

# O NÚCLEO DE CIDADANIA E DEFESA DO CONSUMIDOR NAS ONDAS DA INTERNET

MENDONÇA<sup>1</sup>, Karoline Henrique;  
NASCIMENTO<sup>2</sup>, Cíntia Caroline de Souza;  
PINTO<sup>3</sup>, Annestella de Lima;  
RAMOS<sup>4</sup>, Gleydson Bezerra;  
SOUZA<sup>5</sup>, Marina Josino da Silva;  
SANTOS<sup>6</sup>, Fábio Bezerra dos.

Centro de Ciências Jurídicas/ Departamento de Direito Privado/ PROBEX.

## RESUMO

O consumo em massa e a modernização das relações de consumo, nos dias atuais, põem em risco a parte mais vulnerável da relação de consumo, qual seja, o consumidor. A tecnologia, aliada aos meios de comunicação, tornou-se uma ferramenta imprescindível para a garantia do acesso à informação. O nosso texto Constituinte em vários dos seus dispositivos dispõe acerca do Direito à Informação, requisito de fundamental importância para a garantia dos demais direitos contidos no nosso ordenamento jurídico. A Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) prevê em seu art. 6º, inciso II, o direito à informação como um direito básico do cidadão, assim como a educação e a divulgação do consumo adequado dos produtos e serviços. Portanto, vários são os instrumentos legais que preveem direito à informação e, em se tratando das relações de consumo, o consumidor, parte mais frágil nesta, muitas vezes não tem acesso às informações necessárias e adequadas ao devido uso desses meios legais para a solução dos problemas advindos da relação de consumo. Contudo, a *internet*, produto da modernidade, tornou-se o meio mais eficaz para a difusão da informação. Pensando nisso, o Núcleo de Cidadania e Defesa do Consumidor - CIDECON, seguindo a nova tendência dos *blogs*, cria um novo ambiente virtual para facilitar o acesso à informação, trazendo dicas, esclarecimentos e notícias no tocante ao direito consumerista, visando atender às novas demandas por informação, bem como ampliar a sua atuação.

---

<sup>1</sup> Universidade Federal da Paraíba – UFPB, extensionista colaborador, karol.djr@gmail.com.

<sup>2</sup> Universidade Federal da Paraíba – UFPB, extensionista colaborador, cint.dir@gmail.com.

<sup>3</sup> Universidade Federal da Paraíba – UFPB, extensionista bolsista, annestellapinto@hotmail.com.

<sup>4</sup> Universidade Federal da Paraíba – UFPB, extensionista bolsista, gleydsonbramos@hotmail.com.

<sup>5</sup> Universidade Federal da Paraíba – UFPB, Coordenadora do Projeto, maradv83@hotmail.com.

<sup>6</sup> Universidade Federal da Paraíba – UFPB, Vice-Coordenador do Projeto, fabioadv83@hotmail.com.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Informação, *Blog*, CIDECON.

## **INTRODUÇÃO**

O Direito do Consumidor é um dos temas fundamentais da atualidade, visto que nossa sociedade contemporânea é estruturada com base no consumo. Percebe-se, a cada dia, o crescimento da produção e do consumo em larga escala, além do surgimento de novas estratégias de marketing que acabam por transformar as relações consumeristas, colocando o consumidor em condições desiguais ante o fornecedor de produtos e serviços, partindo-se do pressuposto que este último possui um arcabouço técnico, jurídico e financeiro superior.

Diante desse cenário, o projeto de extensão intitulado Núcleo de Cidadania e Defesa do Consumidor (CIDECON), que tem como função precípua a educação para cidadania nas relações de consumo e o acesso à justiça, identificou que a falta de informação é uma das principais deficiências dos consumidores e que isto os impedia, e impede, de agir com igualdade de oportunidades na defesa dos seus direitos.

O direito à informação, em todas as suas vertentes, é tutelado pela Carta Magna Brasileira, devendo ser garantido, dentro de certos limites, a todos. Isto posto, os extensionistas do projeto em tela, aliados aos avanços tecnológicos, aderiram à tendência dos *blogs* e criaram o *blog* do projeto. Através desta ferramenta virtual se veicula, de forma clara e objetiva, quais são os direitos dos consumidores e como estes podem se defender caso sejam vítimas de abusos numa relação de consumo. Uma vez sanado esse *déficit* de informação, consegue-se alcançar a cidadania plena para o consumo.

## **DESENVOLVIMENTO**

O direito à informação, salvaguardado na Constituição Federal, é um direito multifacetado, que se apresenta em três principais vertentes: o direito de informar, de se informar e o de ser informado (NUNES, 2012, p. 96). Todas essas vias de manifestação deste direito encontram-se de tal forma imbricadas que a tentativa de isolá-las tornaria sua inteligibilidade absolutamente impraticável.

O texto constitucional assevera que a informação não sofrerá qualquer restrição, “sob qualquer forma, processo ou veículo”, observado o disposto na Carta Magna (CF, art. 220). Tal disposição traduz a noção essencial do direito de informar, que se concretiza, igualmente, na garantia da livre expressão de “atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença.” (CF, art. 5º, IX). O direito de informar possui como limites, principalmente, a privacidade, a intimidade, a honra, a imagem (CF, art. 5º, X).

O direito de se informar, por sua vez, delinea-se no inciso XIV do Texto Magno, que dispõe: “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”. Consubstancia-se, portanto, em uma prerrogativa constitucional concedida às pessoas; uma verdadeira garantia de comunicação social, ainda que sujeita a certos limites – como o do sigilo profissional, a privacidade, dentre outros.

A Constituição garante a todos o acesso à informação, que, ao ser produzida, transforma-se em interesse coletivo, podendo inclusive ser pleiteada por instrumentos legais (v.g. *habeas data*).

No que diz respeito ao direito de ser informado, por fim, este possui relativa abrangência na esfera constitucional, que estabelece o dever de informar que possuem os órgãos públicos, além de pautar suas atividades sob a ótica da transparência e da publicidade. No âmbito do direito consumerista, por sua vez, é um dos direitos básicos elencados no artigo 6º do código de defesa do consumidor, e traduz, de maneira genérica, o dever que o fornecedor tem de conceder informações corretas e adequadas sobre os diferentes produtos e serviços (dever de informar).

Ora, é apenas munido de informações claras e verdadeiras acerca do bem ou serviço que pretende adquirir, que o consumidor tem a oportunidade de orientar sua vontade de maneira que possa fazer uma escolha adequada. E essa é somente uma das perspectivas que mostram a importância da informação nas relações de consumo. Para que estas se desenvolvam de forma paritária, o consumidor também precisa ser devidamente informado acerca de seus direitos e do que pode ser cobrado do outro polo desta relação, caso algum deles seja violado; desta maneira, o consumidor tem a efetiva possibilidade de defender seus interesses contra eventuais abusos que venham a ser cometidos no decurso da relação de consumo.

Aliando-se às inovações tecnológicas do mundo contemporâneo, com seus variados canais de difusão de informações e, ainda, a partir da compreensão da relevância que o direito à informação possui como mecanismo imperioso à efetivação do acesso à justiça, optou-se pela criação do *blog* do Núcleo de Cidadania e Defesa do Consumidor consistente no endereço <http://cidecon-ufpb.blogspot.com.br/>. Dessa forma, lançando mão de uma abordagem didática e utilizando linguagem acessível e clara ao público-alvo, variados temas foram tratados no *blog* do CIDECON.

Os leitores do *blog* foram orientados, por exemplo, a como se portar quando se defrontarem com situações relacionadas à cobrança de consumação mínima em restaurantes, pagamento de gorjeta pelos serviços prestados pelo garçom, cadastramento indevido no banco de dados de inadimplentes, troca de produtos em promoção, dentre outras.

O principal fito do desenvolvimento dessa plataforma online foi proporcionar uma adequada orientação ao cidadão comum acerca de seus direitos básicos, que são por diversas vezes violados nas mais variadas relações de consumo. Partiu-se do entendimento de que o consumidor médio, muitas vezes, não possui um conhecimento adequado do arcabouço de garantias protetivas a ele asseguradas nos textos legais.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Através do projeto de extensão em questão, os acadêmicos participantes tiveram um maior contato com o direito consumerista, podendo reconhecer quão frágil é o consumidor nas relações de consumo. Diante de tal constatação, os extensionistas identificaram a falta de informação como um dos problemas centrais dos consumidores quando estes se encontravam frente às violações de seus direitos.

Neste quadro, criou-se um blog com o objetivo de proporcionar a estes consumidores informações acerca de toda a proteção jurídica que possuem, instrumentalizando-os para a efetiva defesa de seus direitos. A ferramenta virtual alcançou um universo de aproximadamente 1400 internautas, a expectativa é que este número atinja patamares maiores.

O que se observa nesse projeto, portanto, é que, uma vez suprida a ausência de conhecimento, os consumidores assistidos pelo CIDECON puderam, e podem,

reconhecer quando seus direitos são violados e que medidas devem tomar, alcançando assim o pleno exercício da cidadania para o consumo.