



COMEMORAÇÃO DO DIA MUNDIAL DO CONSUMIDOR

**COMO SURTIU O DIA MUNDIAL DOS DIREITOS DO
CONSUMIDOR? – DE KENNEDY AOS NOSSOS DIAS**

PEDRO MANUEL LUÍS DE FREITAS
Professor Adjunto da ESGTS

Santarém, 15 de março de 2012

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	3
1.CRESCIMENTO ECONÓMICO E O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DE CONSUMO NOS ESTADOS UNIDOS E NOS OUTROS PAÍSES MAIS INDUSTRIALIZADOS NA ÉPOCA DO PRESIDENTE JOHN KENNEDY	4
2. CAPITALISMO, INDUSTRIALIZAÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR	8
3. COMO É QUE SE CONSEGUIU A CRIAÇÃO DO DIA MUNDIAL DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR?	11
CONCLUSÕES	13
ANEXOS	
BIBLIOGRAFIA	

INTRODUÇÃO

Faz hoje, 15 de março de 2012, 50 anos que John Kennedy, Presidente dos Estados Unidos, fez um discurso na Casa Branca, sobre a proteção aos interesses do consumidor, o qual dirigiu ao Congresso dos E.U.A.. (1) Kennedy começou por dizer: “ Os consumidores, por definição, incluem todos nós. Eles são o maior grupo na economia, afetando e sendo afetados por quase todas as decisões económicas públicas e privadas. Dois terços de todos os gastos na economia são feitos pelos consumidores. Mas eles são o único grupo importante na economia que não é efetivamente organizado, cujas opiniões muitas vezes não são ouvidas. O governo federal - por natureza, o maior porta-voz para todas as pessoas - tem uma obrigação especial de estar alerta para as necessidades do consumidor e para promover os seus interesses. “ Nesse discurso consagrou 4 direitos do consumidor: à segurança, à informação, à escolha, a ser ouvido. Em homenagem ao Presidente Kennedy o dia 15 de março viria a ser instituído como o Dia Mundial dos Direitos do Consumidor. Este dia começou a ser comemorado em 1983.

É objetivo deste trabalho explicar como surgiu o Dia Mundial dos Direitos do Consumidor. Coloco como pergunta - Que razões terão levado o Presidente Kennedy a preocupar-se com os direitos dos consumidores? Lanço como hipóteses de trabalho: 1- o crescimento económico nas décadas de 50 e 60 do séc. XX nos países mais industrializados levou ao desenvolvimento da sociedade de consumo; 2 – face ao poder das grandes empresas e à criação de associações de defesa do consumidor à escala mundial os poderes públicos foram sensibilizados para a defesa do consumidor. Coloco ainda outra pergunta – Como é que se conseguiu a criação do Dia Mundial dos Direitos do Consumidor? Coloco como hipótese – a crescente importância das associações de defesa do consumidor contribuiu para a criação do Dia Mundial dos Direitos do Consumidor. Para verificar estas hipóteses utilizei os discursos de John Kennedy, dados estatísticos sobre a economia e a sociedade nos Estados Unidos e nos outros países mais industrializados nas décadas de 50 e 60 do séc. XX, obras de John Kenneth Galbraith sobre a sociedade de consumo e o poder das grandes empresas, bem como documentos sobre as atividades de associações de defesa do consumidor.

(1) Os discursos do Presidente John Kennedy podem ser consultados na John F. Kennedy Presidential Library & Museum (acesso em www.jfklibrary.org).

1. O CRESCIMENTO ECONÓMICO E O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DE CONSUMO NOS ESTADOS UNIDOS E NOS OUTROS PAÍSES MAIS INDUSTRIALIZADOS NA ÉPOCA DO PRESIDENTE JOHN KENNEDY

Nos Trinta Gloriosos Anos (desde 1945 até ao choque petrolífero de 1973) o produto nacional bruto nos Estados Unidos aumentou graças aos desenvolvimentos tecnológicos e ao petróleo barato. A produção agrícola, bem como a industrial tiveram acréscimos significativos. Desenvolveu-se o êxodo rural e a industrialização. O desemprego e a inflação baixaram de 1950 até 1965. O crédito ao consumo desenvolveu-se. O Estado, numa época de crescimento económico, assumiu as suas responsabilidades sociais, promovendo a melhoria das condições de vida. O comércio internacional desenvolveu-se graças ao GATT. Todos estes fatores contribuíram para o desenvolvimento da sociedade de consumo. (2) Nesta época, segundo a expressão de Galbraith, os E.U.A. vivia a “a sociedade da abundância”. (3)

Contudo, quando John Kennedy chegou à Casa Branca em 1961 os E.U.A. conhecia um período de recessão. Em 1960 a produção de bens duradouros desceu cerca de 15%. Em maio de 1961 a taxa de desemprego elevava-se a 7,1%. Kennedy, nesse ano, no seu discurso sobre o estado da União disse: “Assumimos as nossas funções no ponto mais baixo de uma recessão de sete meses, no contexto de uma estagnação do nosso crescimento de sete anos e de uma baixa de nove anos dos rendimentos agrícolas.”

O Presidente Kennedy encarou a recessão como uma oportunidade para desenvolver uma política social, onde elegeu como inimigos o desemprego e a pobreza. Na campanha eleitoral, em Novembro de 1960, e depois em 1961, quando tomou posse, propôs à população o programa da “Nova Fronteira”. Kennedy levaria estas propostas ao Congresso visando o alargamento dos subsídios de desemprego, a fixação de um salário mínimo e o auxílio às regiões deprimidas. A recuperação económica iniciou-se

(2) Sobre a evolução económica e social nos países mais industrializados entre 1945 e 1973 podem consultar-se, entre outros: Pierre Léon (Dir.), *História Económica e Social do Mundo*, vol. 6, II tomos, ed. cit.; Pierre Melandri, *História dos Estados Unidos desde 1865*, ed. cit.; Rondo Cameron, *História Económica do Mundo*, ed. cit.

(3) É este o título de um livro de John Kenneth Galbraith publicado em 1958. Ver edição portuguesa citada na bibliografia.

nos finais de 1961, tendo o PNB até finais de 1962 crescido 7,6% e todos os setores participaram nessa recuperação. O desemprego baixou em Maio de 1962 para 5,5%, o que continuava a ser um número preocupante. Nos Estados Unidos desde 1950 até meados da década de 60 o Estado preocupou-se em conter a inflação, tendo esta sido cerca de 2,5% ao ano para os preços no consumidor, contra 4% dos outros países da Europa Ocidental. (ver anexo 3) O crescimento dos setores ligados à indústria do armamento, no contexto da “Guerra Fria“, também beneficiou o crescimento do emprego. A melhoria das condições de vida da população, sobretudo das classes médias, foi uma realidade, tendo o consumo aumentado. Na década de 60 o modelo de consumo americano, em que despesas não alimentares ultrapassam 75 % do total, vê aumentarem fortemente as categorias habitação, vestuário e lazer. Aumentou o número de famílias com habitação própria, televisão, rádio, automóvel. Desenvolveu-se o acesso à educação e à saúde.

A prosperidade não beneficiou de igual forma toda a população. Continuaram a existir sinais preocupantes de pobreza, que atingia sobretudo os negros e os idosos, bem como os índios e os hispânicos. Os presidentes democratas Kennedy e Lyndon Johnson tomaram decisões apoiados numa equipa de especialistas, onde se contavam economistas como Galbraith e Paul Samuelson, entre outros neokeynesianos. Estes influenciaram as suas políticas na luta contra a pobreza. Kennedy conseguiu que em 1961 o Congresso aprovasse o aumento do salário mínimo, bem como nesse ano fora aprovada a construção de habitações sociais, o que permitiu também aumentar o número de empregos. Em 1962 viu também aprovado um programa de obras públicas destinadas a dar trabalho aos desempregados. Se é certo que Kennedy lutou pelos direitos dos negros, tendo proposto ao Congresso em 1963 uma medida contra a segregação racial, esta não foi aprovada. Procurou implementar o Medicare, um programa de assistência médica aos idosos, que também não viria a ser aprovado pelo Congresso. A maioria dos programas que Kennedy procurou lançar foram chumbados pelo Congresso, mas o presidente seguinte, Lyndon Johnson, que havia sido seu vice-presidente, soube capitalizar a herança de Kennedy no programa da “Grande Sociedade“ e conseguiu fazer passar muitos deles no Congresso. Johnson viu o Congresso aprovar em 1964 e 1965 leis sobre os direitos dos negros; igualmente em 1964 teve acolhimento uma medida para fazer baixar o imposto sobre o rendimento, a fim de estimular o consumo, o que permitiu diminuir as desigualdades sociais; em 1965 foram aprovadas subvenções

para construir estradas, aeroportos e parques nos Apalaches, uma das regiões deprimidas; em 1965 foi aprovado o Medicare, que foi aplicado em 1966; em 1967 e em 1968 foram aprovadas medidas que permitiram aumentar sucessivamente o salário mínimo. Contudo, nos finais da década de 60, quando se desenvolvia o movimento hippie, como crítica radical à sociedade de consumo e contra o envolvimento dos E.U.A. na guerra do Vietname, muitos não dispunham do mínimo vital (sobretudo negros e idosos, bem como índios e hispânicos). Nos E.U.A. em 1968 os 10 % mais ricos partilham entre si 43,5 % dos rendimentos, e 1 % deles dispõem de 31 % das riquezas do país e 61 % das ações cotadas na Bolsa, enquanto o número de pobres era de quase 25 milhões, ou seja mais de 14% da população. (ver anexo 4)

Ao longo dos anos 50 e 60 os países mais industrializados da Europa Ocidental aumentaram significativamente o seu PNB. As suas taxas de crescimento foram superiores às verificadas nos E.U.A., pelo que nos finais da década de 60 os seus níveis de desenvolvimento aproximaram-se dos registados nesse país. (ver anexo 1) As destruições da 2ª Guerra Mundial e a reconstrução das infraestruturas permitiram que a Europa Ocidental e o Japão, graças aos capitais americanos e à intervenção dos Estados na economia, beneficiassem de um rejuvenescimento dos seus equipamentos. Os progressos técnicos e o acesso à educação permitiram uma melhor qualificação da mão de obra e o desenvolvimento das estruturas produtivas. A formação do Mercado Comum foi essencial para esse desenvolvimento nos países industrializados da Europa Ocidental. Estes aumentaram as suas produções agrícolas e industriais e desenvolveram o setor de serviços. As suas trocas comerciais progrediram a partir de 1950 e em 1970 as exportações dos países da então C.E.E. no seu conjunto superaram as dos E.U.A., que ao longo desse período registou um declínio, em conjunto com o Reino Unido. (ver anexo 2) O desemprego, muito forte nos anos 30 e 40, devido à crise dos anos 30 e depois devido à 2ª Guerra Mundial e suas consequências, entrou em forte queda nos anos 50, sendo muito baixo na década de 60. A inflação, elevada no pós 2ª Guerra Mundial, caiu desde 1955 até 1970. (ver anexo 3) O Estado Providência teve nos países da Europa Ocidental após a 2ª Guerra Mundial um grande desenvolvimento, as políticas sociais visaram: atingir o pleno emprego; criação do salário mínimo; aumento dos salários; subsídios de desemprego, velhice e doença, acidentes de trabalho, maternidade e abono de família; melhoria dos cuidados de saúde, abrangidos por elevadas participações da segurança social; acesso à educação e habitação própria; políticas

fiscais visando promover uma mais justa distribuição dos rendimentos (contudo, sem grandes resultados). Todos estes fatores permitiram a melhoria das condições de vida, sobretudo nas classes médias. O consumo nos países mais industrializados da Europa Ocidental poderia ser representado pela Alemanha Federal ou pela França, onde entre 1950 e 1967 o nível de vida médio mais que duplicou em termos reais: os cuidados médicos absorvem 11% do orçamento em 1965; as comunicações 9%; os bens de equipamento 21%; a habitação 24%.

Apesar do crescimento da abundância para níveis muito próximos dos verificados nos E.U.A., nos finais dos anos 60 as disparidades sociais, tal como nos E.U.A., persistiam nos países mais industrializados da Europa Ocidental. Nesses países a pobreza atingia 15 a 20 % dos habitantes, enquanto os mais ricos (10 %) recebiam 30 a 40 % do rendimento distribuído e concentravam 40 a 50 % do património. (ver anexo 5).

2. CAPITALISMO, INDUSTRIALIZAÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

Os progressos técnicos levaram ao desenvolvimento do êxodo rural e à racionalização dos métodos de produção e de gestão na indústria. Na década de 60 nos países industrializados deu-se um grande desenvolvimento do setor de serviços. Sobretudo nos E.U.A., mas também na Europa Ocidental, deu-se um crescimento progressivo das grandes empresas e das grandes superfícies comerciais. O pequeno comércio foi caindo progressivamente perante o avanço das grandes empresas. Deram-se falências, fusões e aquisições, formando-se monopólios e oligopólios. No mundo ocidental, estimulados pela publicidade, os consumidores desenvolveram o prazer pelo consumo. Nos E.U.A. o montante total das vendas a prestações subiu 63 % entre 1962 e 1965, excedendo em muito a subida do rendimento disponível e provocando antecipações temíveis. (4) Para John Kenneth Galbraith (5) as grandes ideias dos economistas clássicos já não se aplicam a esta nova realidade. No mundo consumista o funcionamento do mercado em concorrência perfeita já não existe. As necessidades dos consumidores passaram a ir ao encontro das necessidades das empresas. A estrutura organizacional hierárquica, linear ou centralizada, sob a forma de uma pirâmide, foi na grande empresa substituída por uma estrutura multidivisional, que alia uma necessária descentralização e a unicidade do comando, graças a um esquema de ligações funcionais, asseguradas por operacionais que veiculam ordens. Na grande empresa os diretores gerais têm ao seu serviço nos departamentos da empresa um conjunto de especialistas em diversas áreas (desde a produção até ao marketing, passando pela contabilidade, finanças e serviços jurídicos). Esta tecnoestrutura é responsável pelas decisões da empresa. (ver anexo 6) Na produção em massa é necessário aliar a redução de custos à venda em grandes quantidades e a preços baixos. Na grande empresa tudo é planificado, desenvolvem-se estudos de mercado e faz-se planeamento de vendas. Galbraith foi um economista, nascido no Canadá, que se naturalizou americano, tendo na década de 60 sido conselheiro dos presidentes democratas Kennedy e Lyndon Johnson. As suas ideias influenciaram estes políticos. Kennedy no discurso de 15 de março de 1962 sobre a proteção aos interesses do consumidor disse, depois se referir aos crescentes progressos da técnica e ao

(4) Pierre Léon (Dir.), *História Económica e Social do Mundo*, vol. 6, tomo I, pág. 109.

(5) Galbraith defende já estas ideias em *A Sociedade da Abundância* (1958). Irá desenvolvê-las mais em *O Novo Estado Industrial* (1967), *Economia e Bem Público* (1973), *Anatomia do Poder* (1983).

crescente número de produtos nas superfícies comerciais, que: “ o Marketing é cada vez mais impessoal. A escolha do consumidor é influenciada pela propaganda de massa, a qual utiliza artes altamente desenvolvidas de persuasão. O consumidor normalmente não sabe se as preparações farmacêuticas atendem aos padrões mínimos de segurança, qualidade e eficácia. Ele geralmente não sabe quanto paga pelo crédito ao consumo; se um alimento preparado tem mais valor nutritivo do que outro; se a criação de um produto será de facto atender às suas necessidades, ou se os produtos que parecem uma «pechincha» o são na realidade. “ Kennedy disse ainda, mais à frente, nesse discurso que quase todos os programas oferecidos pela sua administração - por exemplo, a expansão do comércio mundial, a melhoria da assistência médica, a redução de impostos de passageiros, o reforço do transporte de massa, o desenvolvimento da conservação e áreas de lazer a baixo custo - são de importância para os consumidores. Reconheceu no entanto que era necessária uma ação legislativa e administrativa adicional que o governo federal iria procurar desenvolver para cumprir a sua responsabilidade para com os consumidores no exercício dos seus direitos. Kennedy enfrentou várias vezes os grandes interesses económicos, nomeadamente impediu em 1962 o patronato do aço de aumentar o preço deste produto. (6)

As organizações de defesa dos consumidores ganharam força nos finais do séc. XIX, sobretudo nos E.U.A., em virtude do avanço do capitalismo. Depois na 1ª metade do séc. XX prosseguiu a expansão destas organizações nos países industrializados. A década de 60 foi o grande marco mundial para os consumidores. Em 1960 foi criada a Organização Internacional das Uniões de Consumidores (IOCU, cuja designação desde 1995 é Consumers International - CI). (7) Esta federação das associações de defesa dos consumidores resultou do crescimento destas organizações nos países mais industrializados desde a 2ª Guerra Mundial. Como vimos, desde 1945 a crescente internacionalização da economia e a cada vez maior expansão das grandes empresas contribuiu para ganharem cada vez mais expressão as associações de defesa dos consumidores. A IOCU foi inicialmente composta por 5 países: Austrália, Bélgica, Estados Unidos, Holanda e Reino Unido. A IOCU desenvolveu ações na defesa dos

(6) Pierre Melandri, *História dos Estados Unidos desde 1865*, ed. cit., pág. 196.

(7) Podem consultar-se informações sobre a atividade desta organização em www.consumersinternational.org

direitos dos consumidores. As preocupações da IOCU devem ter contribuído para o discurso do Presidente Kennedy de 15 de Março de 1962, que nele consagrou 4 direitos do consumidor:

- “ 1. O direito à segurança - a ser protegido contra a comercialização de produtos que são prejudiciais à saúde ou à vida.
2. O direito de ser informado - para ser protegido contra qualquer informação fraudulenta, enganosa, ou gravemente enganosa, publicidade, rotulagem, ou outras práticas, e para serem dados os factos que ele precisa para fazer uma escolha informada.
3. O direito de escolher - de ser assegurada, sempre que possível, o acesso a uma variedade de produtos e serviços a preços competitivos e nas indústrias em que a concorrência não é viável a regulação do Governo permita uma garantia de qualidade satisfatória e serviço a preços justos.
4. O direito de ser ouvido - para ter a certeza de que os interesses dos consumidores receberão a devida atenção na formulação da política do Governo, e um tratamento justo e célere nos tribunais administrativos.“

3. COMO É QUE SE CONSEGUIU A CRIAÇÃO DO DIA MUNDIAL DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR?

Nas décadas de 70 e 80 do séc. XX os progressos técnicos permitiram produzir produtos cada vez mais diversificados. Desenvolveu-se o urbanismo e com ele o individualismo. Os padrões de consumo diversificaram-se. O consumo assumiu a forma de compras personalizadas, onde cada um podia escolher os seus produtos preferidos. O Estado Providência face ao afrouxamento do crescimento económico entrou em crise. (8) As associações de defesa do consumidor cresceram à escala planetária e ganharam protagonismo. A Organização Internacional das Uniões de Consumidores (IOCU) desenvolveu-se vertiginosamente em número de associações, o que lhe permitiu uma maior voz junto dos consumidores e dos organismos internacionais. Esta organização conseguiu sensibilizar a O.N.U. para os direitos dos consumidores. Em 1982 a O.N.U. criou o Dia Mundial dos Direitos do Consumidor, que passou a ser comemorado em 1983, no dia 15 de março, em homenagem à atitude de Kennedy nesse dia de 1962 quando se propôs lutar pela defesa dos interesses do consumidor, facto social que teve grande impacto não só nos E.U.A., mas também a nível mundial. A IOCU conseguiu que a O.N.U., em abril de 1986, aprovasse, através da resolução 39/248 da Assembleia Geral, a Carta Mundial dos Direitos do Consumidor. Os Direitos do Consumidor passaram a ser 8:

1. Satisfação das necessidades básicas – o direito a bens e serviços que garantam a sobrevivência (alimentos, vestuário, habitação, saúde, educação e saneamento).
2. Segurança - o direito a ser protegido contra a comercialização de bens ou a prestação de serviços que são perigosos para a saúde e a vida.
3. Informação – o direito a ser protegido contra a publicidade, nomeadamente a rotulagem desonesta, bem como o direito a receber a informação necessária para tomar uma decisão informada.
4. Escolha – o direito a escolher os produtos e serviços a preços competitivos com a garantia de qualidade satisfatória.
5. Representação - o direito de constituírem grupo ou organizações de forma a poderem expressar os seus interesses, de modo a estes serem contemplados na elaboração e execução da política governamental.

(8) www.dolceta.eu

6. Reparação dos danos – o direito de ser indemnizado por falsa declaração, por bens de má qualidade ou serviços insatisfatórios.
7. Educação do consumidor – o direito a adquirir os conhecimentos e competências necessárias para ser um consumidor informado.
8. Ambiente saudável – o direito a viver e trabalhar num local que não seja nem ameaçador, nem perigoso e que permita levar uma vida com bem-estar.

Em 1999 esta Carta teve uma revisão para acolher o consumo sustentável.

Consumers International (CI) considera que, pela experiência que tem, não se pode confiar que as empresas tomem medidas adequadas em relação aos direitos dos consumidores, nem se pode descansar nos governos, que são sujeitos a pressões. Logo, os consumidores têm responsabilidades na defesa dos seus direitos. (9)

(9) <http://consumersinternational.blogspot.com/>

CONCLUSÕES

O dia 15 de março foi escolhido para Dia Mundial dos Direitos do Consumidor em homenagem a John Kennedy, Presidente dos E.U.A., que nesse dia, em 1962, fez um discurso na Casa Branca, sobre a proteção aos interesses do consumidor, o qual dirigiu ao Congresso dos E.U.A..

Nas décadas de 50 e 60 do séc. XX registou-se um grande crescimento económico nos países mais industrializados. As ideias keynesianas estavam em voga. Os governos desses países da América do Norte, Europa Ocidental e Japão, na época forte do Estado Providência, desenvolveram políticas sociais, com as quais combateram a pobreza. O nível de vida da população aumentou, beneficiando sobretudo as classes médias, o que possibilitou a melhoria das condições de vida. O consumo cresceu. O crédito e a publicidade também favoreceram o desenvolvimento das compras. Aumentou o número de famílias com habitação própria, televisão, rádio, automóvel. Desenvolveu-se o acesso à educação e à saúde. Contudo, apesar do desenvolvimento da “ sociedade da abundância “, nos finais dos anos 60 nos países mais industrializados, a distribuição da riqueza ainda era desigual. A pobreza atingia 15 a 20% da população. Deram-se movimentos de contestação social, como os hippies e o maio de 1968, que colocaram em causa a forma como se tinha desenvolvido o consumismo.

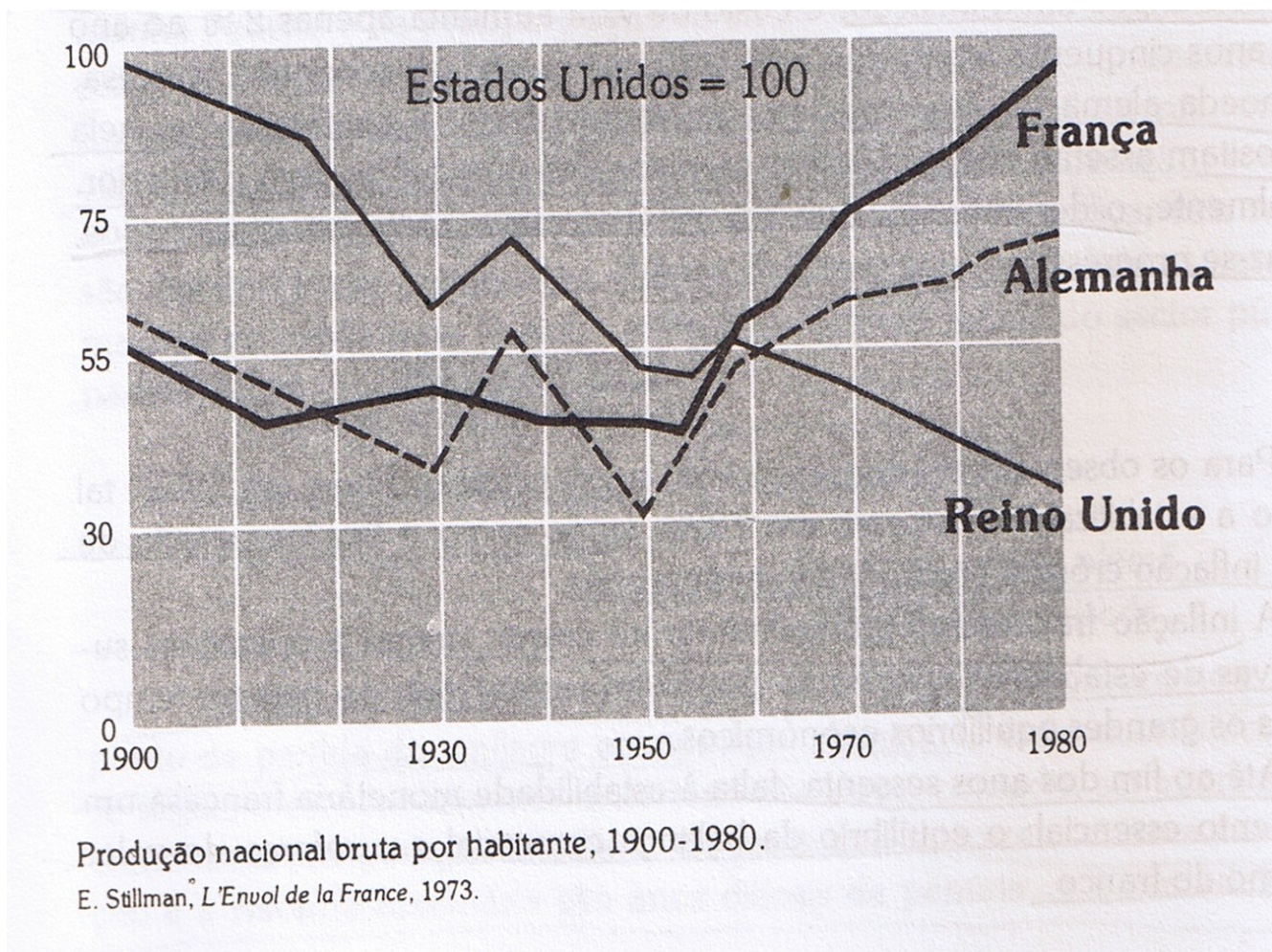
Os progressos técnicos nesses países mais industrializados, nessas décadas, haviam favorecido a produção em massa. As grandes superfícies comerciais foram progredindo favorecendo a massificação do consumo. Os consumidores foram atraídos pelas grandes empresas para a compra dos seus produtos. A força dos grandes poderes económicos é enfatizada por Galbraith, economista neokeynesiano, que foi conselheiro dos presidentes Kennedy e Lyndon Johnson. Nos países mais industrializados houve cidadãos que se organizaram para defender os seus direitos enquanto consumidores. Apareceram, assim, nesses países organizações de defesa dos consumidores, que sensibilizaram os seus governos para a defesa destes direitos. Estas organizações uniram os seus esforços e em 1960 fundaram a Organização Internacional das Uniões de Consumidores (IOCU), cuja designação desde 1995 é Consumers International (CI).

Foi neste contexto de desenvolvimento do consumo, crescimento das grandes empresas e das grandes superfícies comerciais, influência das ideias keynesianas que defendiam a intervenção do Estado na economia, bem como constituição da Organização Internacional das Uniões de Consumidores (IOCU), que viria a acontecer o discurso do Presidente Kennedy, de 15 de março de 1962, sobre a proteção aos interesses do consumidor, onde enunciou 4 direitos deste: à segurança, à informação, à escolha, a ser ouvido.

Nos anos 70 deu-se um afrouxamento do crescimento económico. Nos anos 80 os progressos técnicos permitiram a produção de mercadorias cada vez mais diversificadas. O urbanismo desenvolveu-se. O consumo tornou-se cada vez mais personalizado. Cada um procurava comprar os seus produtos preferidos. O crédito e a publicidade continuaram a desenvolver-se, o que favoreceu a atração do consumidor para o prazer pelo consumo. Contudo, numa época em que o Estado Providência entrou em crise, em todo o Mundo grupos de cidadãos constituíam organizações de defesa dos seus direitos enquanto consumidores. Estas organizações aderiram à Organização Internacional das Uniões de Consumidores (IOCU), que, assim, ganhou mais força, de tal forma que conseguiu que a ONU em 1982 aprovasse a criação do Dia Mundial dos Direitos do Consumidor, que passou a ser comemorado em 1983. Foi escolhido para este dia - 15 de março – a data em que o Presidente Kennedy fez o seu discurso, devido ao impacto que este teve nos E.U.A. e no Mundo. Em 1986 a IOCU conseguiu, também, que a ONU, aprovasse a Carta Mundial dos Direitos do Consumidor. Estes passaram a ser 8: satisfação das necessidades básicas, segurança, informação, escolha, representação, reparação dos danos, educação enquanto consumidores, ambiente saudável. Em 1999 esta Carta teve uma revisão para acolher o consumo sustentável. Na atualidade, Consumers International (CI) alerta os cidadãos de todo o Mundo para lutarem pelos seus direitos enquanto consumidores. Estes não deverão ficar sossegados pensando que as empresas irão cumprir as suas responsabilidades para com os consumidores e os Estados irão desenvolver políticas que sirvam os interesses dos consumidores. As empresas estão interessadas em vender e dominarem os mercados mundiais, por seu lado os governos estão sujeitos a pressões económicas muito fortes. Daí a necessidade de responsabilidade dos consumidores, para agirem e fazerem valer os seus direitos.

ANEXOS

Anexo 1



In Pierre Léon (Dir.), *História Económica e Social do Mundo*, vol.6, tomo I, ed. cit.,
pág.10

Anexo 2

As novas potências exportadoras						
Países	1937 Milhões de dólares	Percenta- gem	1950 Milhões de dólares	Percenta- gem	1970 Milhões de dólares	Percenta- gem
Mundo	24 100	100	56 100	100	282 800	100
Estados Unidos	3 361	13,94	20 584	36,69	43 224	15,28
Alemanha	2 374	9,85	1 976	3,52	34 192	12,09
Japão	965	3,96	820	1,46	19 318	6,38
Reino Unido	2 960	12,28	6 356	11,33	19 351	6,84
França	965	3,96	1 244	2,23	18 098	6,18

Bulletins statistiques do Fundo Monetário Internacional.

In Pierre Léon (Dir.), *História Económica e Social do Mundo*, vol.6, tomo I, ed. cit., pág.23

Anexo 3

Taxas de desemprego e taxas de inflação (percentagens)						
Países	Anos sessenta	Inflação		Anos sessenta	Desemprego	
		1960	1970		1960	1970
Japão	5,5	5,2	6,9	1,2	1,1	1,1
França	4,3	3,2	5,6	1,7	1,3	1,7
Itália	4,1	2,8	6,7	3,4	4,0	3,2
Reino Unido	3,8	3,2	7,1	2,3	1,5	2,3
Alemanha	3,0	4,3	7,3	1,1	1,0	0,5
Estados Unidos	2,4	1,3	5,5	4,7	5,6	4,9
Canadá	2,3	0,7	4,1	5,1	7,0	5,9

Inflação: taxa anual de aumento dos preços no consumidor.
Desemprego: desemprego corrigido das variações sazonais em percentagem da população activa civil.
OCDE, *Perspectives économiques et observat. de l'OCDE*.

In Pierre Léon (Dir.), *História Económica e Social do Mundo*, vol.6, tomo I, ed. cit., pág.32

Anexo 4

Estados Unidos

Indivíduos abaixo do mínimo vital

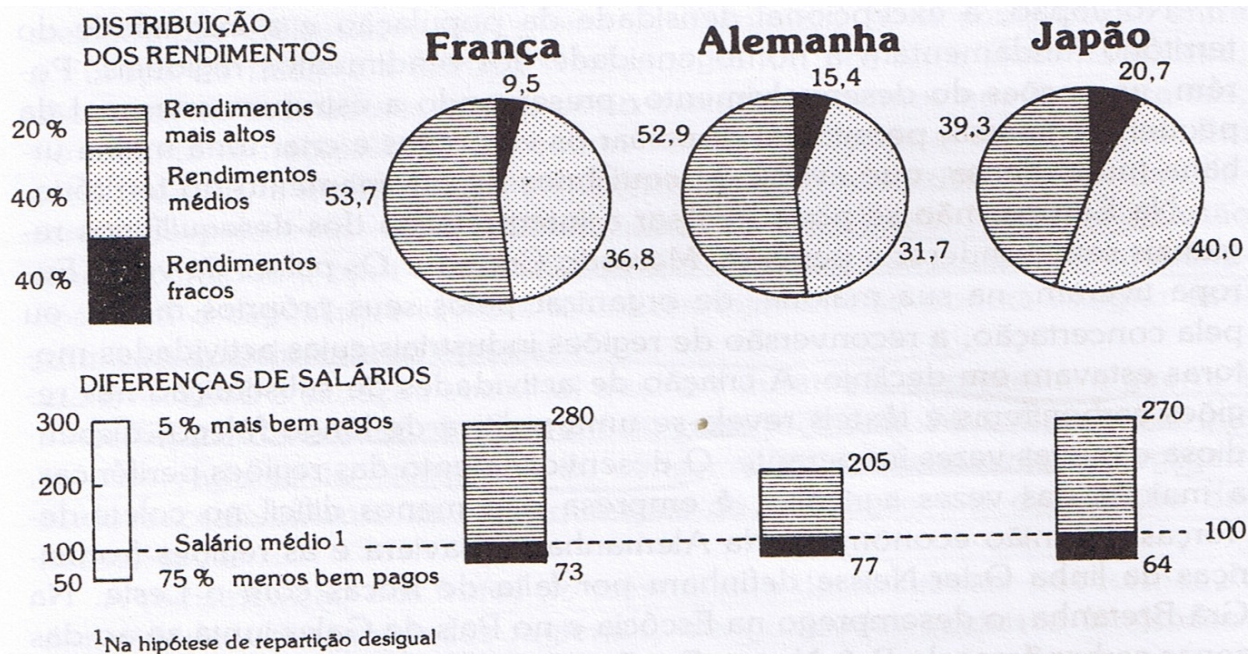
Ano	Total	Branco	Negros, etc.	Percentagem dos Brancos	Percentagem dos Negros
1959	39 500 000	28 500 000	11 000 000	18,1	56,2
1965	33 200 000	22 500 000	10 700 000	13,3	47,1
1969	24 100 000	16 700 000	7 500 000	9,5	31
1970	25 400 000	17 500 000	7 900 000	9,9	32

Statistical Abstract, 1974, n.º 631, p. 389.

In Pierre Léon (Dir.), *História Económica e Social do Mundo*, vol.6, tomo I, ed. cit., pág.210

Anexo 5

FINAIS DOS ANOS 60

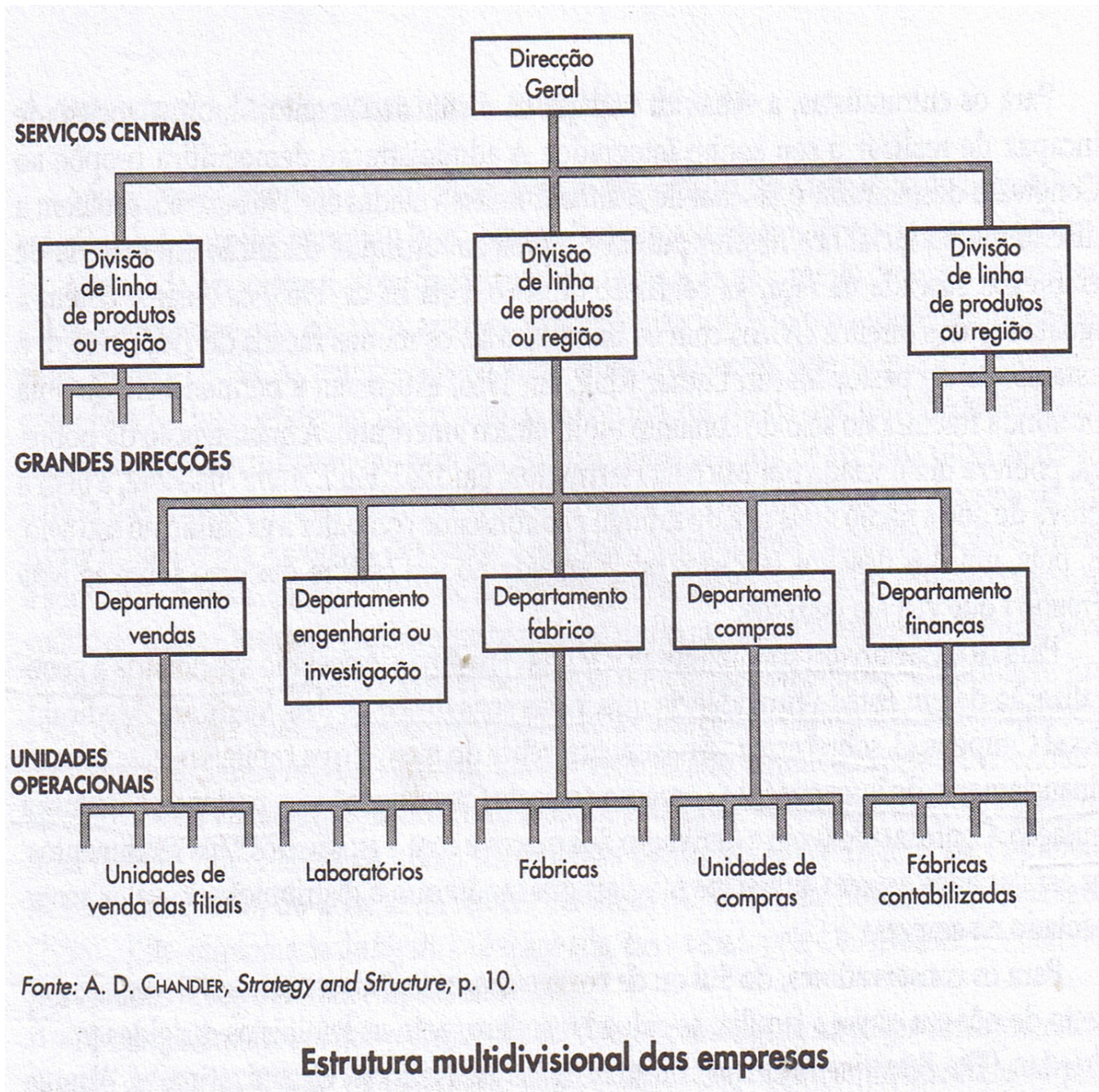


A desigualdade dos rendimentos

Ciel et terre (relatório Uri), 1970, e Finances et développement, BIRD, Set. 1974.

In Pierre Léon (Dir.), *História Económica e Social do Mundo*, vol.6, tomo I, ed. cit., pág.38

Anexo 6



In Marc Nouschi, *O Século XX*, ed. cit., pág.321

BIBLIOGRAFIA

Livros

CAMERON, Rondo,
História Económica do Mundo, Lisboa, Publicações Europa - América, 2000

CANTERBURY, E. Ray,
Breve História do Pensamento Económico, Lisboa, Instituto Piaget, 2002

GALBRAITH, John Kenneth,
Anatomia do Poder, DIFEL, s.d.
Economia e Bem Público, Lisboa, Publicações Europa-América, 1978
O Novo Estado Industrial, Lisboa, Publicações Europa-América, 1989
A Sociedade da Abundância, Lisboa, Publicações Europa-América, 1984

LÉON, Pierre (Dir.),
História Económica e Social do Mundo, Lisboa, Sá da Costa, 1982, vol. 6, II tomos

MELANDRI, Pierre,
História dos Estados Unidos desde 1865, Lisboa, Edições 70, 2002

NOUSCHI, Marc,
O Século XX, Lisboa, Instituto Piaget, 1996

Internet

<http://consumersinternational.blogspot.com/> (blog de consumers international, consultado em fevereiro de 2012)

www.consumersinternational.org (site de consumers international, consultado em fevereiro de 2012)

www.consumidor.pt (portal do consumidor, Direção Geral do Consumidor, Governo de Portugal, Ministério da Economia e Emprego, consultado em fevereiro de 2012)

www.dolceta.eu (portal de educação do consumidor, financiado pela Comissão Europeia, consultado em fevereiro de 2012)

www.jfklibrary.org (John F. Kennedy Presidential Library & Museum, consultado em fevereiro de 2012)

