

As contradições do mundo actual

Autoria: Ana Rávia Borges Badue, Arturo Palma Torres, Fabiola Marono Zerbini, Renata Pistelli, Yaël Clec'h. (2005) In: *Manual pedagógico. Entender para intervir: por uma educação para o Consumo Responsável e o Comércio Justo* pp. 17-18. Artisans du Monde & Instituto Kairos. S. Paulo, Brasil.

A realidade do mundo onde vivemos está repleta de paradoxos. De uma parte, os avanços das ciências e da tecnologia global permitem viver mais tempo, diminuir a mortalidade infantil, reduzir a fome no mundo, diminuir a explosão demográfica, produzir de forma melhor e mais sofisticada, satisfazer as nossas necessidades, etc. De outra parte, a desigualdade da distribuição das benfeitorias nunca foi tão grande entre os que aproveitam do progresso e aqueles que não têm acesso a ele. No mundo onde nunca houve tanta produção de riqueza² somente 20% da população mundial consomem mais de 80% da riqueza produzida e os 80% tentam sobreviver com 20% desta riqueza. 826 milhões de pessoas são desnutridas! Dois mil milhões de pessoas sofrem de má nutrição! Na realidade, os modos dominantes de produção e de distribuição de renda, que são capazes de gerar enormes riquezas, ignoram as catástrofes sociais e ambientais que provocam.

Em síntese, nosso mundo é controlado por oligopólios e sustentado por lógicas financeiras que acentuam a concentração económica com o único objetivo de aumentar o lucro dos investidores. O sistema produtivo e a concentração de riqueza material e monetária excluem mil milhões de seres humanos, deixando à margem milhões de produtores rurais e urbanos, famílias inteiras que não têm acesso aos direitos fundamentais³ – de alimentação, de moradia, de educação, de saúde, de trabalho – que lhes permitam viver dignamente. Ao mesmo tempo, essa lógica económica destrói os recursos naturais do planeta e a biodiversidade, poluindo os bens comuns essenciais à vida.

Nesse contexto, uma pergunta deve ser feita: como é possível um sistema injusto, contraditório em relação aos direitos sociais, económicos e culturais, manter-se e progredir? A resposta encontra-se na força de alguns dogmas ideológicos que permeiam a sociedade contemporânea e são partilhados pela maioria da população mundial. Entre os mais fortes de nossa contemporaneidade, podemos citar: a liberdade do comércio e a liberdade de escolha do consumidor.

Para quem acredita na liberdade do comércio, basta saber que aproximadamente 80% das transacções do comércio internacional são realizadas pelas 200 maiores companhias transnacionais e suas filiais espalhadas pelo mundo. Esse dado já é suficiente para compreendermos que a dita liberdade é uma grande ilusão e que a lógica do sistema capitalista fundamenta-se muito mais na concentração e na eliminação da concorrência do que na promoção de empresas de comércio local. A fase da globalização neoliberal que hoje nós vivemos só faz reforçar esta lógica.

O dogma da livre escolha do consumidor parece um pouco mais difícil de ser desconstruído, pois se trata de um mecanismo ideológico de alienação e de dominação. Em princípio, governos e multinacionais têm razão de fazer a apologia do consumo para estimular o crescimento. Mas como falar em crescimento em um mundo onde mais de dois mil milhões de seres humanos sofrem de desnutrição? Onde a maioria da população não consome o mínimo necessário para viver? Objetivamente, esses mil milhões de pessoas não têm nenhuma possibilidade de escolha na medida em que não têm sequer acesso ao consumo! Como se explica, assim, a dominação do dogma da livre escolha de consumo em relação aos habitantes do planeta sem que os mais pobres possam ser contemplados?

O problema é que aqui nós tratamos de representações e não da realidade objetiva. A verdade é que, tanto nos países ricos como nos pobres, uma grande parcela da população sequer sonha em se tornar consumidor, ou seja escolher livremente entre os milhares de centenas de produtos expostos nos supermercados ou glorificados pela publicidade. Eis uma das forças do dogma: ele é real nas representações, não somente dos verdadeiros consumidores, mas também na dos excluídos do consumo! Basicamente, todos têm o direito mais que absoluto de satisfazer suas necessidades e de consumir. Mas a força do consumo alienado explica-se, sobretudo, pela força das imagens, das miragens que nos assolam quotidianamente através dos meios de comunicação modernos. Eis a verdadeira ilusão!

² Mencionam os termos do Produto Interno Bruto - PIB

³ Direitos consagrados pelo Tratado Internacional sobre os Direitos Económicos, Sociais e Culturais – (D.E.S.C.), das Nações Unidas, de 1966.