



Série  
Trocando  
Ideias

Caderno 3

Consumo e  
Economia  
Solidária



projeto nacional de  
**Comercialização**  
**Solidária**

*Consumo e*  
*Economia*  
*Solidária*

## Consumo e Economia Solidária

Caderno 3 da Série "Trocando Ideias"

Realização: Instituto Marista de Solidariedade - IMS

Diretor: Vicente Falqueto

Gerência Social – UBEE/UNBEC

Gerente Social: Cláudia Laureth Faquinote

Coordenação da Publicação: Rizoneide Souza Amorim / Shirlei A. A. Silva

Elaboração do Texto: Euclides André Mance

Projeto gráfico e Diagramação: Lavínia Design

Instituto Marista de Solidariedade

SDS, Bloco F, Nº 27, Conjunto Baracat Salas 113/115

Brasília-DF CEP: 70392-900

Fones: (61) 3224.1100 / 3321.4955 Fax: (61) 3226.6422

E-mail: [ims@marista.edu.br](mailto:ims@marista.edu.br)

Site: [www.ims.org.br](http://www.ims.org.br)

## Introdução

Veremos nessa cartilha o significado do consumo como atividade econômica e o seu impacto nas cadeias produtivas. Veremos igualmente que o consumo solidário, com seu caráter ético e político, é um exercício de poder fundamental para a transformação da economia como um todo e para a expansão sustentável da Economia Solidária.

Boa leitura a todos e todas.

## O que é o Consumo?

Associa-se o consumo ao gasto, uso, emprego ou fruição de um bem ou serviço. Ele pode ser dividido em dois tipos, *consumo produtivo* e *consumo final*:

- o *consumo produtivo* refere-se ao consumo de matérias-primas, energia, força de trabalho etc., necessários para a produção ou realização de um novo bem ou serviço. Por exemplo, na produção de um bolo são consumidos ovos, farinha, açúcar, gás de cozinha, que irão resultar no bolo como produto.
- o *consumo final* é a consumação do produto, a fruição do bem ou serviço. Por exemplo, o consumo de um pedaço de bolo no café da manhã. Trata-se da etapa final ou do momento de acabamento do processo produtivo. Em se tratando do consumo de mercadorias, é precedido pelas etapas de produção, armazenagem, distribuição e comercialização.

É em função do consumo, tanto o final quanto o produtivo, que o processo de produção é, geralmente, organizado. Nas sociedades capitalistas, entretanto, o consumo acaba sendo induzido pelas empresas com vistas a girar a produção pela venda das mercadorias, viabilizando a obtenção do lucro e o acúmulo de capital. Com essa finalidade, *a vida útil de muitos produtos é encurtada* para que as pessoas tenham de comprar mais vezes produtos novos de um mesmo tipo. E, igualmente, *estratégias de marketing* são adotadas (entre elas as propagandas) para levar as pessoas a comprarem produtos que nem sempre são necessários ao seu bem-viver.

Tanto o consumo final como o consumo produtivo podem ser compreendidos em diversas classes, tais como: consumo alienado,





consumo compulsório ou forçoso, consumo para o bem-viver e consumo solidário.

## O Consumo Alienado

O *consumo alienado* é, em geral, praticado por influência das propagandas e publicidades. Graças a elas, a mercadoria fica associada a características que ela não tem, mas em razão das quais será comprada. Por exemplo. A fábrica produz desodorante, mas o que a propaganda associa ao produto é a capacidade de sedução que imaginariamente aquele produto traria ao seu utilizador ou utilizadora.

Assim, gerando desejos e fantasias, as propagandas movem as pessoas a comprar determinados produtos de determinadas marcas, não propriamente pelas suas funções objetivas de uso (similares às de outros produtos de mesmo tipo disponíveis no mercado), mas por associá-los a outras coisas, situações ou identidades que as pessoas gostariam de ter, usufruir ou ser.

É em razão de tais características que, na maioria das vezes, os produtos são interpretados e consumidos. Ao comprar tais produtos, entretanto, as pessoas asseguram a realização do lucro de determinada empresa e não de sua concorrente, viabilizando desse modo a completude do seu giro de produção, a geração de lucros e o acúmulo de capital.

O consumo alienado, portanto, está na base do *consumismo* que é o ato de consumir indiscriminadamente, sem a percepção de

que os produtos e serviços consumidos, seja em razão de suas qualidades específicas, seja em razão do volume e do modo como são consumidos, podem ser prejudiciais ao próprio indivíduo e aos ecossistemas.

## O Consumo Compulsório ou Forçoso

O *consumo compulsório* ou forçoso é aquele que se é obrigado a realizar para satisfazer necessidades naturais, culturais ou exigências de situações específicas, das quais não há como escapar. Geralmente o consumo compulsório ou forçoso ocorre quando não há alternativas para escolher (por exemplo, quando se é obrigado a pagar um pedágio, pois não há outro caminho para seguir em frente) ou quando a pessoa tem poucos recursos para atender as suas necessidades, buscando nesse caso sempre o mais barato, mesmo que o produto não seja de boa qualidade, visando essencialmente alcançar a quantidade requerida para o atendimento de suas necessidades.

## O Consumo e o Bem-Viver

O *consumo para o bem-viver* ocorre quando o consumidor não se deixa levar pelas artimanhas publicitárias e, tendo recursos que possibilitam escolher o que comprar, opta por aqueles produtos





e serviços que sejam mais adequados à realização de seu próprio bem-viver, à satisfação de sua singularidade como ser humano. Como o bem-viver de cada pessoa é diferente, também as suas escolhas de consumo serão diferentes, selecionando-se produtos conforme a sua sensibilidade, necessidades, objetivos, desejos e gostos.

## O Consumo Solidário

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 produzem, distribuem e comercializam os bens e serviços consumidos e, igualmente, em favor da proteção dos ecossistemas. Trata-se do consumo em que se dá preferência aos produtos e serviços da Economia Solidária em relação aos produtos de empresas que exploram os(as) trabalhadores(as) e degradam os ecossistemas.

O consumo solidário é igualmente praticado com vistas a contribuir na geração e manutenção de postos de trabalho sob estratégias de desenvolvimento sustentável, para preservar o equilíbrio dos ecossistemas e para melhorar o padrão de consumo dos participantes de redes colaborativas solidárias, contribuindo assim para a construção de sociedades mais justas e sustentáveis, combatendo-se a exclusão social e a degradação ambiental.

A adoção de preços *justos*, negociados com autonomia entre produtores, comerciantes e consumidores no interior de redes colaborativas solidárias, com base em critérios éticos e econômicos,

remunerando de maneira justa o trabalho e com preços acessíveis aos consumidores, favorece a todos.

Na prática deste consumo são privilegiadas as *cadeias produtivas curtas* (isto é, em que a distância entre o local de produção e o local de consumo é pequena) e a *remontagem solidária das cadeias produtivas*, suprimindo-se os focos de concentração de riqueza em seu interior, particularmente nos processos de intermediação, logística e de financiamento da produção e do consumo.

## O Consumo Solidário como Exercício do Poder

O consumo é, pois, um exercício de poder pelo qual efetivamente pode-se tanto apoiar a exploração de seres humanos, a destruição progressiva do planeta, a concentração de riquezas e a exclusão social quanto contrapor-se a este modo lesivo de produção, distribuição e comercialização.

### 1. O Consumo Solidário como exercício de poder

A prática do *consumo solidário* (que é uma modalidade de consumo para o bem-viver) contribui para a ampliação das liberdades públicas e privadas, para a desconcentração da riqueza e para o desenvolvimento sustentável.

Quando uma pessoa seleciona e consome produtos e serviços da economia solidária, o valor econômico por ela empregado para





tal consumo realimenta a produção solidária em função do *bem-viver* de todos que integram as redes solidárias de produtores e consumidores e, igualmente, realimenta a manutenção do equilíbrio dinâmico dos ecossistemas.

## 2. O Boicote e o Consumo Crítico como exercícios de poder

Para pressionar as empresas não-solidárias a fim de que tenham práticas socialmente justas e ecologicamente sustentáveis, os consumidores podem recorrer ao boicote e ao consumo crítico.

O *boicote* consiste na interrupção organizada e temporária da compra de um ou mais produtos forçando a empresa que os produz a abandonar comportamentos indesejados.

Por sua vez, o *consumo crítico* é a atitude permanente de escolher os produtos tendo por base – além do seu preço e qualidade técnica – também a sua história e a dos produtos similares, considerando-se igualmente o comportamento das empresas que os produzem.

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 comprarem-se produtos e serviços que sejam oriundos da economia solidária*.

Sob a lógica do *consumo crítico*, 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 naturais, 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 consequências 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 e cruéis.

Frente a esta situação, considerando-se o aspecto ecológico, propõem-se ao consumidor os famosos "4R":

- REDUÇÃO do consumo de itens inúteis, descartáveis, que dependem recursos não renováveis;
- REUTILIZAÇÃO dos bens, abandonando modismos, adquirindo produtos usados;
- REPARAÇÃO dos bens que se danificam, aumentando sua vida útil;
- RECICLAGEM de tudo que seja possível, reduzindo o descarte e a emissão de resíduos.

Além disso, propõe-se:

- não desperdiçar energia (petróleo e outros recursos) e privilegiar o uso da energia renovável;
- manter uma posição defensiva nos supermercados (uma vez que a música ambiente, exposição dos objetos, entregas em domicílio, facilitação de pagamento, incentivo ao endividamento, 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;





- 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.

## O Impacto do Consumo Solidário nas Redes de Economia Solidária

A difusão do consumo solidário é um dos elementos centrais à expansão das redes colaborativas de Economia Solidária. O consumo solidário dos produtos e serviços dessas redes possibilita que seus empreendimentos vendam toda a sua produção, ampliando-se o excedente alcançado e, com isso, aumentando as possibilidades de reinvestimento coletivo, favorecendo a implantação de novos empreendimentos solidários e a remontagem sustentável das cadeias produtivas.

Com isto, geram-se postos de trabalho e possibilita-se a produção de outros bens e serviços ainda não disponibilizados nessas redes, assegurando-se sua oferta aos(as) consumidores(as) em maior diversidade e melhor qualidade.

Por fim, é incrementada a distribuição de renda pela incorporação de mais pessoas ao processo produtivo (mais gente trabalhando e com renda), o que por sua vez aumenta a demanda final (mais gente com condições de comprar) e de sua satisfação com produtos e serviços de Economia Solidária, preservando-se o equilíbrio dos ecossistemas.

## Conclusão

Vimos nessa cartilha que o ato de consumo não é apenas econômico, mas também ético e político. A pessoa que consome um produto ou serviço cuja elaboração e/ou oferecimento impliquem na exploração de seres humanos ou em danos aos ecossistemas é corresponsável por estes feitos. Pois seu ato de compra contribui para que os responsáveis por essa opressão econômica e pela agressão ambiental gerem lucros e continuem a operar do mesmo modo, reproduzindo práticas socialmente injustas e ecologicamente danosas. Por outro lado, se a pessoa compra produtos e serviços da Economia Solidária, seu consumo contribui para a construção de uma nova economia, mais justa e solidária.

Assim, o consumo solidário é uma das chaves para a transformação global da economia. A sua prática significa a busca do bem-viver pessoal em harmonia com o bem-viver coletivo, em harmonia com o equilíbrio dinâmico dos ecossistemas. Não há desenvolvimento sustentável sem a expansão da Economia Solidária. E não há Economia Solidária, sem a prática da autogestão e do consumo solidário.



## Referências Bibliográficas e Fontes de Compilação

---

MANCE, E. A. *A revolução das redes*. Petrópolis: Vozes, 2000.

\_\_\_\_\_. "Consumo Solidário" in Antonio CATTANI. "A Outra Economia", Porto Alegre, Ed. Veraz, 2003.





projeto nacional de  
**Comercialização  
Solidária**

Realização:



**Secretaria Nacional  
de Economia Solidária**

**Ministério do  
Trabalho e Emprego**



Parceria:

