

# Cidadania e Empregabilidade

MÓDULO 2 – ORGANIZAÇÃO ECONÓMICA DOS ESTADOS DEMOCRÁTICOS



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Social Europeu

**Formadora:** Marlene Santos  
Agosto, 2021

# Temas a abordar:

- ▶ A Globalização
- ▶ A Sociedade e o Consumo
- ▶ A Internet e a Democracia Digital



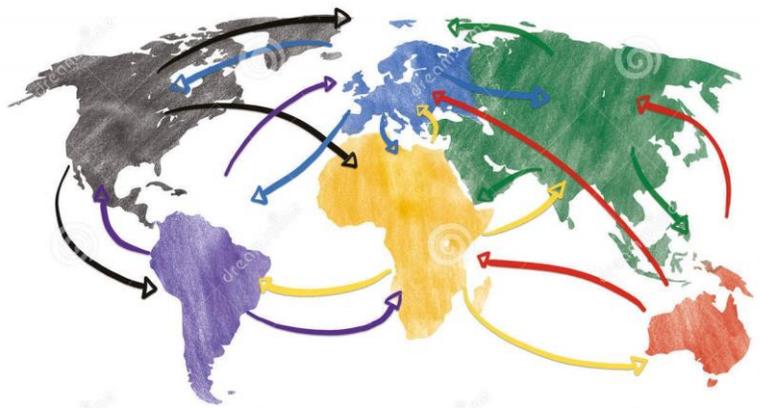
# Tema I – A Globalização



O Mundo como uma “Aldeia Global”

# Globalização... o que é?

- ▶ A **Globalização** é um processo ou modelo económico e social caracterizado pela ausência ou diminuição de barreiras económicas e imigratórias entre os países.



- ▶ Tem como principais características o aprofundamento das relações económicas, sociais, culturais e políticas entre os diferentes povos do mundo.

# Globalização... o que é?

Globalização

Estreitamento das relações e interdependências  
entre países - à escala mundial

Facilitada pelo grande desenvolvimento dos  
transportes e das comunicações



# Globalização... o que é?

## Resumindo... a globalização é

- ▶ Um **fenómeno global** da abertura das economias
- ▶ Com impacto nos planos económico, financeiro, tecnológico, cultural, político, religioso e das relações interpessoais



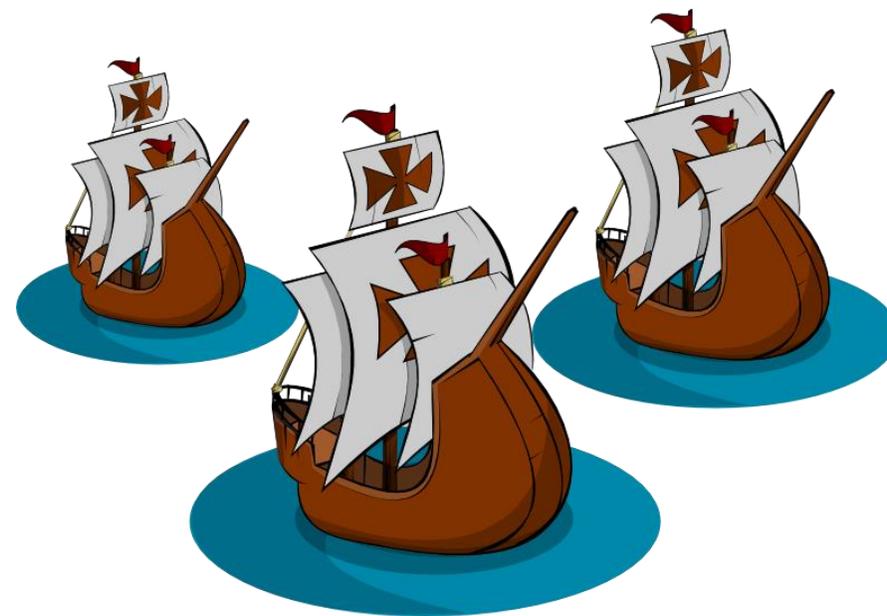
## Tem como consequências

- ▶ O crescimento das trocas internacionais de mercadorias
- ▶ A intensificação do movimento de capitais
- ▶ O aumento da circulação de pessoas
- ▶ O aumento da partilha de conhecimentos e informações

# Globalização... um pouco de História

Muitos historiadores defendem que a Globalização teve início nos **Séculos XV e XVI**, aquando das grandes navegações e descobertas marítimas levadas a cabo por portugueses e espanhóis.

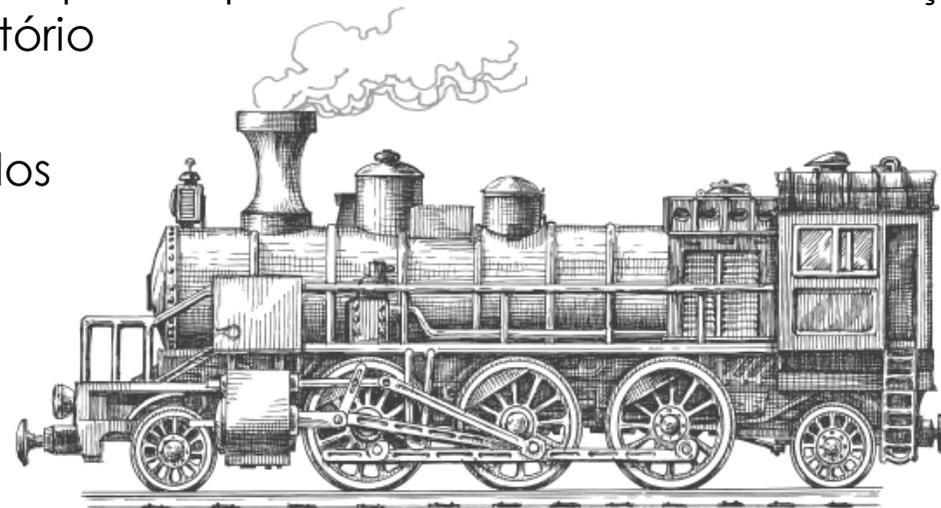
De facto, foi nesta altura que o homem europeu entrou em contacto com povos de outros continentes, estabelecendo com eles relações culturais e comerciais.



# Globalização... um pouco de História

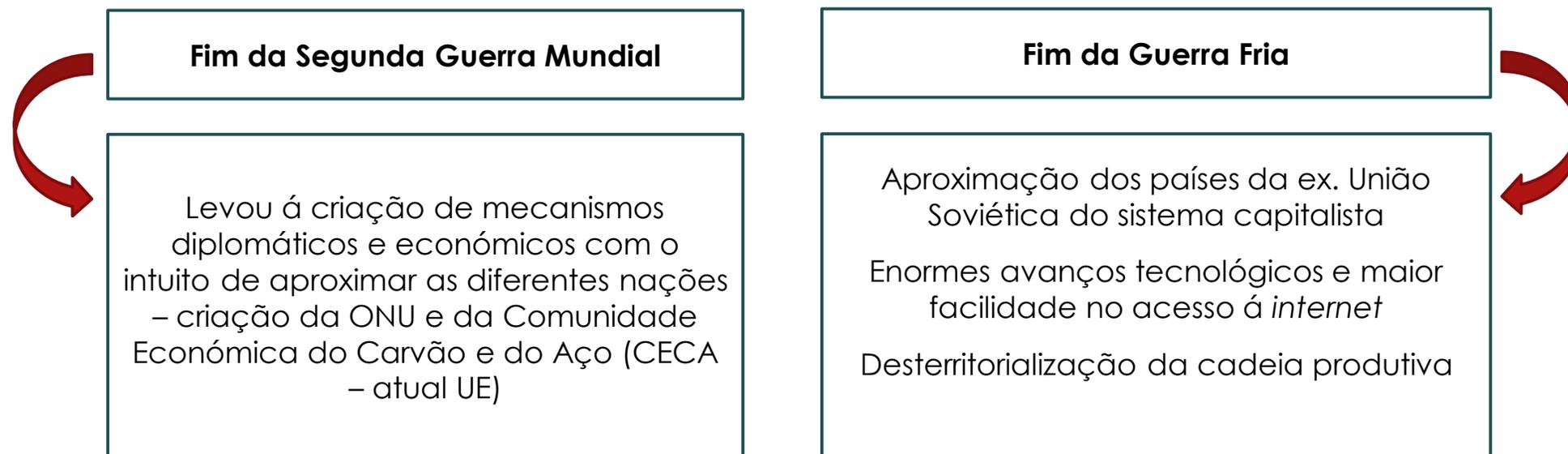
A segunda fase da Globalização ocorre nos **séculos XVIII e XIX** com a Revolução Agrícola e Industrial – contribuíram para a mundialização da economia.

- ▶ Na Europa surgem as primeiras fábricas cujas matérias primas provinham das colónias – reforço do domínio colonial e da interdependência entre território
- ▶ O desenvolvimento dos transportes – aparecimento dos navios a vapor e das ferrovias – e a invenção do telégrafo contribui para a diminuição dos custos de transporte e de comunicação



# Globalização... um pouco de História

- ▶ A terceira fase da Globalização ou o início da globalização moderna está intimamente relacionada com o **fim da Segunda Guerra Mundial** e mais recentemente com o **fim da Guerra Fria** (em 1991).



# Os impulsionadores da Globalização...

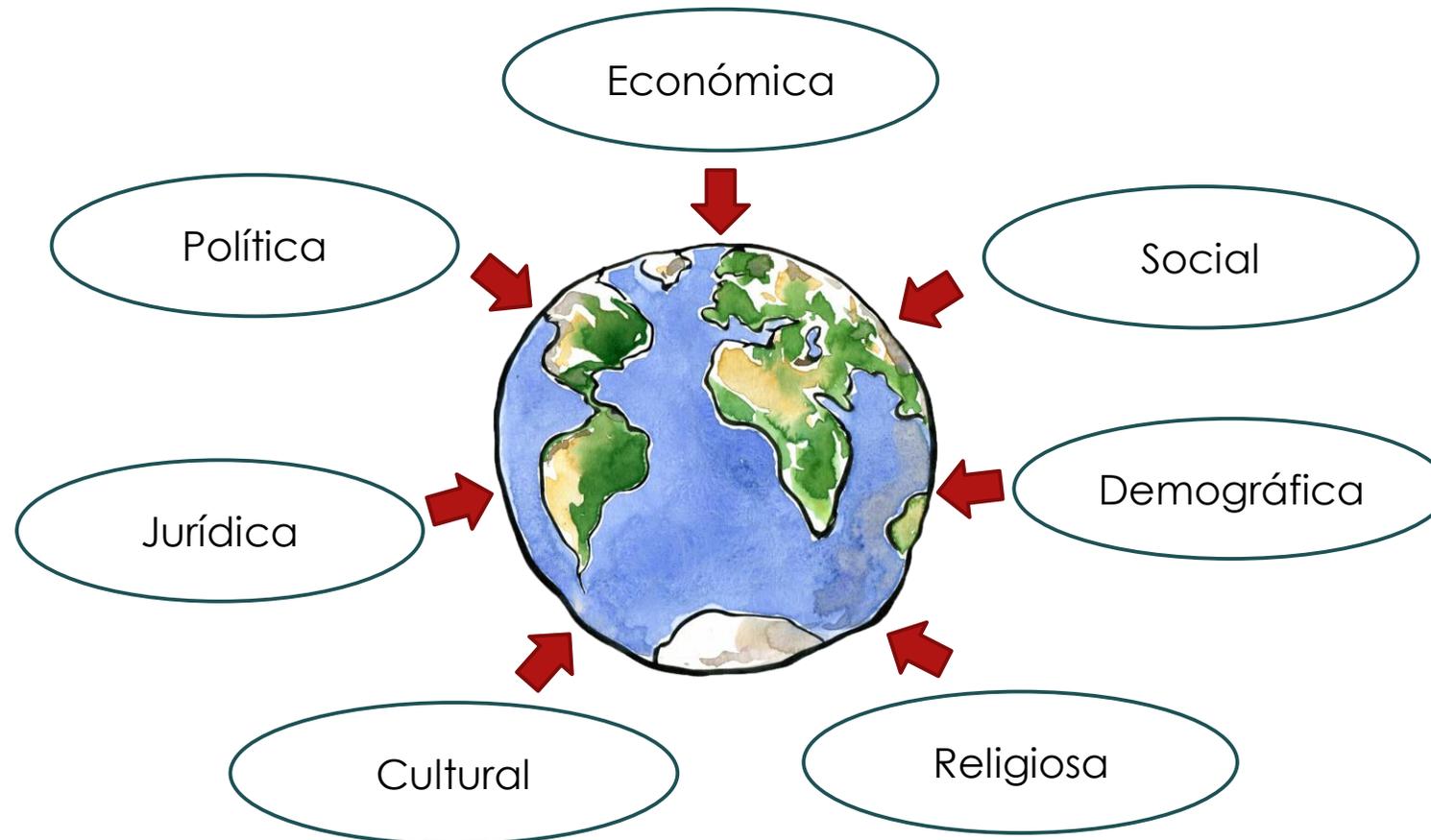
## Resumindo...

São fatores impulsionadores da Globalização:

- ▶ O desenvolvimento dos transportes.
- ▶ A revolução ocorrida ao nível das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).
- ▶ A crescente **liberalização dos mercados** proporcionada pelas empresas multinacionais.
- ▶ O surgimento de blocos económicos como a União Europeia, o Mercosul, a Comecon, entre outros, cujo principal objetivo passa pela **integração económica** do países que os constituem.
- ▶ A criação de organizações económicas intergovernamentais, como por exemplo o Fundo Monetário Internacional (FMI) e a Organização Mundial do Comércio (OMC).



# Dimensões da Globalização...



# Globalização... principais características

## São características do processo de Globalização...

- ▶ Aumento das relações económicas entre os países.
- ▶ Maior produção e consumo de bens e serviços globais.
- ▶ Disseminação instantânea da informação.
- ▶ Aparecimento de empresas multinacionais.
- ▶ Aparecimento de blocos económicos e diminuição das barreiras comerciais.
- ▶ Avanços tecnológicos e dos meios de comunicação.



# Globalização e as suas vantagens...

## Vantagens...

- ▶ Aumento do comércio livre entre as diferentes nações.
- ▶ Livre circulação de mercadorias, devido à redução ou abolição das tarifas aduaneiras.
- ▶ Rápida transmissão/partilha de informações entre pessoas e organismos em todo o mundo.
- ▶ Maior rapidez e facilidade na circulação de pessoas, bens e serviços.
- ▶ Redução das barreiras culturais.
- ▶ Divulgação dos ideais democráticos pelas diferentes nações.
- ▶ Redução da probabilidade da existência de guerras entre países desenvolvidos.
- ▶ Aumento da consciência ambiental nos países desenvolvidos.

# Globalização e as suas desvantagens...

## Desvantagens...

- ▶ Maior probabilidade dos problemas económicos de um país afetarem todos os outros países do mundo.
- ▶ Propagação de um estilo de vida consumista.
- ▶ Aumento das diferenças económicas e sociais entre países desenvolvidos e em desenvolvimento.
- ▶ Aumento do risco de propagação de doenças infectocontagiosas pelo planeta.
- ▶ Diminuição da diversidade cultural.
- ▶ Promoção de ideias fundamentalistas e extremistas pela *internet*.
- ▶ Exploração dos trabalhadores dos países em desenvolvimento, pelos países desenvolvidos.
- ▶ Aumento da poluição – consequência de uma maior atividade dos transportes marítimos, aéreos e terrestres.

# Globalização... os antiglobalização



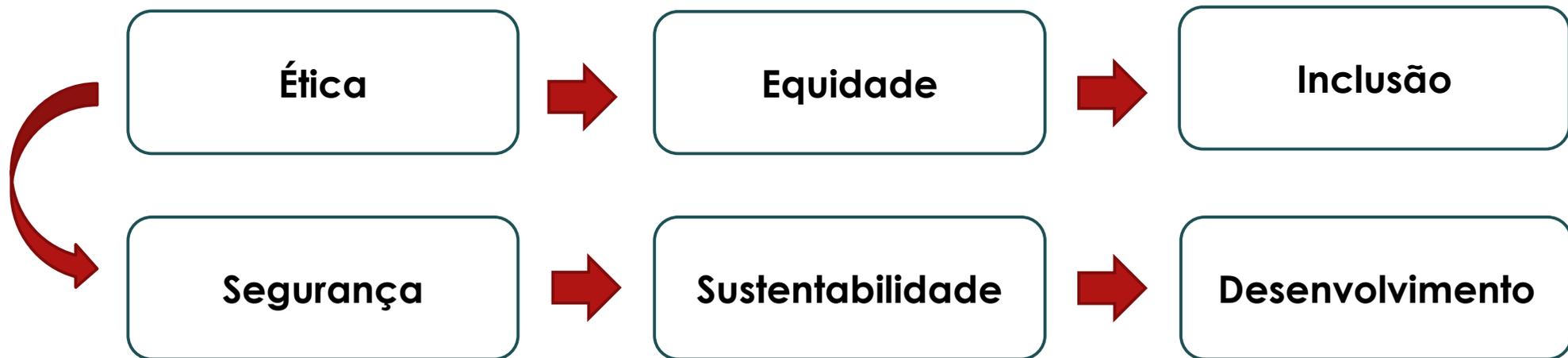
Ao longo do tempo surgiram movimentos que se opõem ao processo de globalização.

**Estes movimentos opõem-se ao neoliberalismo vigente.**

Esta oposição ocorre por motivos ecológicos, éticos, religiosos, ideológicos, políticos, económicos e culturais.

# Globalização... da contestação ao êxito

A Globalização só poderá ser considerada um êxito – nas suas diferentes dimensões – quando tiver em conta os seguintes princípios:



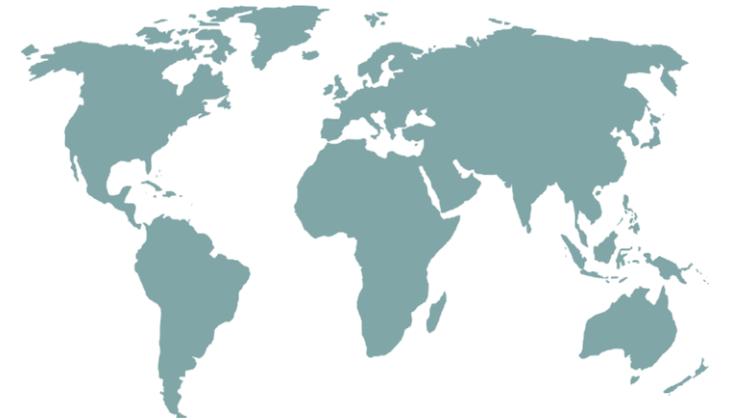
# Resumindo...

## A Globalização...

... é um fenómeno global de abertura das economias.

... é um fenómeno multidimensional na medida em que:

- ▶ Contribuiu para a reestruturação da nossa forma de viver (individual e socialmente).
- ▶ Tem impactos nos planos económico e financeiro, tecnológico, cultural, político, religioso bem com a nível dos relacionamentos interpessoais.
- ▶ Influencia consideravelmente o nosso quotidiano.



# Resumindo...

... que resulta:

- ▶ do crescimento das trocas internacionais de mercadorias.
- ▶ da intensificação dos movimentos de capitais.
- ▶ do aumento da circulação de pessoas, bens e serviços.
- ▶ da crescente partilha de conhecimento e de informação.



# Tema II – A Sociedade e o Consumo



“Num mundo de consumo  
O Homem é consumido  
Pelo consumismo que o consome.”

*João António N. Palmeira*



# Subtema I

Consumo & Consumidor



# Consumo... o que é?

## Consumo é...

... a aquisição de bens e serviços para uso pessoal.

## Tipos de consumo:

Privado vs. Público

Essencial vs. Supérfluo

Individual vs. Coletivo

Final vs. Intermédio

Sustentável



# Consumidor... quem é?

## O consumidor...

... é todo aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados a uso não profissional – uso pessoal, familiar ou doméstico – por pessoa que exerça, com caráter profissional, uma atividade económica que vise a obtenção de benefícios.

*Lei nº 63/2019, de 16 de agosto*



# Consumidor... quem é?

## É consumidor quando:

- ▶ adquire um sofá para a sua casa.
- ▶ adquire uma viagem de férias.
- ▶ lhe é prestado um serviço de empreitada para reparação de uma infiltração em casa.
- ▶ é reparado o seu carro.
- ▶ paga a água para consumo doméstico.

## Não é consumidor quando:

- ▶ Compra um carro a um particular.
- ▶ Pede a um vizinho que lhe dispense um litro de leite.



# Tipos de consumidores...

De acordo com vários especialistas estes são os tipos de consumidores mais comuns:

- ▶ **Consciente** – compra apenas o que precisa sem nunca gastar mais do que o saldo disponível.
- ▶ **Responsável** – compara preços, marcas e analisa todas as formas de pagamento.
- ▶ **Emocional** – compra por intuição ou fidelidade a uma marca.
- ▶ **Consumista** – age por impulso e compra sem pensar duas vezes.



# Direitos do consumidor...

## Segundo a Constituição da República Portuguesa...

- ▶ 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.
- ▶ A publicidade é disciplinada por lei, sendo proibidas todas as formas de publicidade oculta, indireta ou dolosa.
- ▶ As associações de consumidores e as cooperativas de consumo têm direito, nos termos da lei, ao apoio do Estado e a ser ouvidas sobre as questões que digam respeito à defesa dos consumidores, sendo-lhes reconhecida legitimidade processual para defesa dos seus associados ou de interesses coletivos ou difusos.

*Artigo 60.º da Constituição da República Portuguesa*

# Deveres do consumidor...

## São deveres do consumidor ...

- ▶ Dever de consciência crítica – os consumidores têm o dever de questionar, de emitir opiniões e de exigir o cumprimento dos seus direitos.
- ▶ Dever de cumprimento das suas obrigações contratuais.
- ▶ Dever de colaborar com os prestadores de serviços.
- ▶ Dever de consciência ambiental e de consumo eficiente.
- ▶ Dever de preocupação social e solidariedade.



# Defesa dos direitos do consumidor...

## **Caso os seus direitos enquanto consumidor não forem respeitados deve:**

- ▶ Exigir o cumprimento dos seus direitos junto dos agentes económicos, comerciantes ou produtores com que tenha estabelecido uma relação de consumo.

**Se depois disso os seus direitos continuarem a serem desrespeitados** pode dirigir-se a uma destas entidades e apresentar uma reclamação.

- ▶ Centros de Informação Autárquicos ao Consumidor (CIAC)
- ▶ *Associações de Defesa do Consumidor*
- ▶ Direção Geral do Consumidor
- ▶ Centros de Arbitragem
- ▶ Gabinetes de Consulta Jurídica Gratuitos das Ordem dos Advogados



# Defesa dos direitos do consumidor...

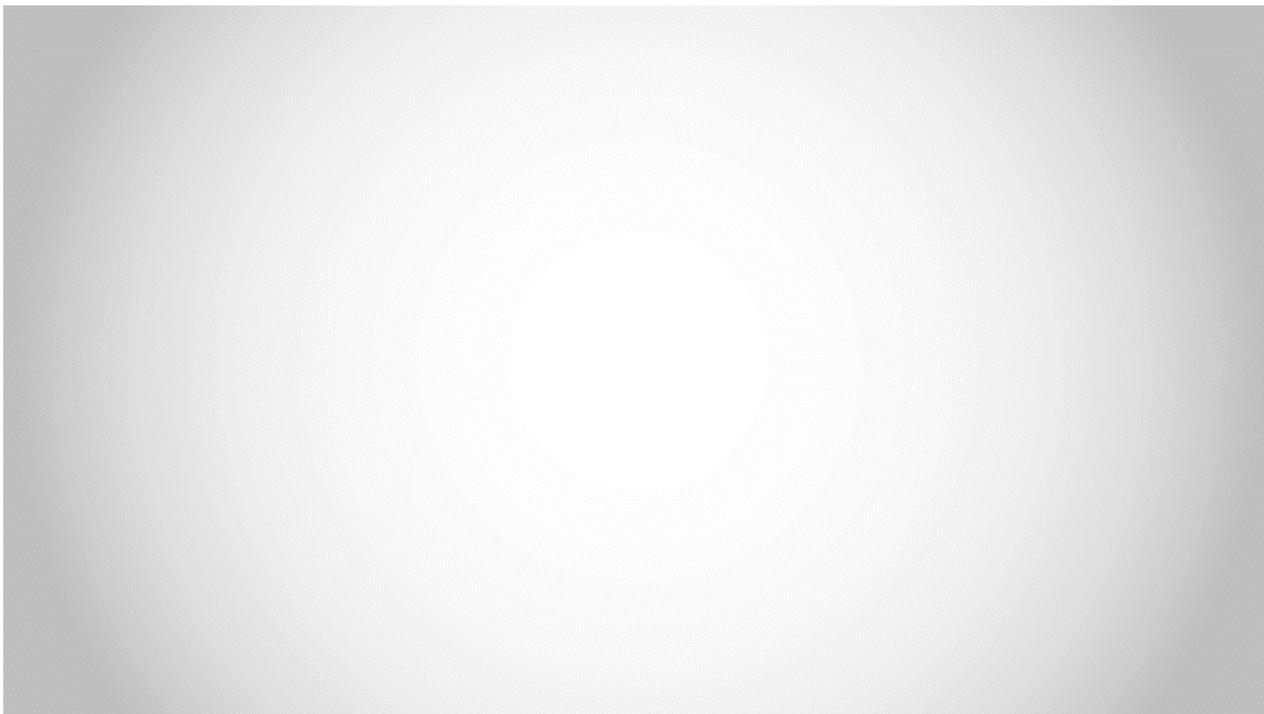
## Associações de Defesa do Consumidor...

### ... a Deco Proteste

- ▶ Foi criada em 1991.
- ▶ É a maior organização de defesa do consumidor existente em Portugal.
- ▶ A sua atividade pretende contribuir para o aparecimento de consumidores mais informados, participativos e exigentes.



# Defesa dos direitos do consumidor...



**Fonte:** [DECO PROTESTE por todos os consumidores - YouTube](#)

## Deco Proteste

### Trabalho desenvolvido:

- ▶ Testagem de produtos e serviços
- ▶ Defesa dos direitos do consumidor
- ▶ Luta por um mercado mais justo

**Missão:** garantir a todos os consumidores o acesso à informação para uma melhor escolha, à qualidade dos bens, à educação e justiça e ao direito à saúde e à segurança.

**Valores:** independência, credibilidade, proximidade.

## **Subtema II**

Sociedade de Consumo



# Sociedade de Consumo...

## A Sociedade de Consumo...

Designa o tipo de sociedade que se encontra numa etapa avançada de desenvolvimento industrial, em que a oferta de bens e serviços quase sempre excede a procura, e em que os padrões de consumo são massificados, produzindo um tipo de cultura e comportamento característicos.

### Características:

- ▶ Produção em massa – abundância/massificação
- ▶ Consumo de massa – homogeneização
- ▶ Consumismo



# Sociedade de Consumo...

*A marca da cultura de consumo é a redução do “ser” para o “ter”*

John Piper



# Publicidade e *Marketing* na Sociedade de Consumo...

## A publicidade...

- ▶ é um dos pilares da sociedade de consumo.
- ▶ as suas imagens representam a época em que vivemos. A realidade mostrada é um reflexo dos desejos dos indivíduos. **A publicidade cria-lhes novas necessidades, apresenta-lhes paraísos inacessíveis**, contribuindo, por outro lado, para manter uma sociedade estereotipada. O apelo da publicidade leva principalmente os mais jovens a adquirirem produtos que não vão ser utilizados.



# Publicidade e *Marketing* na Sociedade de Consumo...

**De uma forma geral podemos afirmar que...**

... a comunicação social e em particular a publicidade que esta veicula estabelece padrões de consumo, beleza, saúde, bem-estar com forte impacto cultural, social, económico e inclusivamente político.



# Publicidade e *Marketing* na Sociedade de Consumo...

## A publicidade como fábrica dos sonhos...

... as mensagens publicitárias procuram explorar as nossas necessidades – para isso desenvolvem estudo de mercado, além de recorrem à ciência (psicologia, sociologia, etc.).

E mesmo quando estas necessidades não existem, a publicidade cria-as e leva-nos a comprar.

## Principais estímulos–promessas transmitido ao consumidor através da publicidade:

- ▶ Satisfação das necessidades fisiológicas e de segurança.
- ▶ Promessa de *status*, prestígio, aceitação, carinho e de integração num grupo.
- ▶ Reafirmação das satisfações em si próprio, de autoestima.
- ▶ Sugestão de domínio, êxito, triunfo.
- ▶ Oferta de independência ou autonomia.

# Publicidade e *Marketing* na Sociedade de Consumo...

A publicidade como fábrica de sonhos...



*“Fazer com que um produto seja conhecido não é a resposta. Fazer com que seja desejado é a resposta”*

Bill Bernbach

**Fonte:** AXE Excite - Até os anjos cairão - YouTube

# Publicidade e *Marketing* na Sociedade de Consumo...

A realidade por detrás do sonho...

*Dove apresenta  
Selfie invertida*

*“Talvez não seja felicidade,  
talvez seja apenas publicidade”*

Milena Leão

**Fonte:** [Selfie Invertida | Dove - YouTube](#)

# Sociedade de Consumo e o Consumo de Massa...

## Consumo de Massa... o que é?

Comportamento típico das sociedades de consumo que se manifesta por um consumo massificado de bens normalizados de curta duração e acessíveis à generalidade da população.



# Sociedade de Consumo e o Consumismo...

## Consumismo... o que é?

Conjunto de comportamentos e atitudes suscetíveis de conduzir a um consumo sem critérios, compulsivo, irresponsável e perigoso.

*“Consumismo é o ato de comprar o que você não precisa, com o dinheiro que você não tem, para impressionar pessoas que você não conhece, a fim de tentar ser uma pessoa que você não é”*



# Sociedade de Consumo e o Consumismo...

*“Há anos atrás, uma pessoa infeliz podia não saber o que fazer – se ir para a igreja, se iniciar uma revolução – mas fazia algo. Hoje, você está infeliz? Não vê saída? Vá às compras!”*

Artur Miller



**“O consumismo promete algo que não pode cumprir: a felicidade universal”**

Zygmunt Bauman

*“Na fábrica, fazemos os cosméticos. Na loja, vendemos esperança.”*

Charles Revlon

# Sociedade de Consumo e o Consumismo...

## Consequências do consumismo...

- ▶ endividamento das família.
- ▶ problemas psicológicos nos consumidores.
- ▶ superexploração dos recursos naturais e destruição de ecossistemas.
- ▶ desrespeito pelos Direitos Humanos.



# Sociedade de Consumo e o Consumismo...

## Atividade 1.

Visionamento do Filme: "*Confessions of a shopaholic*"



# Equilíbrio orçamental numa sociedade de consumo...

## Como manter o seu orçamento familiar equilibrado?

- ▶ Gaste dentro das suas possibilidades – faça um orçamento das suas despesas domésticas, com todos os gastos mensais com o objetivo de não gastar dinheiro que não tem.
- ▶ Pense duas vezes antes de comprar.
- ▶ Faça uma reserva para as despesas que sabe que chegam mais tarde, de forma a ter dinheiro suficiente para as pagar: impostos, seguros, etc.
- ▶ Nunca assine um contrato sem ler e ter compreendido todas as cláusulas.
- ▶ Leia sempre as letras pequenas e evite custos adicionais pagando sempre dentro dos prazos de pagamento.
- ▶ Se não puder pagar uma conta dentro do prazo, informe de imediato a entidade a quem deve. Pode tentar estabelecer um plano de pagamento ou ganhar algum tempo extra.

# Subtema III – Consumo Consciente

## Subtema III

Consumo Consciente



# Consumo Consciente ou Sustentável...

## ○ consumo consciente ou sustentável...

envolve a busca por produtos e serviços ecologicamente corretos, a economia de recursos, a utilização dos bens até o fim de sua vida útil e a reciclagem dos materiais

Assim, o **consumidor consciente...**

é aquele que, ao escolher os produtos que compra, tem em conta o meio ambiente, a saúde humana e animal, as relações justas de trabalho, além de questões como preço e marca.



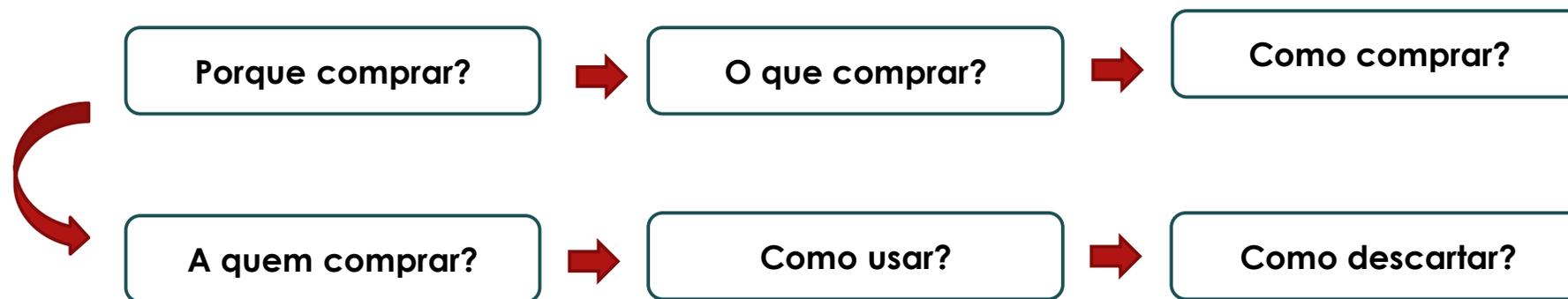
# Consumo Consciente ou Sustentável...

## Princípios do Consumo Consciente ou Sustentável...

- ▶ Planeie as suas compras
- ▶ Avalie os impactos do seu consumo
- ▶ Consuma apenas o necessário
- ▶ Reutilize produtos e embalagens
- ▶ Separe o lixo
- ▶ Recorra ao crédito de forma consciente
- ▶ Não compre produtos piratas ou contrabandeados
- ▶ Contribua para a melhoria de produtos e serviços
- ▶ Conheça e valorize as práticas de responsabilidade social das empresas

# Consumo Consciente ou Sustentável...

Assim, se quer ser um consumidor consciente deve fazer a si próprio as seguintes perguntas...



# Tema III – *A Internet e a Democracia Digital*

“Não vivemos numa era de mudança... vivemos numa mudança de era.”

*Chris Andersen*



# A Internet...

## O que é a Internet?

rede mundial de comunicação por computadores, de origem norte-americana, que permite aos seus utilizadores a troca de mensagens e o acesso a grande quantidade de informação.

## Importância da internet nas sociedades atuais...

... a massificação do uso da internet trouxe consigo:

- ▶ novas formas de comunicação.
- ▶ a descentralização da informação, cultura e educação.
- ▶ (uma aparente) diminuição das diferenças sociais.
- ▶ a possibilidade de exploração de novas oportunidades.



# Democracia Digital...

## Democracia...



*“A democracia é o governo do povo, pelo povo, para o povo.”*

*Abraham Lincoln*

## A Democracia Digital...

prática política que recorre à internet e às tecnologias digitais para otimizar a atividade das organizações e a participação dos cidadãos nas questões públicas.

- ▶ **Dimensões da Democracia Digital:** registo ou consulta da opinião pública; informação; tomada de decisão; deliberação.

# A *Internet* e a Democracia Digital...

## A *Internet* como ferramenta democrática...

... a *internet* pode ser entendida como um universo onde se pode, enfim, realizar o ideal de democracia como regime de autonomia e liberdade.

### Potencialidades democráticas da *Internet*:

- ▶ Liberdade de expressão, opinião e reunião
- ▶ Possibilidade de anonimato nas práticas de expressão
- ▶ Interatividade
- ▶ Sem limitação geográfica
- ▶ Rapidez na disseminação da informação.
- ▶ Baixos custos para os utilizadores



# Resumindo...

“Em vez de enfraquecerem a democracia, as conquistas digitais são agora um pesadelo para as ditaduras. A *internet* carrega em si um gene democrático”

Petry, 2010

