

## Os jovens e o consumo

O GEOTA - Grupo de Estudos de Ordenamento do Território e Ambiente sugere que no Programa para a Juventude, que foi objecto, no dia 14 de Fevereiro de 2011, de debate na Assembleia da República, se introduza o tema "Os Jovens e o Consumo".

data: 18-01-2011

---

# Os jovens e o consumo

O GEOTA - Grupo de Estudos de Ordenamento do Território e Ambiente sugere que no **Programa para a Juventude**, que foi objecto, no dia 14 de Fevereiro de 2011, de debate na Assembleia da República, se introduza o tema "**Os Jovens e o Consumo**".

As solicitações crescentes a que os jovens estão sujeitos, actualmente, obrigam a uma maior consciência e discussão sobre todas as realidades a que o jovem está exposto, incluindo os assédios constantes da publicidade, da moda e do mercado.

No quotidiano, sentem-se encurralados entre as exigências do mercado de trabalho e os ditames da publicidade e do mercado de consumo, deixando uma pequena margem de manobra para a sua identidade, felicidade e realização pessoal.

Devemos lançar a discussão sobre o auxílio a prestar aos jovens e às famílias face ao assédio constante a que estão sujeitos por parte da indústria do marketing e das grandes empresas, que deixa pouco espaço para a individualidade e para a diferença, obrigando a um gasto excessivo para manter a aparência da modernidade, da juventude, da novidade e da pertença ao grupo.

**O processo de autonomia do jovem passa não apenas pelo crescimento e autonomia face à família e a sociedade, mas também face aos ditames da moda e do mercado.**

Esta é também uma questão de saúde pública que não deve ser evitada e perguntamos não deverá o Estado auxiliar os jovens e as famílias nesta difícil tarefa?

Queremos jovens saudáveis, cultos, interessados, que contribuam positivamente para a sociedade, nomeadamente através do voluntariado, e não jovens permanentemente insatisfeitos na busca incessante por objectos não essenciais.

Os jovens devem estar preparados e saber que um consumidor consciente deve estar atento a todas as implicações sociais, económicas e ambientais de cada gesto de consumo, nomeadamente à decadência actual de todos os ciclos de vida provocada pelo excesso de consumo, e deve conhecer o poder do consumidor e, em especial, dos jovens consumidores.

Queremos empresas responsáveis e campanhas éticas que respeitem os consumidores, jovens e menos jovens, através da transparência, sustentabilidade, rigor e sentido cívico dos bens que promovem. Essa consciência ética deve ultrapassar, inclusive, os aspectos ligados à gestão ambiental das empresas, mas entroncar numa abordagem mais abrangente do desenvolvimento sustentável e da solidariedade intergeracional. Esta posição, portanto, não é contra as empresas, grandes ou pequenas, qualquer que seja a sua natureza. É, antes, contra as entidades (sejam grandes ou pequenas) que tenham mau desempenho ambiental, onde se inclui (nesse mau desempenho) fomentar nos seus clientes práticas pouco amigas do ambiente. Nós estamos contra a publicidade enganosa, onde se inclui aquela que mascara parte do problema, fazendo uma cosmética, contando meias verdades.

Os jovens devem ser, desde pequenos, ensinados a saber que cada um por si e todos juntos, podem fazer a diferença. Jovens consciências conduzem a cidadãos responsáveis, a democracias duradouras e a economias saudáveis.

Para isso, solicitamos que seja introduzida a presente questão na agenda da Política de Juventude: **"Estamos a criar cidadãos ou consumidores?"**

**GEOTA, Lisboa, 14 de Fevereiro de 2011**