

ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO, MARKETING E COMUNICAÇÃO

Alessandro Alex – RA 121182
Amanda Maria – RA 121377
Amanda Miranda – RA 121331
Ana Laura Coelho Couto – RA 121336
Anna Laura Teixeira Lopes – RA 121011
Arthur Rodrigues Rosa dos Santos – RA 121147
Augusto Santos Arantes – RA 121041
Bruno Colares de Oliveira – RA 121007
Camila Rodrigues da Silva – RA 121137
Dyana Duarte Sousa Ferreira – RA 121416
Felipe Fernandes Moraes – RA 121446
Flávio Faria Rocha – RA 121359
Gabriel Bispo Gonçalves – RA 121148
Italo César Marques de Oliveira – RA 121097
João Pedro Fonseca Arruda – RA 121345
Lady Anne Ferreira Araujo Neves – RA 121153
Laura Bannwart Pedreira – RA 121558
Layza María de Araújo Serra – RA 121226
Luma Rodrigues Prado Marques – RA 121190
Maria Eduarda Oliveira Leite – RA 121424
Maria Luiza Paulino de Oliveira – RA 220350
Maria Paula Lima Machado – RA 121324
Mariana Amaral Francino Diniz – RA 121091
Marianna Marques de Lima Mota Couto – RA 121490
Marinês Batista Padilha – RA 121168
Matheus de Freitas – RA 121356

Milena Cerqueira – RA 121150
Nattan Ladir Barbosa Damasceno – RA 121398
Nicolle Orlando Rosa – RA 121428
Renato Gomes Garcia Da Costa – RA 121524
Rogério de Souza Vieira – RA 121028
Ryan Douglas de Oliveira Ramos – RA 121308
Thifanny Silva Freitas – RA 121506
Victoria Ribeiro Dantas – RA 121006
Vitória Rocha Viola – RA 121499

PROJETO DE EXTENSÃO
PROCESSUAL CIVIL III

UBERLÂNDIA - MG

2023

Alessandro Alex – RA 121182
Amanda Maria – RA 121377
Amanda Miranda – RA 121331
Ana Laura Coelho Couto – RA 121336
Anna Laura Teixeira Lopes – RA 121011
Arthur Rodrigues Rosa dos Santos – RA 121147
Augusto Santos Arantes – RA 121041
Bruno Colares de Oliveira – RA 121007
Camila Rodrigues da Silva – RA 121137
Dyana Duarte Sousa Ferreira – RA 121416
Felipe Fernandes Moraes – RA 121446
Flávio Faria Rocha – RA 121351
Gabriel Bispo Gonçalves – RA 121148
Italo César Marques de Oliveira – RA 121097
João Pedro Fonseca Arruda – RA 121345
Lady Anne Ferreira Araujo Neves – RA 121153
Laura Bannwart Pedreira – RA 121558
Layza María de Araújo Serra – RA 121226
Luma Rodrigues Prado Marques – RA 121190
Maria Eduarda Oliveira Leite – RA 121424
Maria Luiza Paulino de Oliveira – RA 220350
Maria Paula Lima Machado – RA 121324
Mariana Amaral Francino Diniz – RA 121091
Marianna Marques de Lima Mota Couto – RA 121490
Marinês Batista Padilha – RA 121168
Matheus de Freitas – RA 121356
Milena Cerqueira – RA 121150
Nattan Ladir Barbosa Damasceno – RA 121398
Nicolle Orlando Rosa – RA 121428

Renato Gomes Garcia Da Costa – RA 121524

Rogério de Souza Vieira – RA 121028

Ryan Douglas de Oliveira Ramos – RA 121308

Thifanny Silva Freitas – RA 121506

Victoria Ribeiro Dantas – RA 121006

Vitória Rocha Viola – RA 121499

PROJETO DE EXTENSÃO
ACESSIBILIDADE AOS DIREITOS E DEVERES INERENTES
A RELAÇÃO DE CONSUMO

Projeto de extensão, apresentado ao Curso de Direito da ESAMC, como avaliação parcial da disciplina de Direito Processual Civil III sob a orientação do Professor Vinicius Cesar Felix.

UBERLÂNDIA - MG

2023

“A justiça segura, numa das mãos, a balança, com a qual pesa o direito, e na outra a espada, com a qual o defende. A espada sem a balança é a força bruta, a balança sem a espada é a fraqueza do direito.”

(Rudolf Von Lhering).

RESUMO

Diante da relevância do tema, o presente trabalho de extensão visa levar à sociedade informações acessíveis, simples, e didáticas, referentes aos seus direitos, à luz do Código de Defesa do Consumidor, esclarecendo sobre a relação entre as figuras do Consumidor e Fornecedor, dentre outros aspectos de suma importância.

Palavras-chave: Código de Defesa do Consumidor, Sociedade, Trabalho de extensão.

ABSTRACT

Given the relevance of the subject, this extension project aims to provide accessible, straightforward, and didactic information to society regarding their rights, in light of the Consumer Protection Code, clarifying the relationship between Consumer and Supplier, among other crucial aspects.

Keywords: Consumer Protection Code, Society, Extension work.

SUMÁRIO

<u>INTRODUÇÃO.....</u>	<u>8</u>
<u>1 – METODOLOGIA.....</u>	<u>8</u>
<u>2 – PROJETO</u>	<u>10</u>
<u>3 – ENTREGA DAS CARTILHAS.....</u>	<u>10</u>
<u>4 – INSTAGRAM – SABER JURÍDICO</u>	<u>16</u>
<u>5 – RESULTADOS.....</u>	<u>18</u>
<u>6 – CONCLUSÃO</u>	<u>18</u>

INTRODUÇÃO

O projeto de extensão em epígrafe foi desenvolvido com o objetivo de conscientizar e informar a população sobre seus direitos enquanto consumidores, bem como seus deveres enquanto fornecedores, servindo como ponte para o acesso ao Código de Defesa do Consumidor (CDC), disponibilizando-o de forma clara e acessível. O projeto envolveu a confecção do CDC em formato de cartilha, que foi distribuída gratuitamente em diferentes locais da cidade de Uberlândia/MG, e a criação de uma conta no *instagram*, cujo objetivo seria a publicação de conteúdos pertinentes ao tema aludido.

1 – METODOLOGIA

O professor orientador Vinicius Cesar Felix, da disciplina de Direito Processual Civil III, informou à sala que, dentre todos os trabalhos a serem realizados no presente semestre, haveria um projeto de extensão a ser realizado, em atendimento a Resolução nº 07/2018, expedida pelo Ministério da Educação, cujo objetivo seria promover ações extensionistas, no intuito de promover programas, projetos, cursos, oficinas, eventos ou prestação de serviço, visando levar o conhecimento adquirido em sala de aula para à sociedade, onde poderíamos utilizar a liberdade criativa para decidir qual ação seria realizada, e de que forma faríamos isso.

Após votação em grupo, via *WhatsApp*, a sala do 5º período noturno, da faculdade de direito da ESAMC, decidiu dividir a sala em 02 (dois) grupos grandes, com cerca de 36 alunos em cada um dos grupos. Dessa forma, cada grupo poderia desenvolver um projeto diferente, totalizando dois projetos de extensão a serem realizados pelos alunos.

O grupo número 01 (um), exposto no presente documento, após a formação de seus membros, levantou diversas ideias para o projeto, todas elas de possível execução, contudo, sabendo que apenas 01 (uma) das ideias deveria ser escolhida para posterior desenvolvimento, foi realizado um sorteio, em formato de enquete, onde cada membro pôde votar na ideia que mais se interessava.

Em tempo, ainda visando esta decisão, foi realizada reunião presencial, no dia 16 de fevereiro de 2023, em sala de aula, durante o intervalo, momento no qual foram discutidas todas

as ideias, qual seria mais viável, quais as vantagens e desvantagens, meios de execução, entre outros tópicos, e, por fim, foi possível realizar outra votação.



Assim, o tema a ser explorado foi decidido, de forma quase unânime, e poderíamos então dar início ao projeto.

2 – PROJETO

O projeto teve como base o Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.708, de 11 de setembro de 1990.

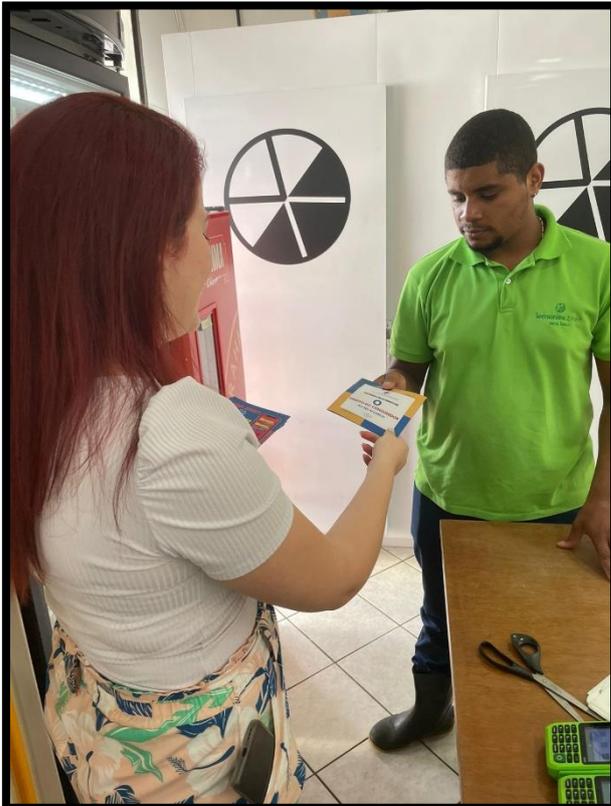
A proposta central consiste em conscientizar a população, apresentando de forma clara e simplificada os direitos dos consumidores previstos no Código de Defesa do Consumidor (CDC), levando em consideração que grande parte da sociedade não possui conhecimento desses direitos. Apesar da existência de lei que exige que os comércios disponibilizem o CDC para consulta, os termos técnicos e jurídicos utilizados no documento dificultam a compreensão por parte de pessoas sem formação na área.

Dessa forma, além de distribuir cartilhas/livretos contendo algumas informações relevantes, o grupo também optou por criar uma conta no *Instagram* voltada a publicações de conteúdos extraídos do Código de Defesa do Consumidor, assim, as pessoas interessadas poderão acessar a rede social e acompanhar as postagens sobre o assunto.

De acordo com pesquisas conduzidas em 2021, mais de 53% da população global utiliza redes sociais, impulsionados pelos avanços tecnológicos recentes e pela necessidade de se conectar com grupos que compartilham interesses semelhantes. Nesse contexto, o objetivo subjacente da criação das redes sociais foi alcançar um público mais amplo, de forma mais célere e eficiente.

3 – Entrega das Cartilhas

O grupo solicitou a produção de 200 cartilhas, de modo que, todas foram devidamente entregues, conforme se demonstra pelas imagens evidenciadas a seguir.



Segue link com mais imagens e vídeos: <https://photos.app.goo.gl/YkG6p6VmZVU6XrPMA> e <https://drive.google.com/drive/folders/13kCEyqDKPJ04pRwibzFgIPJTzz9e2Mmk>

Importante apresentar, também, o design da cartilha, a qual foi produzida em modelo de livrinho, com 8 páginas (incluindo capas).

- CAPA PRINCIPAL:



- PÁGINA 2 – CONCEITOS GERAIS.



- PÁGINA 3: DEFINIÇÃO DE FORNECEDOR



- PÁGINA 4: PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR.

ENTENDA

QUAL É A IMPORTÂNCIA DE DIFERENCIAR CONSUMIDOR E FORNECEDOR?

O CDC EXPLICA

É SIMPLES!

O CDC CONSIDERA O CONSUMIDOR COMO SENDO A PARTE MAIS VULNERÁVEL DA RELAÇÃO DE CONSUMO.

OU SEJA...

O CONSUMIDOR TEM MAIS VANTAGENS E BENEFÍCIOS, POIS É TIDO COMO MAIS FRÁGIL E VULNERÁVEL, QUANDO COMPARADO COM O FORNECEDOR (QUE QUASE SEMPRE TEM MAIS RECURSOS FINANCEIROS, INTELECTUAIS E JURÍDICOS).

- PÁGINA 5: DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR.

SE LIGA!

8 DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR!

SEGUNDO O CDC!

- a proteção contra produtos ou serviços perigosos ou nocivos;
- a liberdade de escolha no momento da compra;
- a proteção contra a propaganda enganosa;
- o direito de receber todas as informações sobre um produto ou serviço;
- mudanças contratuais em favor do consumidor;
- a proteção em vários aspectos aos necessitados;
- a condição de vulnerável.

BÔNUS

Num Processo Judicial, o Consumidor que se demonstrar vulnerável, pode ainda fazer uso da possibilidade de alegar algo e não provar, deixando o poder-dever de provar como uma responsabilidade do fornecedor.

- PÁGINA 6: ASPÉCTO HISTÓRICO.

CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NO BRASIL

1962 1970 1985 1988 1990

CDC NO BRASIL E NO MUNDO

A defesa do consumidor começou a ganhar importância em 15 de março de 1962, data em que o então presidente estadunidense John Kennedy fez uma declaração ao Congresso americano. Nessa declaração ele reconheceu o caráter universal dos direitos dos consumidores. Essa data passaria a ser conhecida como o Dia Mundial dos Direitos do Consumidor.

Anos depois, na década de 1970, surgiram os primeiros órgãos de defesa do consumidor no Brasil, movidos pela influência do discurso de Kennedy.

O icônico presidente estadunidense seguiu influenciando pelo seu discurso, e em 1985, a ONU reconheceu a vulnerabilidade dos consumidores e divulgou suas Diretrizes de Proteção ao Consumidor.

Isso incentivou um movimento mundial de defesa de seus direitos, e, com o surgimento da Constituição Federal de 1988, a defesa do consumidor foi oficialmente colocada no direito brasileiro por meio do item XXXIII do art. 5º.

Dois anos depois, em 1990, foi criado o CDC que temos hoje, que ficou conhecido como o principal documento do direito do consumidor, no Brasil.

- PÁGINA 7: CONSIDERAÇÃO FINAL.

FICA A DÚVIDA

Como aprender quais são os direitos do consumidor de forma rápida e interativa, sem todo aquele blá blá blá em juridiquês?

Para isso, criamos o @saberrjuridico, uma página no instagram totalmente voltada à população em geral! Lá explicamos de maneira simples, tudo que você tem que saber sobre o mundo jurídico!

Queremos que você ENTENDA SEUS DIREITOS!

PODE NOS DAR ESSA OPORTUNIDADE?

NOS ACOMPANHE PELO INSTAGRAM E SAIBA MUITO MAIS!

- CAPA FINAL: CONVITE AO PERFIL @saberrjuridico.

SABER JURÍDICO

O MUNDO DO DIREITO EM SUAS MÃOS!

@saberrjuridico

👍 🗨️ 📌

saber
juridico

LEITOR: Gostei bastante do conteúdo!
@saberrjuridico: Que ótimo, acompanhe nosso instagram para mais!
LEITOR: Claro! Como faço isso?
@saberrjuridico: Aproxime a câmera do seu celular no QR Code abaixo e nos acompanhe via Instagram!!!

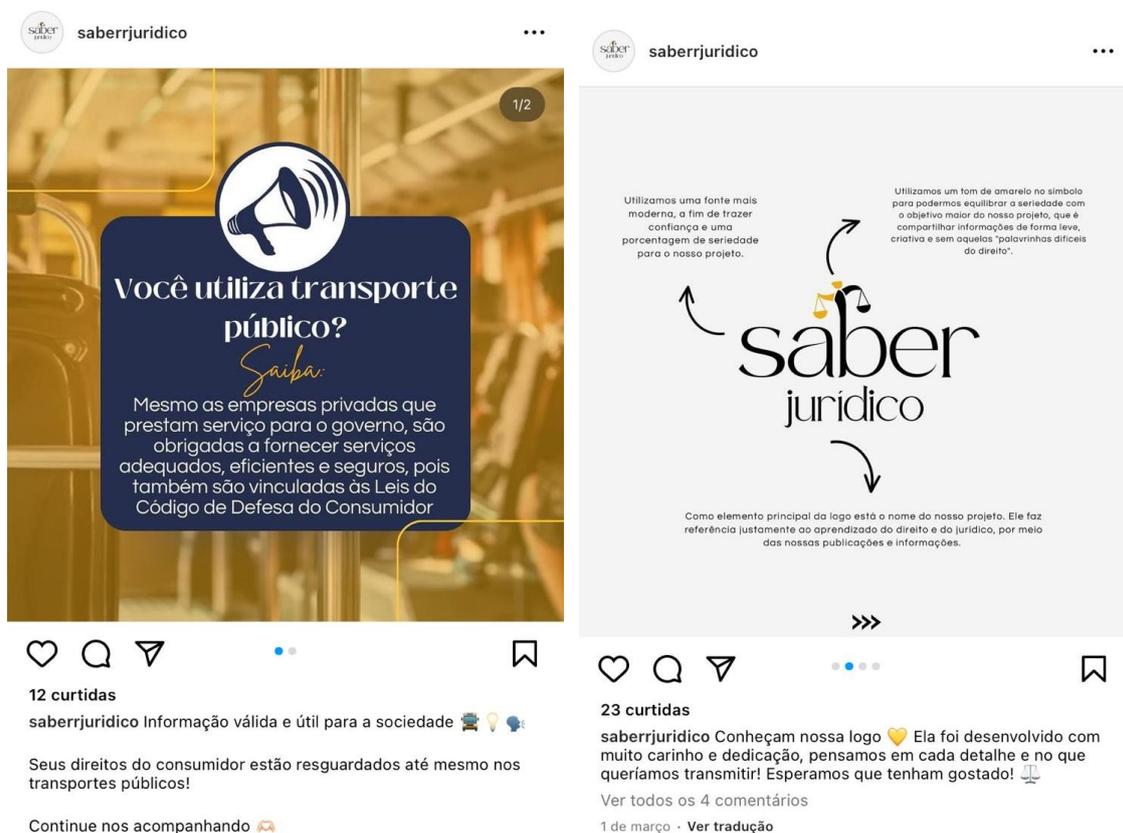
- LINK DO LIVRETO: inteiro teor, com melhor definição do que as imagens colacionadas acima.

LINK: https://www.canva.com/design/DAFbt2OnIGU/f_SAcBJW9_-2vaQ6v7tidA/view?utm_content=DAFbt2OnIGU&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=homepage_design_menu

4 – Instagram – Saber Jurídico

A conta no *instagram* foi criada, como já citado anteriormente, na intenção de que fosse possível disseminar o conteúdo selecionado para o Projeto de Extensão de forma mais célere, acessível e simplificada. Assim, foram feitos *posts* embasados na Lei Seca (Código do Consumidor), para garantir fidedignidade à lei, contudo, de forma a deixar a leitura menos exaustiva, mais exemplificativa, e mais digerível, foram utilizados exemplos práticos, fictícios e reais, bem como imagens ilustrativas, para garantir que todos, leigos e profissionais da área, pudessem ler e compreender os *posts* em sua magnitude.

Abaixo, imagens das postagens carregadas no *Instagram* do grupo (Saber Jurídico - @saberrjuridico):



saberrjuridico 9+

30 Publicações 74 Seguidores 0 Seguindo

Saber Jurídico
📖 | 5º período de direito
🏛️ | Conhecimentos Jurídicos
📚 | Aprenda de uma forma fácil e leve, sem juridiquês!
[Ver tradução](#)

Editar Compartilhar perfil

Destaques dos stories

Home Search Add Post Reels Profile

saberrjuridico

30 curtidas

saberrjuridico Você sabe o que é o CDC? Não? Arraste pro lado e aprenda já 📖💛... mais

Ver todos os 5 comentários

3 de março · [Ver tradução](#)

saberrjuridico 9+

COBRANÇA DE DÍVIDAS
Você sabia?

Termo de Garantia

Cadastro de informações de crédito

FICHA A DICA!

ATENÇÃO

COBRANÇA DE DÉBITOS

Você sabia
Que o Ministério Público sempre deve atuar como fiscal da lei?

Curiosidade

NÃO CONFUNDA PRESCRIÇÃO E DECADÊNCIA!

A dívida prescreveu!
Se não sabe, peça orientação!

Relembre!

Comrou um produto e não recebeu? Fique ligado!

Não se deixe enganar!

Você utiliza transporte público?

PRODUTO ADQUIRIDO COM DEFEITO, e agora?

SAIBA MAIS

24 curtidas

saberrjuridico Você saberia o que fazer caso adquirisse algum produto com defeito? 🤔

Arraste para o lado para saber mais...

Se está gostando do nosso conteúdo, compartilhe com seus amigos!! 📢

Ver todos os 4 comentários

10 de março · Ver tradução

5 – Resultados

O projeto foi muito bem recebido pela população, que demonstrou interesse em conhecer seus direitos como consumidores. A cartilha foi distribuída em diversos pontos da cidade, alcançando um grande número de pessoas. Foram recebidos muitos feedbacks positivos de pessoas que se sentiram bem cuidadas e até mesmo privilegiadas por receberem conteúdos jurídicos de maneira rápida e prática.

6 – Conclusão

O projeto de extensão alcançou seu objetivo de conscientizar e informar a população sobre seus direitos enquanto consumidores, facilitando o acesso ao CDC de forma clara e

assertiva. A conta criada no *instagram* foi acessada por diversas pessoas e públicos distintos, e a cartilha se mostrou uma ferramenta eficiente para disseminação do conhecimento, podendo servir de inspiração para outros projetos similares em diferentes regiões do país.

Por meio das atividades realizadas, foi possível perceber a importância do engajamento da universidade com a comunidade, fortalecendo as relações entre as instituições e promovendo uma maior interação entre os participantes. Através da continuidade das ações, acreditamos que será possível ampliar ainda mais o alcance do projeto e aprimorar as estratégias de divulgação e execução das atividades, beneficiando um número cada vez maior de pessoas.

Dessa forma, entendemos que um projeto de extensão não deve ser visto como uma ação pontual, mas sim como um processo contínuo de interação e colaboração entre a universidade e a sociedade, visando à promoção de ações que contribuam para a melhoria da qualidade de vida da população e para o fortalecimento das relações entre as instituições envolvidas.