

# BI

BOLETIM INFORMATIVO

188

2º trimestre 2014

Delegações

Sociedade 6 | 11

Histórias de Vida 14 | 23

Livro de Bordo 26

*Solidariedade Activa  
Melhor Qualidade de Vida*

# EDUCAR CONSUMIDORES

**CONSUMIDORES, POR DEFINIÇÃO, SOMOS TODOS NÓS**

*O movimento ligado à proteção dos consumidores desenvolveu-se, nos últimos quarenta anos, em condições ímpares de paz, de crescimento económico e de democracia.*

**“Consumidores, por definição, somos todos nós.”**

Assim começou um célebre discurso de John F. Kennedy, proferido no Congresso dos Estados Unidos da América, a 15 de março de 1962.

Entre a visão e o *marketing*, o discurso e a frase constituem marcos históricos do movimento ligado à proteção dos consumidores, sendo o dia 15 de março considerado, ainda hoje, o Dia Mundial dos Direitos do Consumidor.

Kennedy acrescentou que, apesar de não se encontrarem organizados e de não serem ouvidos, os consumidores constituem o maior grupo económico a atuar no mercado, sendo influenciados por (e influenciando) todas as decisões tomadas a este nível.

O movimento nasceu e desenvolveu-se nas décadas seguintes, ao longo dos últimos quarenta anos, em condições ímpares de paz, de crescimento económico e de democracia. E desenvolveu-se, em especial, nos locais e nos momentos de maior crescimento económico, com a adoção de numerosa legislação e a criação de um número significativo de associações.

Na história recente da humanidade, as condições nunca tinham sido tão favoráveis para que o Estado e os seus cidadãos, seus representantes, incluindo as empresas, se preocupassem com a adoção de uma proteção acrescida da posição do consumidor.

A crise económica que eclodiu em 2008, com particular vigor nos Estados onde a proteção do consumidor triunfara, veio pôr em causa as condições perfeitas de paz, de crescimento económico e de democracia necessárias para o desenvolvimento do direito do consumo. A crise colocou fundamentalmente em causa o pressuposto do crescimento económico, embora os seus reflexos na paz e na democracia não devam ser negligenciados.

As razões normalmente apontadas para a legislação de consumo não variam muito, assentando, no essencial, na necessidade de proteção do consumidor, por existir uma relação desequilibrada entre o consumidor e a empresa. Pressupõe-se que a empresa tem mais e melhor informação e uma capacidade financeira superior.

Deve, no entanto, incluir-se também entre os fundamentos da



**Jorge Morais Carvalho**

Nasceu em Lisboa, em 1979. Licenciou-se (2002) e doutorou-se (2011) na Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa, onde exerce atividade docente. É investigador nas áreas do direito civil, direito processual civil e sistemas jurídicos comparados.



legislação de consumo a proteção do mercado. Um dos principais objetivos, por vezes oculto, passa por estimular a confiança do consumidor para que este adquira mais bens e serviços, apontando-se o consumo como um importante fator de crescimento económico.

Se o consumidor sabe que se pode arrepender ou que tem uma garantia duradoura, sente-se mais seguro, pelo que terá uma maior predisposição para consumir.

Os custos associados às normas de proteção dos consumidores, que aumentam em regra na proporção do aumento da proteção, tendem a favorecer as grandes empresas, em detrimento das pequenas, uma vez que aquelas têm maior capacidade de adaptação e de resistência a eventuais reduções nas margens de lucro.

O futuro é difícil de prever, na sequência da crise que atinge os Estados onde o sucesso da proteção do consumidor foi mais intenso ao longo das últimas décadas. Não é, contudo, difícil antecipar uma previsível estagnação ou redução dos níveis de proteção.

Escrevendo para professores, nada pode ser mais importante do que salientar a importância da educação para a formação de cidadãos capazes de perceber o que consumir e em que condições.

O direito à formação e à educação para o consumo é um dos principais direitos do consumidor, consagrado na Constituição da República Portuguesa e na Lei de Defesa do Consumidor. Aqui se prevê que o Estado deve fomentar uma política educativa para os consumidores, que passa essencialmente pela sua promoção por via da inserção nos programas e nas atividades escolares de matérias relacionadas com o consumo e os direitos dos consumidores.

Como é que isto pode ser feito? Ficam aqui alguns exemplos.

Na matemática, porque não introduzir o conceito de taxa anual de



encargos efetiva global (TAEG), recorrendo a exemplos de crédito ao consumo, comparando e explicando aos alunos qual a melhor solução, matéria que não exige muito mais do que um exercício que pode ser feito na escola. Aproxima-se a teoria da prática e direciona-se, em simultâneo, a formação daquele aluno para uma cidadania mais esclarecida.

No inglês, porque não analisar o já referido discurso de Kennedy, ensinando em simultâneo uma língua e um conteúdo relevante para a formação do futuro cidadão, dando-lhe instrumentos que de outra forma terá mais dificuldade em assimilar.

O mesmo se pode dizer em relação ao português ou a qualquer

outro idioma. E, já agora, porque não trabalhar leis numa sala de aula. A lei é um texto fundamental, essencial para o exercício da cidadania, que, em geral, não estamos treinados para perceber, porque a escola não nos dá as ferramentas necessárias. Formar, educar, e instruir passam pela transmissão de conhecimentos que devem ser compreendidos por todos e as leis de consumo podem, com treino, ser compreendidas por todos.

Se a crise económica pode significar uma crise da proteção do consumidor, ela não deve, contudo, implicar uma menor atenção ao exercício da cidadania que está subjacente ao conhecimento da lei e à capacidade para a pôr em prática.

Ensinar consumidores é contribuir para a formação de melhores cidadãos e, assim, para um país melhor.

