

A ÉTICA NO CONSUMO: UM ATO POLÍTICO

O movimento pela ética no consumo é mundial. Novas leis e políticas públicas de meio ambiente têm ajudado a transformar a mentalidade das empresas até através da repressão. Surge também um novo tipo de consumidor, um tipo de militante político que se multiplica no Brasil e no mundo. É gente que não se ilude com consumismo, com marcas de grife ou propaganda. Não comprariam produtos de empresas envolvidas em escândalos, roubalheiras ou sonegação. São consumidores que não usam cosméticos que sacrificam animais em testes. Preferem carros que poluam menos e não compram produtos de empresas que exploram o trabalho infantil ou não cumprem com suas obrigações trabalhistas.

A revista do Globo de 26 de agosto deste ano publicou os dados de pesquisas do Instituto Akatu em que estima em cerca de 16% e 17% o número de consumidores conscientes. Foram feitas quatro grandes pesquisas sobre consumo sustentável, que foram publicadas pelo ISER (Instituto Superior de Estudos da Religião). Temos no Brasil cerca de 6% da população com o mais alto nível de consciência; desse número, 52% são pessoas das classes C e D, e 37% delas só têm a educação fundamental. Muitas vezes, falta dinheiro para consumir, por exemplo, um alimento sem agrotóxicos. A maioria gasta 40% da renda com alimentação e não pode triplicar seus gastos com arroz e vegetais orgânicos, muito mais caros.

A experimentação animal deve ser combatida e evitada. Produtos que usam cobaias em testes cruéis jamais podem ser usados pelos consumidores engajados nesta luta.

Dicas de consumidores conscientes:

Investigar na embalagem a procedência do produto. Pode-se também investigar o processo de produção através dos serviços de atendimento ao consumidor. Os produtos orgânicos têm o selo do Abio. O mesmo acontece com a madeira de origem garantida (tem o selo do Ibama) e com as que usam material reciclado. Além disso, muitas empresas expõem no rótulo suas ações de responsabilidade social.

Além do boicote aos produtos incorretos, há maior cobrança do papel das empresas, obrigando-a a oferecer aos seus consumidores produtos que respeitem o meio ambiente e promovam o bem-estar das comunidades. Esta nova ética de consumo fez 50 empresas brasileiras criarem o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS). Segundo o presidente da entidade, Fernando Almeida, as empresas associadas trabalham com o conceito de ecoeficiência, que é de produzir mais e melhor com menos. Um exemplo é a Natura, que usa matéria prima da Amazônia integrando suas populações sem devastar a natureza.

Há também profissionais que fazem questão de só trabalhar com empresas politicamente ou ecologicamente corretas. São empresas “do bem”:

Amazon life – produz couro ecológico, ajuda as populações da Amazônia e preserva o meio ambiente.

Ayurveda – cosméticos naturais vendidos na Loja Benzem.

Granado – pioneira em sabonetes de óleos vegetais, agora, com o selo 100% vegetal.

Faber Castell, Banco Real e Leo Madeiras – ligadas à proteção ambiental.

A questão dos transgênicos é outra luta. A obrigatoriedade de rótulos em produtos transgênicos vem sendo discutida e pode se tornar obrigatória se lutarmos por isso. O Iser fez uma pesquisa com cem formadores de opinião sobre transgênicos e o Instituto Vox Populi ouvirá dois mil brasileiros sobre o tema. A proposta é que em breve os alimentos transgênicos tenham selos de identificação. O selo será uma vitória dos consumidores engajados.

OS 12 PASSOS DO CONSUMIDOR CONSCIENTE (SEGUNDO O INSTITUTO AKATU)

- 1- FAÇA PLANOS: A impulsividade é inimiga do consumo consciente.
- 2- SEM IMPACTO : Pense no meio ambiente e na sociedade.
- 3- SEM EXAGEROS: Viva com menos.
- 4- RECICLE : Conserte, transforme e reutilize.
- 5- LIXO : Recicle para economizar recursos naturais e gerar empregos.
- 6- CRÉDITO: Só compre o que poderá pagar.
- 7- RESPONSABILIDADE SOCIAL – Exija das empresas esse compromisso.
- 8- PIRATAS NÃO ! Comércio legal combate a violência.
- 9- PARTICIPE: Faça críticas e sugestões.
- 10- PROPAGANDA: Seja um militante do consumo consciente.
- 11- COBRANÇA POLÍTICA : Exija de partidos ações que viabilizem o consumo consciente.
- 12- VALORES ÉTICOS: Avalie os princípios que guiam os seus hábitos de consumo.

Fonte: Revista O Globo , 26/03/2006.

A OTS /RJ sugere aos Teosofistas uma ação de busca e divulgação de resultados de pesquisa de produtos e empresas que trabalhem de uma maneira ética, bem como das que devem ser evitadas por consumidores conscientes. Seria uma proposta de trabalho interessante se conseguíssemos organizar um banco de dados com possibilidade de consultas.

No livro a Vida Secreta da Natureza, Carlos Aveline faz a seguinte advertência:

“Sabemos, hoje, que a natureza obedece à lei do carma e nos trata do mesmo modo que a tratamos. Não podemos destruir a vida ao nosso redor e pensar que continuaremos vivos. Esta mesma compreensão fundamental, quando chega até o pensamento econômico assume a forma de um compromisso com formas de desenvolvimento da vida material que sejam ecologicamente sustentáveis, isto é, duráveis”.

Os anos de ativismo ecológico, com grandes campanhas, propaganda e denúncias passaram. De momento, o despertar ecológico está ocorrendo de modo silencioso, quase imperceptível, à revelia dos governos. E está ocorrendo passo a passo do despertar espiritual.

A economia está mudando em função do desafio ecológico, mas isso não é resultado da pressão das burocracias governamentais. As novas gerações de executivos estão buscando ou construindo empresas criativas, éticas, ecologicamente corretas...

Grande parte da transformação ecológica da sociedade vem sendo feita através da ação dos consumidores. No hemisfério norte, onde os movimentos ecologistas contam com milhões de associados, as campanhas ecológicas são vitoriosas porque conseguem o boicote do consumidor contra as empresas que não respeitam o meio ambiente. O movimento ecologista poderá mobilizar multidões, no Brasil, quando descobrir como atuar vitoriosamente” .