

Consumismo VS Ética - O que é aceite pelo consumidor?

 *Tiago Amaral Ribeiro da Silva*

2170897@iscap.ipp.pt

<https://orcid.org/0000-0003-2832-2901>

ISCAP, Instituto Politécnico do Porto

P. PORTO
ISCAP

Revista Técnica de
Tendências em
Comunicação
Empresarial

Resumo

Com a evolução da sociedade, nós consumimos cada vez mais e, em simultâneo, nos tornamos mais conscientes sobre a ética das empresas e dos produtos que elas produzem, o que cria uma certa dualidade e confronto ente os dois extremos, o que o consumidor quer e o que ele aceita / acredita que seja ético para obter o que quer. No artigo, pretendo analisar e comentar sobre a dualidade referida acima e como isso afeta não só os produtos que são comercializados, como também de que forma as empresas comunicam e “manipulam” os consumidores para estes aceitarem as suas práticas e continuarem a consumir os seus produtos.

Palavras-chave: Ética, Consumo, Sociedade, Empresas

Abstract

With society's evolution, we consume more and more while at the same time we are more careful and interested in ethical behaviour by the companies and their products, which brings to light a duality between what the consumer wants to buy and what he accepts as ethical enough to acquire what he wants. In this article, I want to analyse and comment on such duality and how that affects not only the products that are sold, but also how the companies communicate and try to “control” customers, so they accept their practices and keep consuming their products.

Keywords: Ethics, Consumption, Society, Companies

Consumismo VS Ética - O que é aceite pelo consumidor?

Como todos sabemos, hoje em dia a vivemos numa sociedade muito consumista, característica das sociedades modernas capitalistas e da expansão da globalização. O marketing agressivo das empresas e as mensagens publicitárias veiculados nas mídias, tem a gerado uma população consumista e alienada. Ou seja, que impossibilita os indivíduos de terem pensamentos e ações próprias, os quais são diretamente influenciados pelos modelos e padrões de vida reproduzidos pelos meios de comunicação de massas (televisão, jornais, revistas, internet, etc.).

Ao mesmo tempo, a sociedade com um todo está cada vez mais preocupada com a origem dos produtos e o seu impacto, tanto na natureza como na mensagem que os mesmos passam. A maioria dos consumidores considera que é um fator bastante valorizado na aquisição de um produto ou serviço. Alguns estariam dispostos a pagar mais por produtos que cumprem princípios de responsabilidade social e ambiental.

Colocando estas duas perspetivas frente a frente, deparamo-nos com a pergunta colocada no título, até que ponto as pessoas trocam a ética pelo consumo ou vice-versa? Como é de se esperar, a resposta a esta pergunta muda dependendo da parte do mundo onde se procura por ela. Posto isto, vamos nos focar apenas em Portugal, sendo que é onde nasci e atualmente resido.

De forma geral, as pessoas tentam ter em atenção os comportamentos éticos das empresas (algo que acontece cada vez mais) e evitam consumir produtos de empresas com as quais não se identificam nem se sentem bem em suportar. Porém, com um aperto económico que se tem feito sentir nos últimos anos em Portugal, muitas pessoas acabam por ter de colocar os seus próprios valores éticos de lado e procurar os preços mais baixos possíveis, para garantir que conseguem adquirir tudo o que precisam até o próximo salário. O que acabo de escrever é algo que ouço muito em conversas do dia a dia ou que leio nas redes sociais, “ai se tivesse mais dinheiro podia comprar antes aquilo em vez do que comprei só porque estava com desconto”.

Posto isto, temos também de reconhecer que embora existam muitas pessoas que se preocupem com a ética quer a nível de sustentabilidade de recursos e proteção da natureza, bem como a proteção dos trabalhadores, também há um grande número de pessoas que não tem em conta esses valores, e apenas está interessado no que lhe é mais conveniente ou que lhe poupa mais dinheiro, para poder comprar mais coisas ou investir em algo que lhe vá melhorar a sua vida, mais uma vez não olhando para a ética e apenas para o que é melhor para si. Embora hoje em dia este tipo de pessoas representam um número cada vez mais reduzido, continuam a existir em força suficiente para manter o mercado a funcionar independentemente das práticas das empresas.

Juntando agora todos os fatores referidos até este ponto, podemos determinar que “modas” como a *fast fashion* têm-se mantido tão relevantes,

pois tanto o conjunto de pessoas que se interessa apenas pelo que é prático e lhe beneficia, como o conjunto de pessoas que valoriza a ética mas não tem poder económico para sustentar os produtos inerentemente mais caros, acabam por comprar os produtos baratos, que lhes permitem adquirir mais bens dentro do seu *budget* mensal, levando a uma melhor condição de vida e satisfação do indivíduo. Infelizmente a longo termo o consumo excessivo leva a uma acumulação de objetos e ao excesso de lixo, contribuindo para o aumento da poluição, assim como aumentando as condições insatisfatórias para os trabalhadores, como a degradação de países como um todo (normalmente os em desenvolvimento, onde reside a mão de obra barata e as fábricas onde muitos dos produtos são produzidos).

Alterando agora um pouco o foco, coloquemos a seguinte pergunta, o que fazem as empresas para incentivarem o consumidor a adquirir os seus produtos? Como é sabido e já foi referido ao longo do artigo, as empresas por vezes (e quanto maiores, mais o fazem) põem a ética de lado para atingir maiores níveis de produção e custos mais baixos, de forma a conseguirem dar mais e mais barato aos seus clientes. Numa sociedade em que cada vez mais nos interessa como o produto chega a nós, as empresas têm muitas vezes que abordar estes assuntos e alterar as suas práticas. Infelizmente, as práticas que alteram nem sempre são as que realmente necessitam ser alteradas, servindo apenas de distrações ou como maneira de dizer “nós queremos saber” sem reduzirem o seu lucro em benefício da ética, por exemplo, em vez de darem melhores condições aos trabalhadores, eles apoiam uma causa solidária para criar a imagem de que a empresa está preocupada com causas sociais, enquanto continua a “explorar” os seus trabalhadores ou a poluir o meio ambiente.

Temos como exemplo do referido acima, a Tesla, empresa produtora de automóveis elétricos que se diz amiga do ambiente e o futuro no mundo automóvel e que luta por um futuro de zero emissões. Na sua Gigafactory na China, no momento em que escrevo este artigo, os seus trabalhadores estão a fazer turnos de 12 horas 6 dias por semana, sendo este número causado por um confinamento imposto dia 28 de março e ainda não terminado, pois antes do mesmo, estes trabalhadores estavam a fazer 3 turnos por dia, 7 dias por semana. Apesar disto, a empresa continua a ser bem vista e apoiada pelas pessoas pelas suas iniciativas verdes. Porquê? Porque a empresa evita abordar os temas problemáticos e foca-se apenas nos que a deixa bem vista, o que acaba por atrair a atenção das pessoas para os mesmos, e assim o fazem muitas outras empresas, pois fica-lhes mais barato e conveniente apoiar uma causa social do que alterar a sua cultura de trabalho, o que levaria ao aumento do preço dos seus produtos e muito provavelmente à perda de clientes.

Antes de terminar, irei ser um pouco mais subjetivo e dar a minha própria opinião sobre até que ponto tolero a falta de ética numa empresa, antes de deixar de comprar os seus produtos e serviços. Portanto para mim, existem dois tipos distintos de produtos, os de necessidade e os de conforto. Nos de necessidade, refiro-me a comida e outros bens essenciais onde, a meu ver, tolero mais comportamentos antiéticos pois, o que estão a produzir é um bem necessário à vida, sendo então esses comportamentos vistos por mim como

um mal necessário. Como é óbvio, há certas linhas que não podem ser ultrapassadas, como por exemplo, se o trabalhador de uma fábrica estiver a passar fome ou tiver condições de trabalho sub-humanas, para eu poder comprar a lata de atum a 1 euro e meio em vez de 2 euros. Em casos como este, deixo de consumir essa marca e opto por uma ligeiramente mais cara, mas onde o trabalhador tem condições de vida melhores.

No que toca aos bens de conforto, tolero muito menos comportamentos desse género pois, não é um bem necessário, não há um “mal necessário” que se possa desculpabilizar, pelo que me basta saber que um gestor de topo dessa empresa tenha más práticas de gestão ou que a empresa recorra a práticas de marketing e de vendas duvidosas que evito consumir produtos e serviços dessas mesmas empresas.

Para terminar este artigo, vou lançar um pequeno desafio a todos que o lerem. Qual é a linha ética que uma empresa não pode pisar, caso contrário vocês deixariam de consumir os seus produtos e serviços?

Referências

Chloe Taylor (2022), [Elon Musk’s Tesla factory workers sleeping on-site and working 12-hour shifts six days a week](#).

Charlie Zhu (2022), e Chunying Zhang (2022), [Tesla’s China Plant Facing More Disruptions From Covid Lockdown](#).