



Fernanda Maria Neves REBELO

*O papel das novas tecnologias na educação para o consumo sustentável:
tópicos para uma formação cívica e multidisciplinar do consumidor*

DOI: [https://doi.org/10.34625/issn.2183-2705\(ne2v3\)2022.ic-04](https://doi.org/10.34625/issn.2183-2705(ne2v3)2022.ic-04)

Secção I

Investigação Científica*

* Os artigos presentes nesta secção foram sujeitos a processo de revisão segundo o método *blind peer review*.

O papel das novas tecnologias na educação para o consumo sustentável: tópicos para uma formação cívica e multidisciplinar do consumidor

The role of new technologies in education for sustainable consumption: topics for civic and multidisciplinary consumer education

Fernanda REBELO¹

RESUMO: Podem as novas tecnologias desempenhar um importante papel na educação para o consumo sustentável? É já impossível ignorar a galopante escassez de meios e recursos do planeta, diretamente proporcional ao crescimento da população mundial, às alterações climáticas, aos efeitos das guerras e a tudo o que está a comprometer o desenvolvimento sustentado das nossas sociedades. Neste trabalho é desenvolvida uma análise de tipo qualitativo e dedutivo sobre a questão da sustentabilidade e os direitos humanos no mundo globalizado, com destaque para a identificação dos problemas derivados do consumo desenfreado e irresponsável; e, bem assim, a pesquisa bibliográfica fundamentada a partir da revisão, análise e interpretação da literatura especializada, a par das soluções legislativas disponíveis. Os objetivos traçados são alcançados através do estudo da situação vivida nas nossas escolas, do ensino básico ao superior, passando pelo secundário, tanto em Portugal como nos restantes países europeus. Os resultados mostram que é necessário e é viável incrementar planos de educação cívica e de formação multidisciplinar orientados para o consumo sustentável, válidos tanto as crianças e jovens como para os adultos, com o recurso às novas tecnologias. São inúmeras as ferramentas digitais ao serviço das comunidades estudantis - e não só -, facilitadoras e aptas a intervir no processo ensino/aprendizagem com um razoável grau de eficácia. Não obstante, conclui-se que não tem sido suficientemente aproveitada essa via (digital) da educação para o consumo sustentável. Por desconhecimento, nuns casos, por desinteresse, noutros. Só temos uma Terra! Importa promover e incentivar ainda mais iniciativas e projetos educativos, através do recurso às ferramentas tecnológicas adequadas e às plataformas digitais, mecanismos fundamentais para a educação e o conhecimento do consumidor. Além dos consumidores (que somos todos nós!), é urgente despertar as consciências dos decisores políticos, das empresas, para uma utilização responsável dos recursos disponíveis, o respeito sagrado dos direitos humanos, confiando que, por este caminho, existe um futuro comum na Terra para as gerações atuais e as vindouras.

PALAVRAS-CHAVE: Novas tecnologias; direitos humanos e consumo sustentável; educação cívica; formação multidisciplinar do consumidor

¹ Doutora em Direito e Professora do Departamento de Direito da Universidade Portucalense. Investigadora do Instituto Jurídico Portucalense. Universidade Portucalense, Rua Dr. António Bernardino de Almeida, 541, 4200-072 Porto. Portugal. fmnr@upt.pt.

ABSTRACT: Can new technologies play an important role in education for sustainable consumption? It is already impossible to ignore the galloping scarcity of means and resources on the planet, directly proportional to the growth of the world population, climate change, the effects of wars and everything that is compromising the sustainable development of our societies. This work develops a qualitative and deductive analysis on the issue of sustainability and human rights in a globalised world, with emphasis on the identification of the problems arising from unbridled and irresponsible consumption; as well as the bibliographical research based on the review, analysis and interpretation of specialised literature, together with the legislative solutions available, in a digital and citizenship context. The outlined objectives are achieved by studying the situation experienced in our schools, from primary to higher education, passing through secondary education, both in Portugal and in other European countries. The results show that it is necessary and feasible to increase civic education and multidisciplinary training plans oriented towards sustainable consumption, valid both for children and young people and adults, using new technologies. There are countless digital tools at the service of student communities - and others besides - that facilitate and are able to intervene in the teaching/learning process with a reasonable degree of effectiveness. Nevertheless, it can be concluded that this (digital) way of education for sustainable consumption has not been sufficiently used. Due to lack of knowledge, in some cases, and lack of interest, in others. We only have one Earth! It is important to promote and encourage even more educational initiatives and projects through the use of appropriate technological tools and digital platforms, which are key mechanisms for consumer education and knowledge. In addition to consumers (who are all of us!), there is an urgent need to awaken the consciences of political decision-makers and companies to responsible use of available resources and sacred respect for human rights, in the belief that this is the way to a common future on Earth for present and future generations.

KEYWORDS: New technologies; human rights and sustainable consumption; civic education; multidisciplinary consumer formation

1. Introdução

As novas tecnologias da informação e da comunicação (TIC) podem constituir um importante benefício para alcançar as metas do desenvolvimento sustentável². O desenvolvimento rápido e global a que temos assistido vem demonstrar a sua utilização potencial neste domínio. Mas não se fica por aí. Se acrescentarmos a premência de se alcançarem, nas ditas *sociedades do conhecimento*, outros patamares, tais como: o “consumo sustentável”, o “acesso universal à informação e ao conhecimento” e uma “educação de qualidade para todos”, compreendemos que estamos centrados na questão da *educação para*

² Neste sentido, ver CRUZ, Paulo Márcio e FERRER, Gabriel Real. “Direito, sustentabilidade e a premissa tecnológica como ampliação de seus fundamentos”, *Sustentabilidade tecnológica: o papel das tecnologias digitais na promoção do desenvolvimento sustentável*, SILVEIRA, Alessandra, ABREU, Joana Covelo de, COELHO Larissa A. (Coords). Braga: Pensamento Sábio - Associação para o conhecimento e inovação - Universidade do Minho. Escola de Direito, 2020, pp. 6 e 7, defendem que a sustentabilidade é “um processo mediante o qual se tenta contruir uma sociedade global capaz de se perpetuar indefinidamente no tempo em condições que garantam a dignidade humana”. Para os AA., o “fator tecnológico (...) é fundamental, tanto para alcançar o sucesso de cada uma das áreas [social, ambiental e económica] como para garantir a própria viabilidade da sustentabilidade”.

o consumo sustentável e sua relação com o mundo digital. A propósito, Irina Bokova³ sublinha que *as sociedades do conhecimento* assentam, entre outros, nos seguintes pilares: “liberdade de expressão e de informação”; “acesso universal à informação e ao conhecimento” e “ensino de qualidade para todos”. Devemos atentar na educação do consumidor, numa visão multidisciplinar e ampla, abrangendo as faixas etárias a partir dos 12 anos de idade, em estabelecimentos do ensino básico, secundário e superior.

Quanto ao consumo, é algo que tem uma influência estrutural, sendo um elemento decisivo na era da globalização e uma alavanca que impulsiona o desenvolvimento económico-social. Porém, enfrentamos o problema do consumo desenfreado e irresponsável levado a cabo por uma população em crescimento acelerado. Vivemos num mundo com recursos e reservas finitas e cada vez mais escassas, sem esquecer os problemas que as alterações climáticas nos trazem, além dos efeitos nefastos das guerras que vão assolando o mundo um pouco por toda a parte e, mais recentemente, no continente europeu, por tempo impossível de determinar e com resultados imprevisíveis em todos os sentidos.

A verdade é que, seja por que motivo for, se continuarmos a consumir ao ritmo atual, é certo que o nosso planeta, tal como está, não será suficiente para assegurar as necessidades de sobrevivência da humanidade num futuro que poderá ser muito próximo. Aliás, serão precisos dois planetas! O atual modelo é manifestamente insustentável. É urgente a implementação de alternativas ao modelo económico consumista da atualidade. Como então garantir a sobrevivência da biosfera (incluindo o ser humano e a biodiversidade)?

A doutrina divide-se sobre como garantir a sobrevivência no futuro do nosso mundo tal como o conhecemos hoje e o que deve ser feito para evitarmos

³ BOKOVA Irina. Prefácio do Relatório Renovando a visão das sociedades do conhecimento para a paz e o desenvolvimento sustentável [e-book]. MANSELL, Robin, Tremblay, Gaëtan. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO; [tradução NICOLSI, Melissa, SACHS Gustavo Pugliesi]. São Paulo: Comité Gestor da Internet no Brasil, 2015. Sobre a “educação na vanguarda”, importa destacar o artigo de BOKOVA Irina. “Education on the Frontline”, *Global Education Magazine*, em janeiro de 2013. Disponível em: <http://www.globaleducationmagazine.com/education-frontline/>. Note-se que BOKOVA foi a primeira mulher a ocupar o cargo de Diretora-geral da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), exercendo funções de 2009 até 2017, ano que foi eleita a ex-ministra da cultura francesa, Audrey Azoulay.

a destruição da Terra e assegurarmos às gerações vindouras um desenvolvimento sustentado e responsável.

José Eustáquio Diniz Alves⁴ não tem dúvidas em afirmar que assistimos a um crescimento ecologicamente insustentável, sendo por isso necessário pensar-se em alternativas ao modelo económico consumista da atualidade. Reduzir a pegada ecológica do ser humano é para este Autor uma necessidade inadiável.

Por seu turno, Serge Latouche⁵ sustenta a ideia do “decrecimento sustentável”, considerando mesmo que o “desenvolvimento sustentável” não é viável. Para este Autor, a vida deve ser vivida de forma simples, devendo cada pessoa reduzir o consumo próprio, cabendo à sociedade em geral o dever de respeitar os limites dos recursos naturais. Serge Latouche defende um “ciclo virtuoso de decrecimento, por meio dos seguintes conceitos: reavaliar, reconceitualizar, reestruturar, redistribuir, relocalizar, reutilizar e reciclar”.

Carlos Frederico B. Loureiro⁶ entende, porém, que, paralelamente à redução do consumo que seja supérfluo e à redução das atividades económicas prejudiciais para o Planeta, pode haver o aumento de atividades que sejam ecologicamente neutras ou sustentáveis e que muito contribuam para o desenvolvimento e realização plena dos cidadãos na atual sociedade de consumo. Refere-se a diversas ações educativas, em que os consumidores possam desde muito cedo adquirir conhecimentos, hábitos e atitudes críticas e se tornem seres responsáveis reconhecendo a importância de uma educação ecológica desde a infância e a sua consciencialização para um consumo sustentável.

Clara de Magalhães⁷, por seu turno, não tem dúvidas em afirmar que “numa sociedade como a atual, virada para o consumo, tornou-se cada vez mais

⁴ ALVES, José Eustáquio Diniz. “Sociedade do conhecimento e desenvolvimento sustentável”. *EcoDebate: site de informações, artigos e notícias socioambientais*, 2010. Disponível em: <https://www.ecodebate.com.br/2010/03/04/sociedade-do-conhecimento-e-desenvolvimento-sustentavel-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves/>.

⁵ LATOUCHE, Serge. *Pequeno Tratado do Decrecimento Sereno*. Lisboa: Edições 70, 2011.

⁶ LOUREIRO, Carlos Frederico B. *Trajetória e fundamentos da educação ambiental*. 4. ed. São Paulo: Cortez Editora, 2012.

⁷ MAGALHÃES, Clara, Universidade de Aveiro, é a coordenadora em Portugal do projeto DOLCETA (<https://dolceta-portugal.blogspot.com/2012/05/>) e defende, numa entrevista dada a SKAPINAKIS, Helena, APERTA, Pedro. “A ferramenta ‘Glocal’ do consumidor europeu”, publicada na Dossier Fazer, Gerir e poupar, pp. 38-39, a importância do consumo responsável nos países da União Europeia. O Projeto DOLCETA (inicialmente significava Development of

necessário apostar na educação do consumidor”; defende que a educação poderá permitir ao consumidor ter critérios de escolha, consumindo de forma racional evitando o excesso; e que a educação do consumidor deve dirigir-se à população em geral, desde a infância.

No presente texto, pretendemos saber se a *via da educação* para o consumo poderá ser vista e desenvolvida como um instrumento, entre outros que poderão ser utilizados⁸, para a promoção da sustentabilidade do planeta. Analisaremos a necessidade social de desenvolver projetos de educação para o consumo sustentável, bem como os instrumentos e as tecnologias que poderão contribuir para a educação e a formação do consumidor responsável⁹ na sociedade da informação e do conhecimento, tais como: além do projeto DOLCETA Portugal (posto em ação em 2012, e coordenado no nosso país por Clara Magalhães da Universidade de Aveiro), já referido, o portal europeu *Consumer Classroom* (o consumidor na sala de aula) e a plataforma *Consumer Citizenship Network* – CCN (Rede para a cidadania no consumo).

Online Consumer Education Tools for Adults, mas cedo se constatou que deveria ser dirigido à população escolar), lançado em 2012, como um projeto comunitário da responsabilidade da União Europeia. Tem por objetivo principal contribuir para a Educação para a Cidadania, abrangendo matérias relativas à Literacia Financeira, à Educação Ambiental, à Segurança Alimentar e Sustentabilidade. Foi proposto pela Direção-Geral de Saúde e Consumo da União Europeia, em associação com a European University Continuing Education Network (EUCEN).

⁸ Refira-se que o consumo sustentável de bens, em especial, o direito à reparação de bens, esteve na origem da recente iniciativa legislativa da Comissão Europeia, anunciada, no dia 12 de janeiro de 2022, no Programa de trabalho da Comissão para 2022, disponível em: https://ec.europa.eu/info/strategy-documents/commission-work-programme/commission-work-programme-2022_en, lançando uma consulta pública, aberta até ao dia 5 de abril de 2022, sobre consumo sustentável de bens, com a finalidade de responder aos desafios que os consumidores enfrentam quando pretendem obter a reparação de produtos avariados. A medida espera reunir experiências e opiniões de fabricantes, vendedores, autoridades públicas, universidades e ONG. Os resultados obtidos ajudarão a Comissão sobre o direito à reparação, tendo em vista alcançar metas que contribuam para o consumo sustentável, através do prolongamento da vida útil dos bens, conseguido à custa da sua reparação, tanto no período da garantia quer após o mesmo. A par desta consulta, a Comissão desenvolveu a *iniciativa relativa aos produtos sustentáveis*, acessível em: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Sustainable-products-initiative_en, tendo em vista tornar mais sustentáveis os bens e produtos disponíveis no mercado interno.

⁹ Note-se que, em 2019, aquando da publicação pela Comissão Europeia do Painel de Avaliação das Condições dos Consumidores, revelou que “mais de metade dos consumidores pensavam nas incidências ambientais ao fazer compras” (sendo mais evidente este resultado em certos países, como a Suécia, com 71%, do que noutros, como a Croácia, com 53%) que “estavam mais conscientes da pegada ecológica que produzem e que as normas de proteção dos consumidores propiciam confiança no mercado». O inquérito, acessível em: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pt/ip_19_6355, apresentou as principais conclusões, mostrando que era necessário continuar a trabalhar para melhorar as condições dos consumidores e a sua confiança, o que tem vindo a ser feito.

Os objetivos principais a prosseguir são, por um lado, determinar especificamente qual o papel das novas tecnologias na educação para o consumo sustentável e até que ponto a educação dos consumidores neste particular conseguirá contribuir para atingir esse desiderato. Por outro lado, pretende-se enunciar os tópicos fundamentais para uma formação cívica e multidisciplinar do consumidor, para a sua formação propedêutica ou científica que lhe permitirá continuar a formação ao longo da vida.

Para tal, são clarificados os conceitos básicos, identificadas as necessidades, as competências no processo ensino-aprendizagem, procurando-se compreender quem é responsável pela educação do consumidor e qual é o seu papel na educação para o desenvolvimento sustentável. Igualmente são estudados os métodos de ensino, bem como as estratégias e os processos ativos a implementar na avaliação.

2. Metodologia

Para alcançar os objetivos traçados, é desenvolvida uma análise de tipo qualitativo e dedutivo sobre sustentabilidade, direitos humanos, em especial o direito à educação, e as novas tecnologias, com recurso a pesquisa bibliográfica, fundamentada a partir da revisão, análise e interpretação da literatura especializada, a par da indicação das soluções legislativas disponíveis, num contexto digital e de cidadania. Acrescem a recolha e análise de modelos exemplares do processo ativo do ensino/aprendizagem do direito à educação para o consumo: os modelos pedagógicos propostos pela União Europeia.

3. A educação do consumidor para o consumo sustentável

3.1 O direito à educação do consumidor

Nos termos do Preâmbulo do Pacto Internacional dos Direitos Económicos, Sociais e Culturais (PIDESC), também designados de direitos de “Segunda Geração”, o direito à educação é um direito que deriva da dignidade inerente à pessoa humana e está consagrado no seu artigo 13.¹⁰

¹⁰ Refira-se que, em 1948, os “direitos civis e políticos” e os “direitos económicos, sociais e culturais” (entre eles o direito à educação) estavam contidos no mesmo texto na Declaração Universal dos Direitos do Homem, da ONU (DUDH). Esta união acabaria por desaparecer com a divisão dos Direitos Humanos em dois Pactos, aprovados em 1966, com a importante consequência: só o Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos (PIDCP) teve carácter

A educação do consumidor é um compromisso educativo que pretende contribuir para o desenvolvimento integral do aluno, dotando-o de conceitos, procedimentos e atitudes que possibilitem a construção de uma sociedade de consumo mais justa, solidária e responsável, capaz de melhorar a qualidade de vida de todos os seus cidadãos, sem prejudicar o ambiente¹¹. A ação escolar pretende capacitar os estudantes para a «filtragem» da informação que recebem¹², habilitando-os a tomarem decisões de consumo responsáveis, a compreenderem os fenómenos decorrentes do consumo, da publicidade e do marketing¹³.

Desde 1985, que a Organização das Nações Unidas (ONU) tem vindo a chamar a atenção para a necessidade da educação do consumidor¹⁴, da formação cívica e da consciência ambiental¹⁵. Já em 1973, o Conselho da Europa havia publicado a Carta para a Proteção e Informação do Consumidor, onde constava o item da educação do consumidor¹⁶. Em Portugal, os

vinculativo de imediato, enquanto o PIDESC permanece até hoje com menos força jurídica. Ver REBELO, Fernanda. O direito à privacidade nas comunicações eletrónicas: Comunicações não solicitadas e proteção do consumidor. PANDO BALLESTEROS, M. P., GARRIDO RODRÍGUEZ, P., MUÑOZ RAMÍREZ, A. (Eds.), *El cincuentenario de los Pactos Internacionales de Derechos Humanos de la ONU* (pp. 699-716). Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2016.

¹¹ CORRÊA, Mônica Marella e ASHLEY, Patrícia Almeida. “Desenvolvimento Sustentável, Sustentabilidade, Educação Ambiental e Educação para o Desenvolvimento Sustentável: Reflexões para ensino de graduação”. *Revista Eletrônica Mestrado Educação Ambiente*. Rio Grande, v. 35, n. 1, pp. 92-111, jan./abr. 2018.

¹² REIS, Patrícia dos, DALLAFAVERA, Rafaela Bolson. “Influência midiática e do setor publicitário no consumo precoce: um olhar a partir da educação ecológica para um consumo sustentável”. *Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo*, v. 2, n. 2, pp. 40 – 60, jul/dez, 2016.

¹³ REBELO, Fernanda. “O impacto da transformação digital nas organizações: Marketing digital e consumidor. ROMERO-RODRÍGUEZ, MAÑAS VINIEGRA, L. M., & L. (Eds.), *Comunicación Institucional en el Ecosistema Digital: Una visión desde las organizaciones* (pp. 174-191). Sevilla: Editorial Egregius, 2017; Ver, ainda, SANTOS Fabíola Meira de Almeida. O marketing digital e a proteção do consumidor, 2009, Dissertação mestrado Pontifícia Universidade de São Paulo, São Paulo.

¹⁴ BOKOVA Irina, MANSELL, Robin, TREMBLAY, Gaëtan (eds.). Prefácio do Relatório Renovando a visão das sociedades do conhecimento para a paz e o desenvolvimento sustentável [livro eletrónico]. UNESCO - *Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura*; [tradução NICOLOSI, Melissa, SACHS Gustavo Pugliesi]. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2015.

¹⁵ UNESCO. Shaping the future we want: UN Decade of Education for Sustainable Development (2005-2014); final report. Paris, 2014. <<http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002301/230171e.pdf>>. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO; [tradução NICOLOSI, Melissa, SACHS Gustavo Pugliesi]. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2015.

¹⁶ REBELO, Fernanda. O direito de livre resolução no quadro geral do regime jurídico da proteção dos consumidores. *Nos 20 anos do Código das Sociedades Comerciais - Estudos em Homenagem aos Professores Doutores Ferrer Correia, Orlando de Carvalho e Vasco Lobo Xavier* (pp. 571-617). Coimbra: Coimbra Editora, 2008.

consumidores têm os seus interesses protegidos por direitos consagrados na lei, no artigo 60.º da Constituição da República Portuguesa (CRP)¹⁷ e nos artigos 3.º e seguintes da Lei n.º 24/96, de 31 de julho (Lei de Defesa do Consumidor - LDC), que estabelece o regime jurídico aplicável à defesa dos consumidores¹⁸. Tratam-se de direitos dos cidadãos, enquanto consumidores, que obrigam a prestações do Estado e se impõem aos próprios operadores económicos fornecedores de bens, desde a produção até à distribuição final¹⁹. Portanto, a obrigação de formação e de informação dos consumidores recai igualmente sobre o Estado e sobre os aludidos operadores económicos²⁰.

3.2. A educação para a cidadania

A educação para a cidadania está consignada na Lei de Bases do Sistema Educativo (Lei n.º 46/86, de 14 de outubro)²¹. O Decreto-Lei n.º 6/2001, de 18 de janeiro, consagra a educação para a cidadania, enquanto componente curricular transversal, em todos os ciclos de ensino, que visa contribuir para a construção da identidade do indivíduo e o desenvolvimento da consciência cívica dos alunos²².

¹⁷ O artigo 60.º da Constituição da república Portuguesa elenca os direitos dos consumidores: «os consumidores têm direito à qualidade dos bens e serviços consumidos, à formação e à informação, à proteção da saúde, da segurança e dos seus interesses económicos, bem como à reparação de danos».

¹⁸ MONTEIRO, António Pinto, “Sobre o direito do consumidor em Portugal”, in *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 4, Centro de Direito do Consumo da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2002, pp. 121-135.

¹⁹ EILBERG, Ilana Finkielstejn. *O direito fundamental à educação e as relações de consumo*. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Porto Alegre. Faculdade de Direito. Programa de Pós-Graduação em Direito, 2010.

²⁰ E, justamente, entre os direitos previstos no artigo 3.º da LDC (artigo 3.º, c), da LDC), encontra-se: o direito à formação e à educação para o consumo. Nos termos do n.º 1, do artigo 6.º, com a epígrafe Direito à formação e à educação, «Incumbe ao Estado a promoção de uma política educativa para os consumidores, através da inserção nos programas e nas atividades escolares, bem como nas ações de educação permanente, de matérias relacionadas com o consumo e os direitos dos consumidores, usando, designadamente, os meios tecnológicos próprios numa sociedade de informação». Para uma informação completa sobre a consagração do direito à formação e à educação, ver os ns.º 2 a 4 do referido artigo 3.º da LDC. REBELO, Fernanda. O direito à informação do consumidor na contratação à distância, in *Liber Amicorum Mário Frota: a causa dos direitos dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2012, p. 113.

²¹ CAPUCHO, Luís (Dir.). “Educação para a Cidadania”. *Guião de Educação do Consumidor*. Lisboa: Ministério da Educação, Direção-Geral de Inovação e de Desenvolvimento Curricular, dezembro de 2006.

²² Ver CAPUCHO, Luís (Dir). “Educação para a Cidadania”, *obra citada*, sobre as competências na educação do consumidor e sugestão de temas para o seu desenvolvimento e sobre a educação nas escolas.

A escola, como espaço determinante na formação dos indivíduos, possibilita aos jovens as ferramentas para obter, compreender e usar criticamente a informação, com o objetivo de se tornarem consumidores mais críticos, exigentes e responsáveis, através da mobilização de um conjunto de valores construtores e fortalecedores de uma cidadania participativa²³.

A educação do consumidor é necessária porque o consumo tem uma influência estrutural e representa um fator essencial no mundo globalizado em que vivemos. Somos todos consumidores. O ato de comprar, de utilizar os diferentes bens, produtos ou serviços não é neutro e tem uma influência decisiva nas nossas vidas. Com efeito, é o consumidor final que muitas vezes determina com as suas escolhas e opções quais os bens e serviços que têm sucesso no mercado ou não. Por sua vez, a publicidade e as estratégias de marketing, por vezes ardilosas e agressivas levadas a cabo pelas organizações, constituem um importante fator de perturbação do equilíbrio contratual levando a precipitação e atitudes irrefletidas por parte do consumidor, no momento da aquisição do bem ou serviço.

Para ser responsável e atuar em conformidade, o consumidor deve aprender a consumir. Torna-se necessário que obtenha as informações relevantes sobre os produtos que lhe são oferecidos no mercado, no tocante ao preço, forma de pagamento, qual o seu impacto ambiental, os meios de resolução de conflitos, para poder tomar uma boa decisão de transação.

Na sociedade atual, é necessário educar as pessoas para que sejam capazes de ter uma atitude crítica e responsável perante o mercado. Trata-se de um processo permanente que evolui ao longo de toda a vida, que traz consigo conceitos claros, procedimentos eficazes e atitudes positivas que, por sua vez, geram hábitos que acabam por resultar num consumo responsável.

4. Novas tecnologias e as ferramentas pedagógicas

Ao nível europeu, são de registar várias ferramentas pedagógicas que desempenham um importante papel na temática em análise. Efetivamente, a

²³A Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, em Joanesburgo salientou a necessidade de se fomentar, com urgência, uma educação para o desenvolvimento sustentável, e em 2005, a Década das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável (DEDS, 2005-2014) foi iniciada.

União Europeia, para promover a educação dos consumidores, desenvolveu vários programas, a saber: o *Consumer Classroom*, o *Consumer Citizenship Network* - CCN (Rede da Cidadania do Consumidor) e o *Nordic Co-operation* (Rede dos países do Conselho Nórdico)²⁴. Em todas as ferramentas citadas encontramos uma ideia comum dirigida aos professores seus destinatários em primeira linha: “Ensine os seus estudantes a serem consumidores inteligentes!”

4.1. O portal Consumer Classroom

O *Consumer Classroom* é um portal europeu, criado pela Comissão Europeia, multilingue (23 línguas), que visa promover e encorajar iniciativas de Educação do Consumidor (EC) em estabelecimentos do ensino secundário, dirigidas a jovens entre os 12 e os 18 anos. É financiado pela Comissão Europeia - Direção-Geral Saúde e Proteção dos Consumidores -, tem o objetivo específico de constituir uma rede *web* dinâmica e colaborativa e aspira a ser o porta-voz da educação do consumidor *online*. O projeto *Consumer Classroom* destina-se, sobretudo, a professores destes graus de ensino, os quais irão partilhar nos espaços informativos, experiências e projetos interdisciplinares interescolares. Para prosseguir os seus objetivos, são disponibilizados materiais pedagógicos diversos sobre as matérias atinentes à Educação do Consumidor, nomeadamente, direitos do consumidor, compras *online*, consumo sustentável da água, da utilização da energia, publicidade, literacia financeira, saúde e nutrição, sustentabilidade, entre muitos outros temas²⁵. Além disso, o portal contém informação geral sobre agendamento de eventos e iniciativas dos diferentes países aderentes, estando dotado de instrumentos de colaboração, facilitando a comunicação através de *chats* de conversação, *forum*, *links* direcionados a páginas *web* e a blogues²⁶. É de sublinhar a dimensão transversal

²⁴ Sobre o portal europeu *Consumer Classroom* e a plataforma *Consumer Citizenship Network* – CCN, seguimos o nosso estudo: REBELO, Fernanda. “Educação para o consumo sustentável na sociedade do conhecimento: Consumer Classroom e Consumer Citizenship Network”. *EDaSS Proceedings of the VII International Conference on Economics Development and Social Sustainability*. Universidad Autónoma de Madrid, October, 17th-20th, 2018. Editor: Isabel Novo-Corti, Vol. 7, (pp. 248-253).

²⁵ LOUREIRO, Carlos Frederico B. *Trajetória e fundamentos da educação ambiental*. 4.^a ed.^a, São Paulo: Cortez Editora, 2012.

²⁶ As instituições que participam no *Consumer Classroom* são de diversa natureza, como a importante associação mundial de consumidores: a *Consumers International*; a ATEE, *Association for Teacher Education in Europe*; a *Community for Schools in Europe* (envolvendo mais de 23 mil professores, 115 mil escolas e 32 mil projetos); a *European Schoolnet*, a rede de

e a natureza interdisciplinar da Educação do Consumidor, que se manifesta nos recursos disponibilizados através do portal *Consumer Classroom*, podendo ser aplicados em diversíssimas matérias dos graus de ensino, desde o direito, à biologia, à literatura, às ciências naturais, à matemática, à arte, ao teatro, entre tantos outros²⁷.

4.2. The Consumer Citizenship Network (CCN)

É uma rede europeia que desenvolve o tema da Educação do Consumidor e avalia os métodos de ensino utilizados na sua educação. Teve o seu início no mês de setembro de 2004, com financiamento em parte da Comissão Europeia. Tem como destinatários os professores e organizadores de tempos livres. *The Consumer Citizenship Network* (CCN) ou Rede da Cidadania do Consumidor caracteriza-se por ser interdisciplinar e desenvolve a sua ação, promovendo o diálogo e o debate, as linhas orientadoras da aprendizagem, pesquisa e análise e competências, entre outras. Engloba educadores, investigadores e representantes de organizações não-estatais que partilham o interesse em saber como o papel do indivíduo enquanto consumidor pode contribuir construtivamente para o desenvolvimento sustentado e para a solidariedade mútua. Os seus destinatários são os professores universitários e os formadores de professores. A rede CCN integra 135 instituições em 35 países e inclui ainda a UNESCO, a UNEP e a *Consumers International*, funcionado assim como um fórum de diálogo e cooperação em investigação e desenvolvimento (I&D) na área da educação do consumidor.

A rede CCN compilou um conjunto de linhas orientadoras sobre educação do consumidor, que têm em vista responder às questões apresentadas no ponto seguinte²⁸. Estas orientações propõem uma abordagem pluralista da educação

30 Ministérios de Educação europeus; a COFACE, Confederação Europeia de Organizações de Família; a ESHA, Associação Europeia de Diretores de Escolas; instituições nacionais como a *Competition and Consumer Authority* de Malta, o INC e a ADEME, Agência para o Ambiente e a Energia de França, o *Office of Competition and Consumer Protection*, da Polónia; a PERL (*The Partnership for Education and Research about Responsible Living*) e outras, como centros regionais de documentação pedagógica, estabelecimentos de ensino, comunidades pedagógicas.

²⁷ PÉREZ LUÑO, Antonio Enrique. *Los Derechos Humanos en la Sociedad Tecnológica*. Madrid: Editora Universitas. 2012.

²⁸ Ver o manual que foi preparado para os professores do ensino superior: THORESEN, Victoria W. (Ed.), *Educação do consumidor: Linhas orientadoras*. Vol. 1 Ensino Superior, setembro de 2005, pp. 2 e seguintes.

do consumidor e apresentam uma série de: modelos e sugestões relativas a competências; resultados de aprendizagem e metodologias; referências à investigação teórica e materiais práticos e endereços da Internet.

5. Tópicos fundamentais para uma formação cívica e multidisciplinar do consumidor

5.1. Os responsáveis pela educação do consumidor, as competências e os tópicos relevantes

A escola e os professores devem participar no desenvolvimento do *curriculum* orientado para a educação do consumidor, salientando que competências ensinar e que competências genéricas devem ser aprendidas, quais os tópicos relevantes e que resultados de aprendizagem se podem esperar. As competências e os tópicos que são relevantes e sobre os quais os estudantes devem possuir algum conhecimento são diversificados e podem ser agrupados por categorias. Assim, podemos desde logo salientar as matérias relativas à qualidade de vida e aos estilos de vida: tais como, a história do desenvolvimento social e económico, as necessidades e direitos humanos, as responsabilidades familiares, o envolvimento cívico, a reciclagem, a reutilização e reparação de produtos, para referir os mais relevantes.

Outro tópico a assinalar diz respeito às questões do consumismo: por exemplo, a história do consumo, os padrões de consumo atuais, a economia, as novas tecnologias e o consumo propriamente dito. As finanças pessoais constituem, sem dúvida, uma das matérias mais complexas e difíceis, exigindo especiais ações de formação e educação sobre os conceitos técnicos próprios da atividade: poupanças, empréstimos, investimentos, sistemas de pagamento, emprego, salários, serviços financeiros e instrumentos financeiros utilizados no consumo.

Também importa ter conhecimentos sobre os direitos e as responsabilidades do consumidor, em especial, conhecer algumas políticas de proteção do consumidor, como os meios alternativos de litígios de consumo.

Uma das matérias que em que se verifica uma grande incidência em abusos e práticas comerciais desleais é a da publicidade e marketing, sendo

absolutamente essencial o consumidor estar preparado para não ser enganado e não se deixar persuadir por técnicas agressivas de comercialização dos bens e serviços postos no mercado. No domínio do consumo sustentável, avultam os problemas referentes ao ambiente, ecologia, conservação da água, proteção do clima, solo e água, desertificação, produção e consumo de energia.

Por fim, mas sem sermos exaustivos, podemos ainda apontar as questões relativas ao consumo prudente e avisado sobre os produtos e os tratamentos no domínio das dietas e nutrição: saúde e doença, alimentação ecológica e biológica²⁹.

5.2. Os resultados básicos expectáveis de aprendizagem

Os resultados básicos da educação (aprendizagem) do consumidor que se podem esperar desenvolvem-se essencialmente em três vetores. Um dos vetores respeita ao melhor “conhecimento pelos consumidores dos seus direitos e responsabilidades, enquanto cidadãos, consumidores e trabalhadores”. O segundo resultado diz respeito à aquisição de “competências diversas e *skills* para funcionarem como cidadãos e consumidores informados e reflexivos”. O terceiro e último resultado, que é também tido como expectável, é a adoção de um “comportamento socialmente responsável”, traduzido este em maior espírito crítico, mais comprometimento, acréscimo de “responsabilidade social e ecológica e solidariedade global³⁰”.

5.3. Metodologias propostas para a educação do consumidor

São em grande número e muito diversificados os métodos de ensino, as estratégias e os processos ativos a implementar na avaliação da educação do consumidor. Compreendem, por um lado, trabalhos de projeto individual ou em grupo e recolha e análise de casos; e, por outro lado, abrangem desde visitas de estudo (a uma empresa de publicidade, um centro de tratamento de lixo ou firmas de reciclagem) ao envolvimento dos estudantes através de realização de

²⁹ Ver THORESEN, Victoria W., obra citada, pp. 23-25. Muitos outros tópicos poderiam ser indicados, tais como, consciência internacional: turismo e ecoturismo, responsabilidade social das corporações, companhias multinacionais.

³⁰ Ver THORESEN, Victoria W., obra citada, pp. 26-27.

experiências dos estudantes; promoção de competições e jogos baseados na cidadania dos estudantes, a título exemplificativo³¹.

6. Resultados e discussão

Desde a criação da rede temática *Consumer Citizenship Network* (CCN), tem sido debatido e investigado pelos diferentes parceiros europeus os conceitos e as práticas relacionadas com o desenvolvimento sustentável e com a educação do consumidor, através da análise dos *curricula* para identificar os tópicos relacionados com a educação do consumidor que estavam a ser lecionadas nas instituições da sede CCN na Europa.

No sentido de dar resposta ao enunciado nos objetivos da investigação, quanto aos resultados obtidos e ao nível de realização e concretização dos dados em face das questões colocadas, o estudo considera que “atualmente ensina-se um número considerável de temas relacionados com o desenvolvimento sustentável e com a educação do consumidor, mas de um modo geral com pouca coesão e pouca inovação”³².

Acresce que, no plano dos conceitos, é considerada muitas vezes “vaga ou inexistente” a compreensão da visão de um desenvolvimento humano sustentável. No tocante ao nível dos conteúdos dos cursos, o estudo é perentório ao afirmar que “muito do que é apresentado é feito de um modo fragmentado e por vezes baseado em teorias ultrapassadas e modelos que já provaram ser pouco eficazes na vida real”.

Quanto aos aspetos da didática, os resultados também não são satisfatórios, ainda que os professores tentem fazer a ponte entre a teoria, investigação e prática, na medida em que têm dificuldade em estabelecer a conexão entre os conteúdos programáticos e a experiência de vida dos estudantes.

Por seu turno, os estudantes apresentam níveis muito baixos de motivação e interesse pelas temáticas sob análise, sendo frequentes “as atitudes

³¹ ÁLVAREZ MARTÍN, Nieves et al. *Manual: Educação do Consumidor na Aula - Manual Básico*, 2007.

³² ALVES, José Eustáquio Diniz. “Sociedade do conhecimento e desenvolvimento sustentável” [em linha]. *EcoDebate: site de informações, artigos e notícias socioambientais*. 2010.

de desilusão, passividade e sentimentos de incapacidade face à realidade existente”.

Para superar os pontos negativos dos resultados obtidos, são propostas estratégias e definidos modelos de implementação. Devem assim ser seguidas as linhas orientadoras avançadas na obra de Victoria W. Thoresen³³, que realçam a necessidade de ser levada a cabo “uma reflexão comum sobre as consequências dos atuais padrões de consumo” e, bem assim, chamam a atenção para “a importância do desenvolvimento de unidades curriculares de qualidade na educação superior” e como reforçar o papel do ensino superior europeu para “responder às necessidades das sociedades contemporâneas, contribuindo para a adaptabilidade e responsabilização da educação superior”.

O objetivo central das orientações é a promoção de uma educação que estimule a capacidade dos estudantes para analisar, compreender e conviver com os problemas do quotidiano real a fim de se tornarem participantes ativos nas sociedades modernas.

7. Conclusões

É necessário promover e incentivar ainda mais iniciativas e projetos educativos, através do recurso às TIC e às plataformas digitais. Estes mecanismos são fundamentais para a educação e conhecimento do consumidor. Conclui-se que a educação para o consumo faz parte da formação integral da pessoa humana, sendo fundamental para o desenvolvimento da consciência crítica do estudante, para o conhecimento dos seus direitos e para o capacitar desde muito jovem para ser mais participativo e responsável.

É necessário e é viável incrementar planos de educação cívica e de formação multidisciplinar orientados para o consumo sustentável, válidos tanto as crianças e jovens como para os adultos, com o recurso às novas tecnologias. São inúmeras as ferramentas digitais ao serviço das comunidades estudantis - e não só -, facilitadoras e aptas a intervir no processo ensino/aprendizagem com um razoável grau de eficácia.

Contudo, pensamos não tem sido suficientemente aproveitada essa via (digital). Há que continuar a criar as condições para a obtenção de uma formação

³³ THORESEN, Victoria W., obra citada, p. 26.

cívica e multidisciplinar no domínio da educação do consumidor, através da implementação de políticas públicas que promovam a integração de tecnologias de informação e do ensino em sala de aula e que despertem as consciências dos decisores políticos, das empresas, para uma utilização responsável dos recursos disponíveis, o respeito sagrado dos direitos humanos, confiando que, por este caminho, existe um futuro comum na Terra para as gerações atuais e as vindouras.

Recomendações

Neste sentido, devem ser observadas as linhas de orientação propostas pelo grupo de trabalho da *Consumer Citizenship Network*, bem como as iniciativas no contexto do portal *Consumer Classroom*, cujo objetivo assumido é o de desenvolver uma rede *web* dinâmica e colaborativa e aspira a ser o porta-voz da educação do consumidor online. As propostas analisadas constituem soluções estimulantes, inovadoras e mais apelativas, do que os métodos tradicionais, para combater os baixos níveis de motivação e interesse dos estudantes na promoção da educação para o consumo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AAVV. *Sustentabilidade tecnológica: o papel das tecnologias digitais na promoção do desenvolvimento sustentável*. SILVEIRA, Alessandra, ABREU, Joana Covelo de, COELHO, Larissa A. (Coords.). Pensamento Sábio - Associação para o conhecimento e inovação Universidade do Minho. Escola de Direito, Braga, julho de 2020. ISBN: 978-989-54587-5-2.DOI: 10.21814/1822.66584.

ÁLVAREZ MARTIN, Nieves *et al.* Manual: *Educação do Consumidor na Aula - Manual Básico*, 2007.

ALVES, José Eustáquio Diniz (2010). "Sociedade do conhecimento e desenvolvimento sustentável". *EcoDebate: site de informações, artigos e notícias socioambientais*. Disponível em <https://www.ecodebate.com.br/2010/03/04/sociedade-do-conhecimento-e-desenvolvimento-sustentavel-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves/>.

BOKOVA, Irina. Prefácio do *Relatório Renovando a visão das sociedades do conhecimento para a paz e o desenvolvimento sustentável* [livro eletrónico] / MANSELL, Robin, TREMBLAY, Gaëtan. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO; [tradução Melissa Nicolosi e Gustavo Pugliesi Sachs]. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2015.

_____, Irina, "Education on the Frontline", publicado na *Global Education Magazine*, em _____ de _____ 2013. Disponível em: <http://www.globaleducationmagazine.com/education-frontline>.

CAPUCHO, Luís (Dir.). *Educação para a Cidadania. Guião de Educação do Consumidor*, Editor: Ministério da Educação, Direção-Geral de Inovação e de Desenvolvimento Curricular, dezembro de 2006.

CORRÊA, Mônica Marella, ASHLEY, Patricia Almeida. “Desenvolvimento Sustentável, Sustentabilidade, Educação Ambiental e Educação para o Desenvolvimento Sustentável: Reflexões para ensino de graduação”. *Revista Eletrônica Mestrado Educação Ambiental*. Rio Grande, V. 35, n. 1, pp. 92-111, jan./abr. 2018.

CRUZ, Paulo Márcio e FERRER, Gabriel Real. “Direito, sustentabilidade e a premissa tecnológica como ampliação de seus fundamentos”, in *Sustentabilidade tecnológica: o papel das tecnologias digitais na promoção do desenvolvimento sustentável*, SILVEIRA, Alessandra, ABREU, Joana Covelo de e COELHO, Larissa A. (coords). Braga: Pensamento Sábio - Associação para o conhecimento e inovação - Universidade do Minho. Escola de Direito, 2020, pp. 6-28.

FEILITZEN, Cecília Von. *Perspectivas sobre a criança e a mídia*. Brasília: UNESCO/Ministério da Justiça, 2002.

LATOUCHE, Serge. *Pequeno Tratado do Decrescimento Sereno*. Lisboa: Edições 70, 2011.

LOUREIRO, Carlos Frederico B. *Trajetória e fundamentos da educação ambiental*. 4.^a ed.^a, São Paulo: Cortez Editora, 2012.

MANSELL, Robin e TREMBLAY, Gaëtan. *Renovando a visão das sociedades do conhecimento para a paz e o desenvolvimento sustentável*. UNESCO, 2015, <https://www.perlego.com/book/1669172/renovando-a-visao-das-sociedades-do-conhecimento-para-a-paz-e-o-desenvolvimento-sustentvel-pdf>

MANSELL, Robin, TREMBLAY, Gaëtan. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO; [tradução Melissa NICOLosi e Gustavo Pugliesi SACHS]. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2015.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, Ministério da Educação, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. *Consumo Sustentável: Manual de educação*. Brasília: Consumers International, 2005.

PÉREZ LUÑO, Antonio Enrique. *Los Derechos Humanos en la Sociedad Tecnológica*. Madrid: Editora Universitas. 2012.

REBELO, Fernanda, “Educação para o consumo sustentável na sociedade do conhecimento: *Consumer Classroom e Consumer Citizenship Network*”. *EDaSS Proceedings of the VII International Conference on Economics Development and Social Sustainability*. Universidad Autónoma de Madrid, October, 17th-20th, 2018. Editor: Isabel Novo-Corti, Vol. 7, (pp. 248-253).

_____, Fernanda. O direito à privacidade nas comunicações eletrônicas: Comunicações não solicitadas e proteção do consumidor. In M. P. Pando Ballesteros, P. Garrido Rodríguez, & A. Muñoz Ramírez (Eds.), *El cincuentenario de los Pactos Internacionales de Derechos Humanos de la ONU* (pp. 699-716). Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2016.

_____, Fernanda. O direito de livre resolução no quadro geral do regime jurídico da protecção dos consumidores. In *Nos 20 anos do Código das Sociedades Comerciais - Estudos em Homenagem aos Professores Doutores Ferrer Correia, Orlando de Carvalho e Vasco Lobo Xavier* (pp. 571-617). Coimbra: Coimbra Editora, 2008.

REIS, Patrícia dos, DALLAFAVERA, Rafaela Bolson. “Influência midiática e do setor publicitário no consumo precoce: um olhar a partir da educação ecológica para um consumo sustentável”. *Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo*. e-ISSN: 2526-0030 | Curitiba | v. 2, n. 2, pp. 40 - 60 | jul/dez. 2016.

SANTOS, Fabíola Meira de Almeida. *O marketing digital e a proteção do consumidor*, Dissertação mestrado, Pontifícia Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

SILVA, Rosane Leal da. “O direito da criança e do adolescente desafiado pela era digital: repensando a prevenção especial em face de conteúdos prejudiciais e ilícitos difundidos na internet”. In. VERONESE, Josiane Rose Petry; ROSSATO, Luciano Alves; LÉPORE, Paulo Eduardo. (Org) *Estatuto da Criança e do Adolescente: 25 anos de desafios e conquistas*. São Paulo: Saraiva, 2015, pp. 277-296.

SKAPINAKIS, Helena e APERTA, Pedro. “A Ferramenta “Glocal” do Consumidor Europeu”, entrevista a Clara MAGALHÃES, Coordenadora em Portugal do Projeto DOLCETA Portugal- Educação Online para a Cidadania, *Dossier Fazer, ferir e poupar*, pp. 38-39, acessível em <https://dolceta-portugal.blogspot.com/2012/05/>.

THORESEN, Victoria W. (ed.). *Educação do consumidor. Linhas orientadoras. Vol.1. Ensino Superior*. The Consumer Citizenship Network, 2005.

UNESCO. “Educação para o desenvolvimento sustentável: objetivos de aprendizagem. Brasília: Representação da UNESCO no Brasil”, 2017. Acessível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002474/247444e.pdf>.

UNESCO. *Shaping the future we want: UN Decade of Education for Sustainable Development (2005-2014); final report*. Paris, 2014. Acessível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002301/230171e.pdf>.

Data de submissão do artigo: 11/10/2021

Data de aprovação do artigo: 4/03/2022

Edição e propriedade:

Universidade Portucalense Cooperativa de Ensino Superior, CRL

Rua Dr. António Bernardino de Almeida, 541 - 4200-072 Porto

Email: upt@upt.pt