difusão do consumo solidário é um dos elementos centrais à estratégia de expansão das redes de colaboração solidária ou de certa parcela das redes de economia solidária. A difusão desse consumo possibilitaria aos empreendimentos a venda de toda a sua produção e a geração de excedentes que, reinvestidos coletivamente, permitiriam montar novos empreendimentos autogeridos, remontando as cadeias produtivas e expandindo as redes, diversificando as ofertas e ampliando o seu número de consumidores.

Duas são as principais objeções à prática do consumo solidário como estratégia de enfrentamento da reprodução do capitalismo. A primeira

diz que a realização do consumo solidário "... pressupõe um conhecimento a respeito de cada produto – desde quem os produziu, a forma como foi feita, o material utilizado e os impactos da produção e consumo desses produtos no meio ambiente e na sociedade – que é impossível de ter." (ASSMANN e MO SUNG, 2000, p.150). A Segunda afirma que "ao proteger as pequenas unidades solidárias de produção, o consumo solidário lhes poupa a necessidade de se atualizar tecnicamente, levando-as a se acomodar numa situação de inferioridade, em que ficam vegetando."(SINGER, 2002, p.119).

Quanto à primeira objeção, é possível representar-se facilmente em um selo os aspectos solidários e ecológicos de qualquer produto ou serviço considerando-se toda a sua cadeia produtiva. Um selo deste tipo se compõe de uma figura dividida basicamente em três partes reservadas aos aspectos de: insumos, produção e comercialização, sendo cada parte dessas subdividida em outras duas, que se referem às propriedades solidárias e ecológicas dos insumos, da produção e da comercialização. Cada um desses seis campos, por sua vez, pode ser preenchido, em proporções diversas, com cores distintas indicando afirmação, negação ou desconhecimento daquela propriedade. A proporção de preenchimento tanto pode corresponder ao valor relativo de custos dos diversos itens de certos campos quanto seguir padrões pré-estabelecidos pelas redes.



Considerando-se diversas escalas dessas proporções pode-se gerar códigos de barras capazes de armazenar as informações das cadeias produtivas peculiares a cada produto, como no exemplo do código simplificado, abaixo. Na primeira parte da barra tem-se a especificação do caráter *solidário* e *ecológico* e na segunda parte do *não-solidário* e *não-ecológico*. Assim, quanto mais próximo de 9 estiverem as barras da primeira parte, mais ecológico e solidário será o produto. Quanto mais próximo de 9 estiverem as barras da segunda parte, menos solidário e ecológico. Em ambas as partes, o primeiro par de dígitos refere-se aos insumos, o segundo à produção e o terceiro ao comércio. Em cada par, o primeiro número indica a propriedade ecológica e o segundo a solidária.



Assim, basta considerar a participação dos insumos diversos na composição do produto final para gerar-se as proporções correspondentes ao novo selo para tal produto.

Quanto à segunda objeção, desconsidera-se que o consumo solidário é uma modalidade do consumo para o bem-viver. Se o produto assegura o bem viver do consumidor e o processo produtivo assegura o bem viver dos produtores e o equilíbrio do ecossistema, não há problema em que ele seja mantido em tais parâmetros de sustentabilidade técnica, social e ecológica. Entretanto, se o produto deixa de satisfazer o bem viver dos consumidores, em razão do refinamento da sensibilidade destes, ou o processo produtivo inviabiliza a geração de mais tempo livre, considerando o desenvolvimento tecnológico já alcançado socialmente, então caberá às redes solidárias promover as transformações requeridas para que os novos padrões de bem viver tecnologicamente possíveis, socialmente requeridos e ecologicamente sustentáveis sejam adotados nos empreendimentos que ela integra, posto que isso é vantajoso para consumidores e trabalhadores.

Referências

- ASSMANN, Hugo & MO SUNG, Jung. *Competência e Sensibilidade Solidária – Educar para a Esperança*, 1ª Edição, Vozes, Petrópolis, 2000
- CNMDS - Centro Nuovo Modello di Sviluppo. *Guida al Consumo Critico*. EMI, Bologna, 1998.
- MANCE, Euclides André. *Redes de Colaboração Solidária*. Petrópolis, Ed. Vozes, 2002
- MANCE, Euclides André. *A Revolução das Redes*. Petrópolis, Ed. Vozes, 2000
- SINGER, Paul. *Introdução à Economia Solidária*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2002