



# ANEXOS

## 1-8

Guia para Sessões de Educação  
para Crianças e Jovens

3º CICLO DO ENSINO BÁSICO

# O CONSUMO E A PROTEÇÃO DOS CONSUMIDORES

## ANEXOS

### ANEXO 1.1.

Excerto do Artigo “Porque é que Consumimos?” do Jornal Público de 22 de dezembro de 2018

Artigo na íntegra (online) em <https://www.publico.pt/2018/12/22/p3/cronica/consumimos-1855606>

“Então porque é que as pessoas consomem? Eu identifiquei dois aspectos: a grande diversidade de propósitos ou finalidades do consumo e as influências de múltiplos actores e contextos da sociedade. Segundo a neurociência, há vários propósitos que motivam o consumo: há razões de auto-preservação que podemos associar a questões mais básicas de alimentação, higiene e segurança. Há razões relacionadas com pertencer a um grupo e manter relações próximas com outras pessoas. E há também outras razões sociais, relacionadas com distinguirmo-nos dos outros, queremos saltar à vista, por status, ou para seduzir alguém, por exemplo.

(...)

Mais recentemente, a teoria das práticas sociais revela o lado prosaico e pragmático de muito consumo. Consumimos não pelas coisas em si, mas porque precisamos delas para fazer certas actividades. Por exemplo, fazer música implica certos instrumentos, tal como fazer desporto, cozinhar, ler, pintar, acarreta outros utensílios. Para a higiene pessoal precisamos de água e sabão, e precisamos de um carro para te deslocares, se viveres em zonas muito mal servidas por transportes públicos.

Muitas vezes somos motivados por uma mistura de vários propósitos. Quero fazer mais caminhadas nas montanhas, por isso preciso de um calçado apropriado, mas também quero que os sapatos tenham um feitio e cor de que eu goste, ou pelo menos que não sejam verde fluorescente. O marketing e a publicidade também apelam para muitos propósitos, adaptando a publicidade aos motivos do consumidor-alvo. Para uma próxima vez deixo as influências de muitos actores e contextos da sociedade, e dos diversos factores que levaram ao crescimento do consumo em vários períodos da história.”

### ANEXO 1.2.

#### Diagrama do Sistema de Defesa do Consumidor

## SISTEMA DE DEFESA DO CONSUMIDOR



#### O CONSELHO NACIONAL DO CONSUMO

É um órgão consultivo do governo onde estão representadas a maioria das entidades do SDC

O SISTEMA DE DEFESA DO CONSUMIDOR é composto pelas diferentes entidades que, de forma exclusiva ou não, têm como objetivo defender e proteger os direitos dos consumidores.

Consoante as dúvidas, questões e/ou conflitos de consumo que os consumidores tenham, estes podem dirigir-se a uma das entidades especializadas no setor em causa, que integra o Sistema de Defesa do Consumidor.

Disponível na página da Direção Geral do Consumidor em <https://www.publico.pt/2018/12/22/p3/cronica/consumimos-1855606>



## ANEXO 1.3.

### Quiz de avaliação da aprendizagem: Módulo 1

- O que é o consumo?
  - É a aquisição de bens como forma de identidade, diferenciação social e prazer.
  - É o ato de comprar e/ou utilizar um produto ou serviço para satisfazer uma necessidade pessoal ou de um grupo.
  - É uma característica comum a toda população.
  - As respostas b) e c) estão corretas**
- O que é o consumismo?
  - É a falta de consumo de uma pessoa.
  - É o ato de consumir excessivamente, ou seja, a compra de produtos/serviços de modo exagerado e desproporcionado
  - A propaganda cumpre um papel importante, estimulando as pessoas ao consumismo e associando produtos a modos de vida desejáveis.
  - As respostas b) e c) estão corretas**
- Quem são os consumidores?
  - Apenas quem compra os produtos ou bens.
  - Todos aqueles que compram ou a quem seja fornecido produtos ou bens**
  - Apenas os adultos são consumidores.
  - Apenas quem consome, mesmo que não compre.
- Os direitos dos consumidores estão plasmados...
  - Na Constituição da República Portuguesa e são reforçados por legislação específica, nomeadamente, a Lei de Defesa do consumidor**
  - Não existem direitos específicos para a proteção do consumidor.
  - Nos manuais escolares
  - Nenhuma opção está correta
- Como se chama o organismo público que lidera, em Portugal, o Sistema de Defesa do Consumidor?
  - ASAE
  - Direção Geral do Consumidor**
  - Associações de consumidores
  - Comissão de regulação económica

## ANEXOS

### ANEXO 2.1.

#### Lista de Verificação dos Direitos dos Consumidores nas Lojas Online

*Todos os vendedores, nomeadamente as lojas online, são obrigados a cumprir os direitos dos consumidores (alguns são específicos das compras online, por ex. o direito de retratação).*

*Utilizando a seguinte Lista de Verificação vamos analisar website de uma loja online e avaliar se é possível encontrar informação sobre todos os pontos.*

O website apresenta, antes da compra:

- Imagens do(s) produto(s);
- Características do(s) produto(s);
- Nome, localização e contactos do vendedor;
- Preço do(s) produto(s);
- Opções de pagamento;
- Condições de entrega;
- Políticas de devolução e troca;
- Formas de reclamação;
- A informação disponível no website é apresentada de forma clara e compreensível;
- O preço de venda e o preço unitário são indicados em todos os produtos.

Antes da concretização da compra e da confirmação de pagamento, é visível a informação sobre:

- O produto;
- O preço total, incluindo impostos e outros eventuais custos adicionais;



## ANEXOS

- Os meios de pagamento disponíveis;
- Duração e condições do contrato (se aplicável);
- Restrições de entrega (caso existam).
- É referido o direito de retratação (14 dias, no mínimo).
- É mencionada a garantia legal dos produtos (até 3 anos para produtos novos ou reconicionados).
- É feita referência ao direito de reparação em caso de não conformidade do produto (associado à garantia legal).



## ANEXO 2.2.

### Preenchimento do Livro de Reclamações Físico

**Instruções:** No Livro de Reclamações Físico as folhas de reclamação estão em triplicado. O original da folha destina-se à entidade reguladora do setor em causa. O duplicado deve ficar com o consumidor. O triplicado deve permanecer no livro. O vendedor é obrigado a enviar a reclamação à entidade reguladora no prazo de 15 dias úteis.

Para o preenchimento da reclamação devem seguidos os seguintes passos:

Ler as instruções que estão no início do Livro e que explicam o preenchimento dos campos.

1. Escrever com esferográfica e não com lápis para evitar ser apagado.
2. Escrever tudo com letras maiúsculas, incluindo a reclamação, para facilitar a leitura.
3. Preencher todos os campos que se encontram na Folha.
4. Identificar o estabelecimento, serviço e/ou lojista (nome e morada).
5. Indicar o nome, morada e número de cartão de cidadão/passaporte.
6. Descrever a problemática e os motivos da mesma de forma concisa, breve e objetiva não ultrapassando a caixa de texto disponível. Pode-se fazer um rascunho numa folha à parte.
7. Inserir a data e assinar a folha de reclamação.
8. Guardar todos os documentos, caso existam, que provem o motivo da queixa (e.g. faturas), incluindo a cópia da folha de reclamação que é entregue ao consumidor.





## ANEXO 2.3.

### Quiz de avaliação da aprendizagem: Módulo 2

- Os direitos dos consumidores aplicam-se a todas as compras de produtos, sejam em loja física, como online?
  - Sim, independentemente de quem vende e do local onde está sediado
  - Não, existem algumas limitações relacionadas com quem vende e onde está localizado**
  - Não, aplicam-se apenas às compras em lojas físicas
  - Não, aplicam-se apenas às compras em lojas online
- O direito à retratação aplica-se unicamente às compras online?
  - Não, aplica-se também às compras em loja física
  - Sim**
  - Depende do tipo de produto
  - Depende de quem vende o produto
- A garantia legal de todos os produtos é de 3 anos.
  - Verdadeiro
  - Verdadeiro, para produtos novos
  - Verdadeiro, para produtos novos e reconicionados**
  - Verdadeiro, para produtos em 2ª mão
- No caso de um produto deixar de funcionar durante o período de garantia, o consumidor...
  - Não pode fazer nada
  - Pode solicitar a reparação do produto
  - Pode solicitar a substituição do produto
  - Pode solicitar a reparação ou a substituição do produto ou a devolução de parte ou de todo o dinheiro**
- Caso esteja insatisfeito com a prestação de um serviço o consumidor pode reclamar através de...
  - Livro de Reclamação em papel
  - Livro de Reclamação eletrónico
  - Envio de informação escrita ao fornecedor**
  - Qualquer uma das anteriores

## ANEXOS

### ANEXO 3.1.

#### Lista de observação das características dos produtos e potenciais riscos associados à sua utilização

Utilizando a seguinte Lista de Observação vamos analisar os aspetos que devem ser considerados quando se avalia se um produto e/ou equipamento é seguro.

- Características do produto:
  - Desenho;
  - Composição;
  - Embalagem;
  - Instruções;
- Apresentação do produto:
  - Rotulagem;
  - Avisos
  - Instruções para uma utilização segura;
- Efeito que pode ter noutros produtos, quando é expectável que será usado em conjugação com outros, e vice-versa;
- A quem se destina (consumidores);
  - Apresentação dos riscos que pode representar para os mais vulneráveis (crianças, idosos, pessoas com incapacidades);
  - Impacto das diferenças de género relacionadas com a saúde e segurança;
- Aparência do produto:
  - Cor;



- Formato;
- Odor;
- Embalagem;
- Eventuais medidas de cibersegurança e as funcionalidades preditivas e evolutivas.

*Utilizando a seguinte lista vamos analisar os perigos associados à utilização de produtos e/ou equipamentos:*

- Privação das necessidades vitais;
  - Afogamento;
  - Asfixia;
- Transferência de energia;
  - Térmica;
  - Elétrica;
- Exposição a agentes nocivos;
  - Substâncias químicas.



### ANEXO 3.2.

#### Quiz de avaliação da aprendizagem: Módulo 3

1. A segurança é um direito de todos os consumidores.
  - a. Não, os produtos que se destinam às crianças e aos idosos é que precisam de ser seguros.
  - b. Sim, a segurança é um requisito essencial de todos os produtos e um direito de todos os consumidores.**
  - c. Não, as pessoas com algum tipo de incapacidade e/ou deficiência precisam de produtos mais seguros.
  - d. Nenhuma das anteriores.
2. A segurança dos produtos é da responsabilidade dos consumidores.
  - a. Sim, a segurança depende, principalmente, da utilização que o consumidor faz do produto
  - b. Não, a responsabilidade da segurança dos produtos cabe aos operadores económicos**
  - c. Não, a responsabilidade da segurança dos produtos é inteiramente dos fabricantes
  - d. Nenhuma das anteriores
3. O Safety Gate é um sistema mundial de alerta rápido de todos os produtos perigosos
  - a. Sim
  - b. Não, o Safety Gate é um sistema de alerta europeu
  - c. Não, o Safety Gate é um sistema de alerta apenas de produtos não alimentares
  - d. Ambas, b) e c) estão corretas**
4. Que ações e medidas promovem produtos seguros?
  - a. A legislação e as normas
  - b. A fiscalização e vigilância do mercado
  - c. O desenho e fabrico dos produtos
  - d. Todas as anteriores**
5. Que tipo de riscos as normas de segurança pretendem evitar?
  - a. Os mais graves**
  - b. Todos
  - c. Nenhum, a legislação é que define que tipo de riscos os produtos não podem apresentar
  - d. Todas as opções anteriores estão erradas

## ANEXOS

### ANEXO 4.1.

#### Lista de passos para compras online seguras

Utilizando a seguinte lista de verificação vamos simular uma comprar online segura de um produto

Aspetos a analisar sobre a empresa, profissional ou loja/site a quem se compra o produto:

- Utilização do um equipamento seguro (protegido contra malwares);
- Ligação a uma rede de wi-fi privada;
- Ligação segura ao site (https://);
- Fiabilidade da empresa, profissional ou loja/site;
  - Identidade;
  - Contactos - morada, e-mail, telefone;
- Existência de Políticas de Privacidade do Site e Condições de Venda;
- Boa classificação empresa, profissional ou loja/site por outros consumidores;
- Confirmar o método de pagamento;
- Ler todas as informações sobre os pagamentos, garantia e devoluções;
- Não salvar os dados da conta bancária ou cartões em lojas de comércio online;
- Fornecer apenas os dados pessoais estritamente necessários para realizar o pagamento;

Aspetos a analisar sobre o produto a comprar:

- Fiabilidade do produto;
- Informações sobre o produto;
- Imagens do produto e os avisos de segurança existentes;
- Instruções para uso e montagem e as recomendações de utilização;



- Opiniões/comentários sobre o produto, procurando validar se estas são verdadeiras;
- Confirmar que o produto não está listado no RAPEX ou no portal da OCDE;
- Comparar o preço do produto com outros vendidos noutras lojas;
- Confirmar a moeda em que este é apresentado;
- Confirmar que não existem custos extras.



### ANEXO 4.2.

#### Quiz de avaliação da aprendizagem: Módulo 4

1. Apenas é possível comprar produtos em lojas físicas.
  - a. Não, há várias modalidades de compra e venda, nomeadamente, à distância.
  - b. Não, há outro tipo de modalidades de compra e venda, mas não são consideradas legais.
  - c. Nenhuma das anteriores.
  - d. Sim.
2. O comércio eletrónico é uma modalidade de compra e venda com inúmeras vantagens para os consumidores.
  - a. Não, as vantagens não são assim tantas.
  - b. Não, há mais desvantagens e riscos.
  - c. Sim, há maior variedade de produtos, preços e poupa-se tempo.
  - d. Não existe consenso sobre as vantagens do comércio eletrónico.
3. Os primeiros passos para um compra segura são:
  - a. Confirmar as características do produto, preço e formas de pagamento.
  - b. Utilizar o nosso dispositivo, usar uma rede privada, garantir que a ligação é segura.
  - c. Guardar todas os comprovativos de compra e pagamento.
  - d. Consultar comentários de outros consumidores.
4. O que podem ser sinais de que um site não é verdadeiro?
  - a. Imagens e logótipos desformatados.
  - b. Falta de informação sobre o produto.
  - c. Erros no texto.
  - d. Todas as anteriores.
5. Nos saldos e promoções é mais fácil ser enganado
  - a. Não, pelo contrário. Há tanta escolha que é mais fácil comparar produtos.
  - b. Não, nessa altura os vendedores são mais cuidadosos.
  - c. Não, só quem é muito distraído.
  - d. Sim, como os preços são tão aliciantes acabamos por decidir mais rápido.

## ANEXOS

### ANEXO 5.1.

#### Lista de observação das características dos produtos e potenciais riscos associados à sua utilização

Utilizando a seguinte Lista de Observação vamos analisar os aspetos que devem ser considerados quando se avalia se um produto e/ou equipamento é seguro.

- Características do produto:
  - Desenho;
  - Composição;
  - Embalagem;
  - Instruções;
- Apresentação do produto:
  - Rotulagem;
  - Avisos
  - Instruções para uma utilização segura;
- Efeito que pode ter noutros produtos, quando é expectável que será usado em conjugação com outros, e vice-versa;
- A quem se destina (consumidores):
  - Apresentação dos riscos que pode representar para os mais vulneráveis (crianças, idosos, pessoas com incapacidades);
  - Impacto das diferenças de género relacionadas com a saúde e segurança;
- Aparência do produto:
  - Cor;

### ANEXO 5.2.

#### Exercício Prático: Pesquisa e análise dos cookies de diferentes websites

**O que são?** Os Cookies são arquivos de texto que um website envia ao navegador de um utilizador, com dados sobre o seu perfil e comportamento de navegação nas páginas.

**Qual a sua funcionalidade?** O objetivo dos cookies é lembrar as informações da visita para facilitar o próximo acesso e melhorar sua navegação no site. Os cookies são usados, por exemplo, para lembrar o idioma preferencial do utilizador, as configurações de acessibilidade, o consentimento de armazenamento de cookies - daí haver cookies essenciais - entender o perfil dos visitantes do site, entre outros.

#### Instruções:

1. Solicitar aos/às alunos/as que selecionem três sites (loja, plataforma, ...) dos que acedem frequentemente e identifiquem as informações e opções relativamente aos Cookies. Para tal deverão clicar na opção “Política de Cookies” de cada site.
2. Posteriormente, antes de aceitar ou declinar os Cookies da respetiva página, devem clicar em “gerir definições” ou “configurar cookies” e verificar que terceiros usufruem dos seus dados caso deem autorização;
  - a. Outra forma de ver é carregando no cadeado que aparece na barra de endereço e que garante que a ligação é segura. Vão a Cookies e Dados de Website e vêm quantas permissões de cookies este website em específico tem, ainda antes de ter aceite os cookies. Podem eliminar aqui as permissões de interesse legítimo de forma mais rápida.
  - b. Nesta opção, os/as alunos/as poderão também verificar quantos cookies permitem nos sites em que estão a navegar neste momento.
3. Verificar que entidades/empresas estão a recolher os respetivos dados com interesse legítimo;
  - a. Ao clicar para mais informações é possível observar que estão a aceitar o interesse legítimo destes e as suas permissões, apesar de não serem cookies necessários de qualquer forma.
  - b. Refletir que para o contrário, é necessário retirar o interesse legítimo manualmente de todas as entidades/empresas que têm o ponto de interrogação ao lado, o que torna a ação pouco prática/exequível. Por este motivo, existe uma “grande luta atualmente” relativamente aos direitos dos utilizadores de internet e de toda a informação que é retirada.
4. No final, após a partilha das descobertas feitas pelos/as alunos/as, o/a docente deverá apresentar resumidamente os riscos subjacentes aos cookies e fazer menção à importância de os consumidores terem sempre a opção de não aceitar os cookies à sua disposição, ainda que, por vezes, esta implique mais tempo.

### ANEXO 5.3.

#### Quiz de avaliação da aprendizagem: Módulo 5

- O que é phishing relacionado a compras online?
  - Uma técnica para obter descontos exclusivos em sites de compras.
  - Um método para recolher informações pessoais, como senhas e números de cartão de crédito, por meio de e-mails falsos.**
  - Uma prática para compartilhar avaliações falsas de produtos.
  - Uma forma de obter suporte ao cliente em tempo real.
- Qual é a principal finalidade do spam?
  - Enviar mensagens não solicitadas em massa, frequentemente para fins de marketing ou disseminação de malware.**
  - Promover a conscientização sobre questões sociais.
  - Compartilhar informações úteis e relevantes com o público.
  - Criar comunidades online para discussões produtivas.
- O que são padrões enganosos na internet?
  - Práticas éticas e transparentes de negócios online.
  - Técnicas que visam enganar ou manipular os usuários online para obter vantagem.**
  - Normas de design web que promovem a usabilidade e acessibilidade.
  - Métodos para melhorar a segurança online.
- Qual das seguintes é uma característica comum de um site de compras que usa padrões enganosos?
  - Transparência nas políticas de devolução e reembolso.
  - Ofertas honestas e claras sobre preços e descontos.
  - Utilização de contagem regressiva fictícia para criar uma sensação de urgência.**
  - Disponibilidade de informações de contato facilmente acessíveis.
- Qual das seguintes afirmações sobre cookies da internet é verdadeira?
  - Os cookies são programas de software maliciosos que podem danificar o computador do usuário.
  - Os cookies são usados exclusivamente para armazenar senhas e informações de login.
  - Os cookies são visíveis para qualquer pessoa que visite um site e podem ser facilmente modificados.
  - Os cookies são pequenos arquivos de texto que os sites da web colocam no dispositivo do usuário para armazenar informações sobre suas atividades online**

## OS PRODUTOS CONTRAFEITOS

### ANEXOS

#### ANEXO 6.1.

Excerto do Artigo “Contrafação tira 331 milhões de euros à economia portuguesa” do Diário de Notícias de 10 de junho de 2020

Artigo na íntegra (online) em <https://www.dn.pt/dinheiro/contrafacao-tira-331-milhoes-de-euros-a-economia-portuguesa-12296546.html/>

“A economia portuguesa pode perder até 331 milhões de euros por ano devido à contrafação de produtos de quatro setores, estima o EUIPO. Na União Europeia, os valores podem chegar até aos 19 mil milhões de euros de vendas perdidas anualmente.

Os números avançados pelo Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO) são uma estimativa, dada a dificuldade de apurar valores concretos para a atividade paralela que é a contrafação. Na análise feita a esta atividade, divulgada anualmente, o instituto estima que, ao longo de um ano, Portugal possa perder 331 milhões de euros devido à comercialização de quatro categorias de produto.

Julio Laporta, diretor de comunicação do EUIPO, aponta que o segmento da cosmética é uma área atrativa, especialmente num mercado onde cada europeu usará em média pelo menos sete produtos de cosmética. E deixa o alerta: a contrafação deste tipo de artigos pode representar um valor equivalente a cem mil empregos perdidos no setor.

O responsável do instituto europeu reconhece ainda que os efeitos não são apenas para a economia, já que uma esmagadora maioria das amostras analisadas acabam por ser perigosas para a saúde. “Aquilo que é assustador é que tudo pode ser copiado”, reconhece. “A contrafação não é um crime sem vítimas. Os produtos que se podem comprar através destes meios podem causar danos e prejudicar os consumidores, especialmente as crianças, na área dos jogos e brinquedos, isto é uma questão crítica”.

### ANEXO 6.2.

#### Quiz de avaliação da aprendizagem: Módulo 6

- Os produtos falsificados são mais baratos que os produtos originais, mas são praticamente iguais.
  - Verdadeiro, apenas são mais baratos porque não são de uma marca conhecida.
  - Verdadeiro, as matérias-primas não são as mesmas, mas a qualidade e segurança está garantida.
  - Falso, são muito diferentes em termos da qualidade e segurança que oferecem aos consumidores.**
  - A afirmação não é totalmente verdadeira, nem totalmente falsa.
- Os riscos que os produtos contrafeitos representam para as pessoas são graves.
  - Sim, graves para a sua saúde e segurança.**
  - Não, a maior parte não são muito graves.
  - Não, a maior parte dos contrafatores preocupa-se com a segurança dos produtos.
  - Não, os contrafatores gostam de causar uma boa impressão aos consumidores.
- Os riscos para a saúde e segurança dos consumidores são os únicos impactos negativos da contrafação.
  - Sim.
  - Não, mas são os mais importantes.
  - Não, a contrafação também tem impacto na economia, na sociedade e no ambiente.**
  - Não, os mais importantes são os efeitos no ambiente.
- Qual é o sinal mais evidente de que um produto é contrafeito?
  - O preço.**
  - As características do produto
  - O local de venda do produto
  - As características da embalagem
- Quando se pretende avaliar se um produto é contrafeito deve-se verificar os seguintes aspetos: aplicar a regra dos 3P. Estes significam:
  - As características do produto e da embalagem.
  - A loja onde é vendido.
  - O preço, o produto e o ponto de venda: os 3P.**
  - O site onde é vendido.

## ANEXOS

### ANEXO 7.1.

#### Quiz de avaliação da aprendizagem: Módulo 7

- Qual é a diferença entre publicidade e marketing?
  - Publicidade é apenas uma parte do marketing**
  - Marketing é apenas uma parte da publicidade
  - Publicidade é o mesmo que marketing
  - Marketing é apenas sobre pesquisa de mercado
- A publicidade procura satisfazer as necessidades do consumidor...
  - Verdadeiro, a publicidade só se preocupa em satisfazer uma necessidade preexistente
  - Falso, a publicidade procura satisfazer e criar novas necessidades**
  - Falso, a publicidade só procura criar novas necessidades no consumidor
  - Nenhuma das anteriores.
- O que é e-marketing?
  - Marketing exclusivamente através de emails
  - Marketing realizado apenas em lojas online
  - Uso de internet e tecnologias digitais para promover produtos e serviços**
  - Venda de produtos por meio de aplicativos móveis
- Por que o marketing viral é por vezes preferido em relação à publicidade tradicional?
  - Porque é mais caro e complexo
  - Porque não requer criatividade
  - Porque alcança um público-alvo muito restrito
  - Porque pode alcançar um público amplo com baixo custo**

5. Quais são algumas das plataformas comumente usadas para promover o e-marketing?
- a. Televisão e rádio
  - b. Redes Sociais, jornais e revistas impressas
  - c. Redes sociais, blogs, YouTube, entre outros
  - d. Televisão e redes sociais

### ANEXO 8.1.

#### Vídeos Educativos sobre o Consumo Sustentável

Na plataforma Youtube, o Instituto Akatu disponibiliza uma “série” intitulada “Consciente Coletivo” na qual através de um conjunto de 10 episódios, faz reflexões de uma forma lúdica e criativa sobre o consumo sustentável e os problemas gerados pelo consumismo atual.

Sugestão de episódios:



Origem do que consumimos:

<https://www.youtube.com/watch?v=IBuJHI-PTYc>



Impactos do Consumo:

[https://www.youtube.com/watch?v=HVu\\_d0NZfNc](https://www.youtube.com/watch?v=HVu_d0NZfNc)



Como consumir de forma consciente:

<https://www.youtube.com/watch?v=jaxvbT3Hc7I>



### ANEXO 8.2.

#### Quiz de avaliação da aprendizagem: Módulo 8

- O estilo de consumo comprar-usar-deitar fora não é sustentável.
  - Depende do tipo de produto
  - Falso
  - Verdadeiro**
  - Depende do tipo de matéria-prima
- Os consumidores são os principais responsáveis pelos problemas ambientais.
  - Falso, são os produtores
  - Verdadeiro**
  - Falso, a reciclagem é que não é bem feita
  - Falso, os consumidores não têm nenhuma responsabilidade nos problemas ambientais
- O desenvolvimento sustentável é aquele que dá resposta, sobretudo, às necessidades do presente.
  - Falso, responde às necessidades do presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras**
  - Verdadeiro
  - Falso, responde unicamente às necessidades a longo prazo
  - Nenhuma das anteriores
- A economia circular consiste, sobretudo, na reciclagem dos produtos.
  - Falso, na economia circular os materiais são reutilizados de forma cíclica até já não ser possível, altura em que são reciclados ou descartados.**
  - Verdadeiro
  - Falso, a reciclagem não tem nada a ver com a economia circular
  - Nenhuma das anteriores
- O consumo responsável e sustentável tem como principal característica a reciclagem.
  - Verdadeiro, a reciclagem é a base de tudo
  - Falso, o primeiro passo é reduzir o consumo**
  - Verdadeiro, a reciclagem é preventiva e o mais importante de tudo.
  - Nenhuma das anteriores

# CONSUMO SEGURO E RESPONSÁVEL

An isometric graphic on a dark blue background. The central text 'CONSUMO SEGURO E RESPONSÁVEL' is rendered in large, 3D, light blue block letters. The letters are connected to a network of thin white lines that form a grid-like structure. Various icons are placed at the intersections and along these lines, including a shopping cart, a hand pointing at a star rating, a person sitting on the ground, a bar chart, a shopping bag, a shield with a shopping cart, a bar chart with a line graph, a bar chart with a line graph, and a bar chart with a line graph.