



MOVIMENTO 560

<http://560.adamastor.org>  **mude de atitude**

► Aprender a ler os produtos através das informações dos códigos de barras

Adamastor remete para "Velhos do Restelo". Neste caso, não se trata de conservadorismo, protecção ou patriotismo. Mas sim de promover a produção nacional num mercado cada vez mais competitivo, garantem os promotores do projecto. Mesmo assim fica a mensagem: "Quando não compramos produtos nacionais e compramos artigos estrangeiros, os nossos fabricantes são obrigados a subir o preço dos seus produtos para compensar as quebras de produção", adverte-se.

O Movimento 560 (<http://560.adamastor.org>) nasceu há pouco mais de três semanas e já está a conquistar adeptos na sociedade civil. Para já, o movimento apresenta-se através de um "site" na Internet que apela à defesa da produção nacional, apostando no esclarecimento e sensibilização dos consumidores. É assim que os promotores da iniciativa surgem "online" para ensinar a descodificar os códigos de barras. "Na hora de escolher, é bastante fácil tomar uma atitude correcta", anunciam. Basta, para tal, procurar o código de barras do produto e verificar se o mesmo começa pela sequência numérica 560. Para que não restem dúvidas, é ainda aconselhável confirmar na embalagem a origem do produto uma vez que alguns bens "possuem códigos de barras proprietários, o que significa que são produtos portugueses que não têm o código 560", explicam os promotores do movimento.

Mude de atitude. Para combater o "total desconhecimento" acerca das questões da rotulagem dos produtos, os dinamizadores do Movimento 560 querem que a mensagem ultrapasse o mundo virtual e passe a estar acessível em empresas, lojas e demais espaços públicos, de forma a chegar ao maior número de pessoas possível. Para facilitar a concepção de painéis de divulgação e cartazes, o "site" disponibiliza várias imagens que podem ser descarregadas. Por enquanto, a definição das mesmas não é das melhores, mas os autores do projecto garantem que estão a tratar do assunto.

Até lá, e porque o "Movimento 560" já está a ter eco na Internet, nomeadamente em fóruns de discussão e blogs, há quem tenha já tido a iniciativa de produzir "t-shirts" temáticas que propagandeiam slogans como "Eu compro 560" e "Mude de atitude".

Nos bastidores. O Movimento 560 "é coordenado por pessoas independentes, fora de partidos políticos, religiosos, associações ou grupos juvenis, nenhuma entidade impulsionou a criação do Movimento 560 e nenhuma o sustenta", lê-se no "site". Mesmo assim, a curiosidade já gera especulação uma vez que a entidade dos dinamizadores do projecto não é revelada.

Sem empresas, marcas ou qualquer tipo de interesse político ou comercial por detrás – garantem – o movimento está a ser impulsionado por três jovens estudantes do Barreiro, que dizem apenas querer contribuir para melhorar o nível de informação dos consumidores nacionais e, ao mesmo tempo, para promover os produtos e as marcas portuguesas.

"Há sempre pequenos passos que podem ser dados para ajudar, pequenas coisas que não são difíceis de concretizar. Mas não basta só ter as ideias, há que pô-las em marcha", defende Pedro Cavaco. Com 20 anos, candidato a um curso superior em Engenharia Informática, Pedro Cavaco é um dos três impulsionadores do Movimento 560. O trio fica composto com a participação de outros dois jovens universitários que frequentam, respectivamente, o curso de Engenharia Informática e de Gestão na Universidade Nova de Lisboa.

Por enquanto, ao contrário de vários cidadãos que navegam na "net", os responsáveis empresariais parecem ainda não ter reparado neste motor de divulgação das marcas e produtos nacionais. Os promotores não se queixam, nem tão pouco prevêem para onde irá evoluir a iniciativa. "Apenas queremos dar as pessoas informação correcta para que possam fundamentar melhor as suas escolhas", remata, com modéstia, Pedro Cavaco. **ES**