

EDUCAÇÃO, CONSUMO E PARTICIPAÇÃO COMUNITÁRIA

*Ernesto Candeias Martins **

RESUMO

Actualmente é um tema de discussão mundial o consumo e o ambiente, pois a crescente exigência dos cidadãos pelos bens, serviços e produtos é cada vez maior, implicando um imenso consumo de matérias-primas e recursos naturais, um processo acelerado de industrialização e de eliminação ou reciclagem dos resíduos (tóxicos e não tóxicos). A tríade, ‘educação, ambiente e participação’, ao estar inserida no âmbito pedagógico da educação para o consumo e para o desenvolvimento, supõe uma discussão, que na perspectiva do autor, aborda o tema do ambientalismo, do desenvolvimento sustentável, a qualidade de vida e as atitudes de consciencialização no acto de consumir. A educação para o consumo ou do consumidor constitui uma variável de formação integral do sujeito, incidindo na sua participação activa na comunidade ou sociedade. A finalidade é formar cidadãos conscientes das suas responsabilidades, dos seus direitos e de consumir o que é necessário.

INTRODUÇÃO

A relação entre o ‘*consumo*’ e o ‘*ambiente*’ é um tema de discussão fundamental a nível europeu e mundial. Cada vez mais as exigências de bens e serviços, nesta sociedade do conhecimento e da informação e, simultaneamente, consumista, geram, por um lado, um imenso consumo de matérias-primas e, por outro lado, um aumento do processo industrial de produção e transformação que consome os recursos naturais (renováveis e não renováveis).

A educação, a participação (comunitária) e o ambiente são elementos de discussão e de análise crítica, que devem dar uma nova visão à utilização racional dos recursos, de modo a serem factores primordiais do desenvolvimento sustentável. Haverá que pôr ao serviço da sociedade civil elementos de análise sobre a problemática do consumo e do ambiente, sobre o papel da educação nas propostas do desenvolvimento sustentável.

Provavelmente urge uma consciência clara consciencialização do cidadão (ética ambiental, ética para o consumo com a respectiva vertente educativa e pedagógica, quer do consumidor, quer do produtor ou do sector industrial. Será importante relacionar o consumo e a produção, o consumo com a publicidade, o consumo com os meios de comunicação social e a propaganda divulgadora (marketing), a psicologia de acção do consumidor com o marketing de oferta, a ânsia de consumir com o ‘design’ dos produtos, etc.

A educação para o consumo deverá ser uma aprendizagem realizada na escola, através de actividades educativas práticas, de modo a formar futuros consumidores conscientes, críticos, responsáveis e comprometidos com o ambiente, certos dos seus direitos e prontos

* Docente da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

a assumirem as suas responsabilidades. Na verdade, o consumidor educa-se gradualmente à medida que se integra na sociedade, tornando-se um cidadão activo.

Creemos que a educação para o consumo constitui uma variável da formação integral do indivíduo, que contribui para a participação activa na sociedade. A finalidade desta educação é sócio-política, já que o seu objectivo essencial passa por formar cidadãos conscientes das suas responsabilidades, incidindo no âmbito da cidadania participativa.

Esperamos que a nossa reflexão ética e pedagógica sobre esta temática do consumo, possa gerar e contribuir para um processo educativo-ambiental, presente em todos os seres humanos que integramos este mundo complexo. A ideia que queremos transmitir é de que o consumo (artificial) provém de processos complexos, que afectam a escala de valores e as atitudes das pessoas, tornando-se numa questão de (falta) educação.

1.- A DICOTOMIA ENTRE CONSUMO, QUALIDADE DE VIDA E DEGRADAÇÃO AMBIENTAL

O consumo é um acto quotidiano de certa forma necessário e, por vezes, inconsciente, que se apresenta como um elemento determinante e determinador, isto é, simultaneamente de causa e efeito da circunstância ambiental, relacionando-se com o equilíbrio sustentável.

Na verdade, o consumo implica uma dimensão económica, ao depender do desenvolvimento do tecido industrial e da rede de serviços de cada país. Abordar o consumo supõe incidir na questão do desenvolvimento, constituindo-se como um elemento essencial para o futuro da qualidade de vida das pessoas e das populações. Sabemos que o consumo é uma das principais causas de pressão ambiental do ser humano sobre o planeta, pressão que se realiza num duplo sentido: em primeiro lugar, o consumo tem implícitos aumentos de produção, que significa elevados níveis de utilização de matérias-primas e, conseqüentemente, em segundo lugar, gasto de energia, de combustíveis e de produtos naturais.

De facto, o consumo supõe uma problemática de contaminação, pelo aumento dos resíduos (tóxicos e não tóxicos) que requerem grandes quantidades energéticas para serem incinerados e, inclusive, para a sua reutilização ou reciclagem.

A nossa tese orienta-se no sentido do desenvolvimento sustentável. Partimos do direito de todos os homens usufruírem uma vida digna e com qualidade, em que o consumo em educação, segurança, saúde, alimentação, ócio e lazer esteja garantido e que sejam fundamentais e pertinentes para melhorar a sua qualidade de vida.

Considerando a perspectiva do desenvolvimento sustentável, o consumo terá que ser compatível com o equilíbrio ambiental e ecológico, com as culturas e tradições dos povos e, ao mesmo tempo, promotor das melhorias económicas e sociais requeridas para dignificar as condições de vida humana. À medida que aumentam essas melhorias, mais se exige uma racionalidade consumidora. Assim, o tema do consumo deverá ser analisado como um aspecto determinante do desenvolvimento sustentável, de defesa da natureza e com implicações ecológicas.

Não nos esqueçamos que todos e cada um de nós, em maior ou menor escala, somos e devemos ser consumidores. Mas, para regular essa sustentabilidade de equilíbrio entre as relações do homem com a natureza, a questão do consumo exige esforços de consciencialização em toda a população, dos governantes e das empresas. É verdade, que essa questão requer matizes diferentes, segundo os níveis de riqueza das populações e dos países já que nos países em vias de desenvolvimento falamos de um consumo deficitário ou negativo (falta de consumo na grande maioria da população), o que tem conseqüências desastrosas.

A pobreza degrada o território, consome as pessoas (pauperismo), o que implica maior propensão para as doenças, a miséria, a marginalização, a (pré) delinquência, a exclusão social e outras problemáticas familiares, sociais e culturais ligados à carência e

pobreza. Por isso, os acessos ao consumo são elementos necessários e indicadores de justiça social. O ‘não’ consumo atinge sobretudo as classes mais desprotegidas economicamente, pois apresentam carências que nos antípodas dos abusos de elevado consumo que fazem as classes mais favorecidas (índices de consumo elevados).

Nos países desenvolvidos o consumo centra-se mais no âmbito energético e alimentício, constituindo-se num problema de contaminação e de necessidade de grandes investimentos no momento da eliminação dos resíduos. Independentemente das bolsas urbanas de pobreza e de miséria, o consumo nos países do Norte é mais equilibrado ao nível das classes sociais, mas são mais elevados os abusos e os prejuízos, com consequências nefastas para a saúde, para o ambiente, no consumo energético, para as economias privadas e, ainda, no gerar egoísmo e falta de solidariedade nas pessoas.

Teremos que concordar que o consumo é necessário, indicando níveis de vida mais equilibrados o que constitui um direito. Mas, quem consome poluindo e degradando deverá pagar por esse progresso descontrolado.

Haverá que discernir entre o ‘*consumo necessário*’ e ‘*consumo artificial*’. Em princípio, podemos afirmar que necessitamos consumir aqueles objectos e produtos básicos necessários para conseguir a dignidade humana: roupa, alimentação, saúde, educação, cultura, transportes, habitação, carro, ócio e recursos energéticos pertinentes a um modo de vida normal. Por outro lado, falamos de consumo artificial e não necessário, quando os efeitos do consumo não melhoram objectivamente o nível de vida, tendo consequências negativas nas economias individuais e familiares.

Normalmente, o consumo exacerbado tem origens nas falsas motivações de carácter social, em personalidades afectadas pela publicidade, pelo marketing agressivo e técnicas comerciais, pela falsa crença de que a qualidade e o nível de vida se encontram na relação directa com a posse e não com a capacidade de dar ou de ser feliz, segundo os valores que professamos (UNESCO, 1992).

O consumo artificial é consequência dos processos complexos que afectam a escala de valores e as atitudes dos sujeitos, pelo que se converte num problema educativo, isto é, na falta de educação, o que provoca personalidades débeis ou imaturas, de desorientação no âmbito das expectativas e dos valores, desconhecimento de nós próprios, incapacidade de desenvolver as nossas capacidades, incapacidade de enfrentar os diversos modos publicitários de oferta e, ainda, de debilidade frente aos valores da sociedade actual (Colom, 1997).

Assistimos a implicações ecológicas e económicas (a ecologia da natureza) do consumo, cujas consequências (especialmente ambientais) devem ser tratadas de forma educativa (Colom, 1998).

2.- AS PROBLEMÁTICAS DO CONSUMO

As actuais problemáticas do consumo podem ser explicadas por diversas perspectivas. Entre elas citamos as seguintes:

a.)- Perspectiva político ideológica. O aparecimento do consumo intensivo ampliou a crítica aos sistemas de economia de mercado e ao capitalismo de multinacionais que são responsáveis pelos meios e modos de produção e, simultaneamente, pelos desequilíbrios sociais, pauperismo e pobreza (relativa). Também os próprios consumidores, com os seus comportamentos ao nível do consumo, reforçam atitudes e pautas de acção que tendem a um desenvolvimento desequilibrado da produção, proporcionando alienações no trabalho, como compradores e como cidadãos irracionais de consumo. Por isso, vemos o consumo como uma problemática alienante e pré-disposta a situações desmedidas e desnecessárias de aquisição e compra de produtos supérfluos, fortalecendo-se a produção e necessidade

de mais consumo (crítica política medidas de intervenção).

b.)- Perspectiva sociológica. Por vezes, erradamente, identificamos o consumo com a qualidade de vida, quando entre ambos não há nenhuma relação de causa e efeito. É um equívoco associar a qualidade de vida ao que cada sujeito possui (sentido do TER) e não ao que cada um é (SER) e aos valores que defende. Na sociedade actual o consumo ou o acto de consumir constituiu-se num hábito e uma forma de estar quotidianamente. Os indivíduos, as famílias, organizam o seu tempo livre de ócio em função do consumo. Faz parte determinante na vida social dedicarmos muito tempo a consumir (a ir às compras, a gastar em produtos, muitas das vezes não necessários para o bem estar e qualidade de vida de cada um de nós). Inclusive, o consumo obriga a partilhar costumes, tradições e modos de vida em determinadas épocas do ano (época dos saldos, época do Natal, da Páscoa, de férias e de outras festividades, etc.). Parece ser uma tendência não consciencializada, não só do tipo de produto ou género que compramos, como da finalidade a que se destina o produto comprado: consumimos por consumir (cria-se uma imagem de consumir).

Integrámos o consumo como um hábito característico da sociedade contemporânea, fortalecido com a publicidade nos meios de comunicação social, o marketing agressivo que chega até nós e outros modos de informação, de modo que o urbanismo das cidades faz-se em função dos centros comerciais, das grandes superfícies comerciais e supermercados, etc. que, inconscientemente, gera atitudes e hábitos de aquisição ('compra'). Tudo isto programa e preenche os nossos comportamentos, os espaços e o tempo da nossa privacidade e lazer.

c.)- Perspectiva cultural. Podemos falar de uma 'cultura de consumo' que constitui um dos fenómenos de aculturação que apresenta uma força atroz nas nossas vidas diárias. Esta cultura para o consumo apodera-se das diversas classes e grupos sociais (mais em uns que em outros), tornando-as mais frágeis. Há consumo especializado para o desporto e desportistas, para as crianças, os jovens, as mulheres e os adultos, isto é, gerando subculturas de consumo, como signos e símbolos de pertença a grupos determinantes. Criam-se, hoje em dia, culturas diferentes em função de grupos ou classes diferentes que proporcionam injustiças (sociais) e falsificam a realidade. A sociedade de consumo dá a imagem (muitas vezes falsa) de que podemos aceder aos níveis de aquisição de produtos, pelo que inconscientemente, implica uma imagem fictícia de opulência, com bolsas de pobreza (absoluta e relativa nos vários países, uns em vias de desenvolvimento, outros em pleno progresso).

A cultura do consumo não é solidária, falsifica o consumo de cultura e converte-se num vazio de sentido e carente de conteúdo.

d.)- Perspectiva económica. Indiscutivelmente o consumo como hábito irracional incide directamente e de forma negativa sobre a economia familiar ou dos sujeitos. Comprar pode implicar consequências desfavoráveis para as pessoas e para a comunidade.

Outra perspectiva economista que influi negativamente no acto do consumo irracional, está ligada às fraudes, com a fraca qualidade de muitos produtos no mercado (o engano no comprar), o que afecta e prejudica os consumidores.

e.)- Perspectiva ecológica-ambiental. O consumo relaciona-se directamente com a degradação do ambiente, pois os aumentos de produção, originados pelo consumismo exacerbado, incidem negativamente no meio-ambiente envolvente, afectando-o nocivamente (contaminação, acumulação de resíduos), e diminuindo as matérias-primas. De facto, o consumo e a ecologia vão de mãos dadas, já que o consumismo implica sempre aumentar a pressão que o homem exerce sobre a natureza.

Desde esta perspectiva, o consumo supõe um ataque frontal às questões ecológicas e ambientais, confrontando-se com os valores morais dos limites impostos pelo ecologismo (valor de equilíbrio). As consequências do consumo são devastadoras, limitando as

soluções à tentativa de resolver problemas que surgem, como a eliminação dos resíduos, dos plásticos, dos produtos tóxicos e contaminadores, as águas residuais, etc.

Consumir o necessário é sem dúvida a primeira atitude ecológica a ter em conta pelos cidadãos (consciencialização ético-moral e ambiental). Cabe advertir que algumas das tentativas mais determinantes, correntes de atenuação de problemas, como a incineração e a reciclagem, são consequências do consumo não moderado. A necessidade de incinerar e reciclar é fruto dos maus hábitos dos consumidores, tal como a não separação dos lixos, etc. Daí as vantagens de uma adequada educação ambiental e ecológica e uma educação para o consumo nas famílias e nas escolas seja prioritário na formação básica do futuro cidadão.

Devemos ter em conta os condicionamentos como a liberdade e a autonomia pessoal que impõe o consumo, através da publicidade e das técnicas sofisticadas de marketing. Neste sentido a população encontra-se indefesa perante o mercado agressivo de venda de produtos de consumo e, conseqüentemente com escassas competências pessoais para enfrentar esse bombardeamento de falsas necessidades divulgadas pelos mais variados meios de comunicação social.

As técnicas publicitárias podem não afectar a racionalidade das pessoas, mas incidem no âmbito afectivo-emocional, convertendo e ludibriando o sujeito mais indefeso. A criação desses desequilíbrios, através de técnicas de motivação e imagem, na área das necessidades, produzem nos sujeitos pela simples gratificação implícita, um síndrome de dependência, idêntico a qualquer toxicodependência, com vários efeitos no comportamento e atitudes para com o consumo (Brundtland, 1987).

Conseqüentemente, as sensações como a associação do consumo aos sentimentos de liberdade, de auto-realização pessoal, de anti-depressivo, de fortalecimento da auto-imagem e auto-estima, etc., são simples mensagens actualizadas na mente das pessoas e que têm origem na publicidade agressiva, nos mecanismos psicológicos de autodefesa, que gradualmente configuram a personalidade do consumidor dependente.

f.)- Perspectiva sanitária (higiênico-sanitário) e psicológico. O consumo em si afecta a saúde psíquica e física do sujeito apresentando quadros de ansiedade, de dependência e de passividade (incapacidade de reacção ao marketing publicitário) bastante significativo. Devemos ter em conta que o consumismo implica perigos de doenças ou síndrome de componentes somáticos. O abuso de colorantes, de estabilizantes, anti-oxidantes, de substâncias artificiais ou outro tipo de substâncias que apresentam os alimentos, afectam a saúde dos sujeitos. Outros tipos de comida rápida e bebidas (alcoólicas, carbónicas) apresentam pautas de consumo perigosas para as crianças e adolescentes. Muitas das problemáticas no âmbito da alimentação e das bebidas têm a sua origem nos maus hábitos de consumo, e na falta de educação para o consumo e para a saúde. Na minha perspectiva, das directrizes críticas apresentadas destacam uma série de conseqüências que, analisadas individualmente, podem definir-se da seguinte maneira:

- Confusão entre consumo e qualidade de vida (crítica ideológico-política);
- Um falsear da realidade social (crítica social);
- Efeitos de aculturação (crítica cultural);
- Degradação do ambiente (crítica ecológica e ambientalista);
- Atentado às possibilidades económicas dos sujeitos (crítica económica a economia do lar ou do agregado familiar);
- Alienação e incapacidade de objectivação pessoal (crítica psicológica).

Creio que são estas as conseqüências ou indicadores nocivos em que deverá apoiar-se a educação para o consumidor. Um desenvolvimento assente na interdisciplinaridade pressupõe dotar de racionalidade científica uma questão que se desenvolveu essencial-

mente pelos caminhos da prática quotidiana.

No futuro haverá que desenvolver na população e nos cidadãos possibilidades conceptuais e teóricas, no contexto do desenvolvimento sustentável. Neste sentido, trata-se de uma questão de consciencialização e de um comportamento ético frente ao consumo que nos assola continuamente. Esse papel parte da educação familiar e na escola (educação para os valores, educação para a cidadania, etc.).

3.- EDUCAR PARA O CONSUMO

A educação para o consumo supõe a ideia expressa no movimento cidadão de reivindicação dentro da sociedade civil de educar quem consome. A defesa contra a pressão e abusos ligados ao próprio consumo e ao modo de ser e de vida dos sujeitos, tais como a fraude, a fraca qualidade dos produtos, o abuso nos preços, a publicidade enganosa, etc., implicou a organização de grupos e associações de defesa dos consumidores que descobriram que a acção pedagógica é o instrumento óptimo para conseguir os fins educativos (Sarramona, Vázquez y Colom, 1998).

A educação para o consumo requer duas perspectivas: uma formação personalizada ou individualizada no sentido de consciencialização ética, e uma formação social no âmbito de uma educação para a cidadania e tomada de consciência comunitária para a problemática do consumo e do ambiente.

De facto, uma educação para o consumo terá de ser substantivamente uma 'educação' (educar) e só adjectivamente destinada ao consumo (marco de aplicação). Por conseguinte, a educação do consumidor ou para o consumo pretende que o sujeito seja capaz de evidenciar auto-suficiência e (auto) domínio consciente do seu comportamento à volta das dependências negativas do consumo, e ter capacidade de agir comunitariamente, sendo solidário sobre as problemáticas consumistas. Só assim podemos analisar a educação do consumidor ou para o consumo nas seguintes áreas das diversas actividades educativas:

- **Área cognitiva.** A educação para o consumo deve incluir uma série alargada de conteúdos diversificados e abrangentes à própria problemática. Qualquer educação (formal e não-formal) deverá fundamentar-se na informação e na aprendizagem dessa informação.
- **Área das atitudes de comportamento.** A educação para um consumo responsável e consciente deverá contemplar a mudança de atitudes e a consolidação de novos hábitos não consumistas (processo de consciencialização).
- **Área dos procedimentos.** Uma adequada educação para o consumo inclui a dotação de formas, de maneiras de ser e agir e procedimentos e estratégias de actuação que lhe permitem tomar decisões e resolver situações referentes ao consumo. Neste sentido haverá que capacitar o sujeito com habilidades cognitivas e capacidade de decisão.
- **Área aplicativa.** Além do sujeito saber como deverá proceder, haverá que pôr-se em situação prática desenvolvendo situações aplicativas reais, de modo a exercitar-se na tomada de decisões e de procedimentos e atitudes. Este sentido activo, prático e situacional é o objectivo de qualquer pedagogia, que realize processos de avaliação às acções educativas efectuadas.

Estes processos educativos nas áreas mencionadas abrangem o sujeito individual e o sujeito imerso na comunidade. Na nossa apreciação, a educação para o consumo apresenta uma dimensão da formação integral do sujeito, com incidência na participação activa na comunidade e/ou sociedade.

Ao nível do Ensino Básico há disciplinas como o ‘Estudo do Meio’ (1.º ciclo) que deviam promover actividades relacionadas com as referências programáticas (a saúde do corpo, a descoberta de instituições, do ambiente natural, das inter-relações entre espaços, etc.), as disciplinas do 2.º e 3.º ciclo, como por exemplo, as Ciências Naturais, Educação Visual, Língua portuguesa e Estrangeira, área de formação complementar, Educação Tecnológica, História e outras que devem abordar a educação para o consumo, através de actividades multidisciplinares. No ensino secundário também é possível realizar abordagens teórico-práticas e actividades relacionadas com o consumo.

A finalidade do modo de educar o consumidor não é só sócio-política, já que o objectivo é o de formar cidadãos conscientes das suas responsabilidades e, ainda, fomentar o associativismo cívico-social para melhorar as condições de vida da comunidade. Esta aspiração natural de integrar-se como um membro activo da sociedade civil, implica uma participação política e cívica, pois não nos esqueçamos que a sociedade civil, se conforma no contexto democrático, como parte do Estado e do poder (Colom, 1997).

Interrogamo-nos sobre qual é o papel da escola neste campo de consciencialização e educação para o consumo. Cremos que é neste espaço educativo que as crianças e os jovens terão que aprender conteúdos suficientes, de modo a poderem conhecer as características, as condições, as virtudes ou as insuficiências que recaem sobre os produtos ou os serviços que são objecto de compra ou de uso, para que, em adultos, possam tomar e arbitrar as medidas oportunas frente às influências publicitárias, racionalizando a sua conduta, procurando comportamentos autónomos, críticos e responsáveis dentro de um civismo de convivência comunitária.

Em síntese, os objectivos educativos destinados ao consumidor terão que permitir:

- Promover uma maior liberdade e racionalidade no consumo de bens e produtos e na utilização devida e necessária dos serviços;
- Facilitar a compreensão e a informação sobre os produtos e os serviços;
- Difundir os direitos e os deveres do consumidor (legislação e os organismos) e os modos de exercício dessas normas legais;
- Fomentar a prevenção de riscos que possam resultar do consumo de produtos ou da utilização dos serviços;
- Adaptar as pautas de consumo a um uso racional dos recursos naturais;
- Iniciar e potencializar a formação de educadores que informem e eduquem neste campo do consumismo, seja através de acções de sensibilização, acções de formação ou de divulgação.

Não podemos deixar de referir que a educação para o consumo tem conexões com a educação cívica e para a cidadania, a educação ambiental, a educação comunitária e com a educação permanente ou de adultos. Ela converte-se num bastião importante da educação cívico-social devido à pretensão comunitária que integra. Neste contexto, a educação para o consumo é sempre uma educação social, com o objectivo de colaborar com a comunidade em que vivemos e com a sociedade em que nos integramos.

As estratégias de atitudes e de comportamentos que devemos adquirir são um meio para conseguir uma sociedade mais crítica, mais autónoma, mais consciente e responsável dos seus direitos e obrigações. É por isso, que relacionamos a educação para o consumo com a concepção político-educativa, ao pretender a transformação da sociedade, através de atitudes individuais generalizadas, não perdendo de vista a dependência que o consumidor possui relativamente ao seu meio comunitário.

Também a relação que o consumo possui com a saúde e com o ambiente evidencia a inclusão da educação do consumo dentro de projectos educativos de âmbito social e europeu (mundial). Educar para o consumo é educar para a defesa dos direitos individuais e

comunitários e para fazer parar as pressões que afectam a saúde da humanidade. O consumo relaciona-se com a saúde através da nutrição, da higiene social, com a questão ecológica e ambiental (produzir sem controlo devastando as matérias naturais, a biodegradação, a poluição, a chuva ácida, a desertificação, a contaminação dos resíduos, as embalagens não degradáveis e outras) e com a cidadania.

(IN) CONCLUSÕES

Ao analisar as crises ambientais e os problemas mundiais da sociedade actual, cremos que as estratégias para um desenvolvimento sustentável implicam uma consciencialização do cidadão para questões que afectam a sua sobrevivência, o seu modo de viver, a sua qualidade de vida e a sua saúde. Deste modo, referimo-nos ao consumo porque o desenvolvimento e o ambiente mediatizam e são mediatizadores pelo consumo, já que as suas consequências e os seus efeitos incidem em todos os indicadores que intervêm na estratégia do desenvolvimento sustentável e de defesa da natureza (ecologia, saúde, economia, cultura, sociedade, civismo, etc.). Esses efeitos afectam os hábitos de consumo ao abranger todas as pessoas e povoações.

Devido às múltiplas inter-relações, a educação como estratégia psicológica e comportamental para conseguir um consumo racional está entrelaçada com outras possibilidades pedagógicas, tais como a educação para a saúde, a educação ambiental, a educação para a cidadania, a educação social, a educação intercultural, a educação permanente, a antropologia educativa, educação para a convivência, etc.

Nesta rede de relações que o desenvolvimento sustentável possui, tal como os processos educativos resultantes, incidimos em questões prioritárias sobre a sustentabilidade, em que a ‘educação para’ (consumo, valores, cidadania, ambiente...) requer educadores que se integrem numa estrutura de conhecimento amplo, de modo a ensinarem pedagogicamente (escola, família, na sociedade, nos meios de comunicação social) todas as problemáticas sócio-ambientais e culturais.

Por conseguinte, a minha proposta vai no sentido de dar operacionalidade prática a uma pedagogia do desenvolvimento comunitário (UNESCO, 1992) que, devidamente estruturada, integraria no mesmo guarda-chuva o mesmo objectivo comum, outras pedagogias específicas que, sendo particulares, têm mais dificuldade em implementar os seus objectivos formativos.

Essa pedagogia para o desenvolvimento comunitário ou educação para o desenvolvimento e bem-estar, que protagonizamos, é o contexto natural onde incluímos as actuais actividades educativas em prol do ambiente, da cidadania nas sociedades democráticas, do desenvolvimento sustentável, da saúde, da interculturalidade, da paz, do património, do consumo, etc.

Não deixamos de lembrar que a educação ambiental é um dos paradigmas do III milénio que implica uma nova educação do cidadão, que sirva para educar os sujeitos em função da complexidade dos problemas vitais que afectam os seres humanos e a humanidade, exigindo-se uma educação holística, integrada e interdisciplinar que permita formar mentalidades integradoras da complexidade do mundo (E. Morin).

Creio que o papel que o consumo tem relativamente ao ambiente e ao desenvolvimento sustentável, tal como a educação para o consumo em relação com outras pedagogias adjacentes, demonstra a necessidade de uma articulação conceptual e educativa entre as diversas variáveis que concitam as propostas, os programas e os projectos de desenvolvimento sustentável.

Aqui deixo a ideia de uma educação para o desenvolvimento comunitário, de modo a germinar uma estrutura e programação conceptual a ter em conta nos currículos de formação básica de qualquer futuro cidadão.

BIBLIOGRAFIA

- ALSTON, Dana (ed.s) (1990). *We speak for ourselves: Social Justice, Race and Environment*. Washington DC: Panos Institute
- ANTONY, CARL (1995). 'Ecopsychology and the Deconstruction of Whiteness'. In Teodoro Roszak et al. (ed.s), *Ecopsychology restoring the earth, healing the mind*. S. Francisco: Sierra Club Books
- BRUNDTLAND, G.H. (1987). *Nuestro futuro común*. Madrid: Edición del Ministerio de Obras Públicas e Transporte / Alianza Editorial
- CHESNEY, L. (1993). *Lecciones sobre el desarrollo sustentable*. Caracas: Edic. Fundambiente
- COLOM, A. J. (1997). 'Educación y consumo. Síntesis para un nuevo espacio educativo'. *Estudios sobre Consumo*, n.º 41, pp. 9-26
- COLOM, A. J. (1998). 'Educación para el consumo'. In J. Sarramona, G. Vázquez y A.J. Colom, *Educación no formal*, (pp. 75-88). Barcelona: Ed. Ariel
- CONWAY, G. & BARBIER, A. (1993). 'After green revolution; sustainable and equitable agricultural development'. *Futures*, Vol. 20, n.º 6, pp. 651-678
- CRONON, William (1996). *Uncommon ground rethinking the human place in Nature*. N. York: Norton
- DALY, E. (1991). *Steady state economics*. Washington: Island Press
- HOFRICHTER, Richard (ed.) (1993). *Toxic struggles: the theory and practice of environmental justice*. Philadelphia: New Society Publ.
- MEADOWS, D. (1993). 'Descubrir las soluciones ocultas'. In Fundación Santillana, *Aprender para el futuro. Educación Ambiental. Documentos en Debate*, (pp. 103-104). Madrid: Fundación Santillana
- POLLAN, M. (1991). *Second Nature: a gardener's education*. N.York: Atlantic Monthly P.
- SARRAMONA, J.; VÁZQUEZ, G. y COLOM, A. J. (1998). *Educación no formal*. Barcelona: Ed. Ariel
- SAVATER, F. (1999). *Las preguntas de la vida*. Barcelona: Ariel
- STREN, Richard et al. (1991). *Sustainable cities : urbanization and the environment in international perspectives*. Boulder: Westview
- UNESCO (1992). 'The challenge'. In *Environment and Development Briefs. Reshaping Education*, n.º 4

Legislação do consumidor:

- Lei n.º 24/96, de 31 de Julho lei de Defesa dos Consumidores
Decreto-Lei n.º 154/97, de 20 de Junho
Decreto-Lei n.º 234/99, de 25 de Junho
Decreto-Lei n.º 67 /2003, de 8 de Abril

Ideias de Actividades Temáticas:

- Pobreza e precaridade frente ao proteccionismo e política de consumo;
O conhecimento do consumidor no acto de consumir (reações e actividades, comportamentos e atitudes); de consumidor comprador a consumidor vítima;
A sociedade de consumo na actualidade e os direitos do consumidor;
Contraste das características dos produtos de 'ontem' e os de 'hoje em dia';
Consumo privado e o nível de vida;
A cisão entre o produtor e o consumidor na sociedade de consumo de massas; etc.;
Impacto da publicidade (enganosa) dos meios de comunicação sobre as crianças.

Contacto: ernestoail.es.ipcb.pt.