



**FACULDADE CATÓLICA DA PARAÍBA**  
**Instituição Mantida pela Fundação de Ensino Superior de Cajazeiras**

**NÚCLEO DE EXTENSÃO E PESQUISA ACADÊMICA – NEPA**  
**PROPOSTA DE PROJETO DE EXTENSÃO**  
**EDITAL N.º 01/2024**

**Documentos indispensáveis para inscrição**

- 1 (uma) cópia por e-mail do Formulário de **Proposta de Projeto de Extensão**
- 1 (uma) cópia por e-mail do Currículo Lattes atualizado.

1.Nome do(a) professor(a) proponente do Projeto: Francisco Paulino da Silva Junior
2.Titulação do Professor Proponente: ( )Especialista ( x )Mestre ( )Doutor ( )Pós Doutor
2.1. Telefones para contato: 83 999703307
2.2 E-mail: fpsjunior@gmail.com

3. Curso: Direito
-------------------

4. Título do Projeto: INFOCON – Informação, Consumo e Tecnologia.
---

5. Linha de Pesquisa: Linha III – Direitos Transindividuais, Difusos e Coletivos; ponto 1. Direito das Relações de Consumo
--

6. Situação do Projeto: ( )Novo ( x )em andamento
---

7. Resumo: <p>O atual cenário do mercado de consumo demonstra que a educação para o consumo não tem sido uma prioridade para o fornecedor, nem mesmo para o Estado. A despeito de ser a tal educação um direito básico a ser garantido ao consumidor. Nesse contexto, a informação é, sem dúvida alguma, um instrumento dos mais importantes para o consumidor. É através desse direito que o consumidor pode comprar os produtos e contratar os serviços da forma que deseja, mas também, é através dele, que se tem ciência acerca dos direitos que o Código de Proteção e Defesa do Consumidor garante à sociedade. Diante disso, é de primeira ordem levar à informação aos consumidores para que estes possam comprar de forma segura e exigir seus direitos, sempre que estes não forem observados. A sociedade está inserida num contexto de “ode ao consumo” em que o indivíduo é aquilo que consome. Os impactos desse mercado são mais diversos e, em sua maioria, negativos. Isso demanda uma mudança de postura do consumidor que passa por uma educação para o consumo desde cedo, já que o consumo exagerado não é uma ação restrita à população adulta, começando desde cedo. Não obstante, é preciso considerar a influência das novas tecnologias no aumento do consumo no Brasil, com a crescente</p>
--



**FACULDADE CATÓLICA DA PARAÍBA**  
**Instituição Mantida pela Fundação de Ensino Superior de Cajazeiras**

expansão do mercado para os influenciadores digitais e, conseqüentemente, para tudo aquilo que envolve publicidade nas redes digitais. A educação, portanto, precisa começar desde cedo, nas escolas preferencialmente. Por isso, o presente trabalho busca levar informações acerca dos direitos do consumidor para as escolas da cidade de Patos, concentrando sua atenção maior nas escolas de Nível Fundamental e Médio, pois são as gerações mais próximas e, como dito, a mudança de postura precisa ser mais o depressa possível. Para além disso, a experiência servirá de base para avaliar a percepção do consumo pelos adolescentes ou que estão mais próximos dessa idade. Para tanto, o projeto fará tanto intervenções expositivas, como rodas de debates sobre os impactos gerados pelo consumismo. O projeto quer desenvolver também uma cartilha com linguagem fácil sobre direitos dos consumidores, mas também de impactos do consumo.

8. Palavras-chave (Indique até 3 palavras que melhor caracterizem a proposta)

Informação	Consumo	Tecnologia
------------	---------	------------

9. Localização (Informar onde serão desenvolvidas as ações)

Escolas de Ensino Fundamental e Médio da Cidade de Cajazeiras, PB, e demais localidades que compõem a 9ª Regional de Educação e Cultura.

10. População – alvo (Informar qual população a ser envolvida, descrevendo-a e quantificando-a. Caso não seja possível quantificá-la, apresentar a capacidade de atendimento do projeto)

O público alvo do Projeto “Informação, Consumo e Tecnologia” serão os estudantes e professores do Ensino Fundamental e Médio, das escolas públicas e particulares, da cidade de Cajazeiras/PB, bem como demais localidades que integrem a 9ª Regional de Educação e Cultura.

11. Justificativa:

Os impactos gerados pelo padrão de consumo adotado pela sociedade atual geram repercussões sob os mais variados aspectos. Tal realidade revela como a cultura de consumo é danosa para fatores externos, mas também para questões internas ao ser humano. Como estabelecer o consumo enquanto meta de felicidade. As pessoas se consideram felizes na medida em que podem arcar com grandes custos de consumo. O mercado alimenta esses desejos, pois é o que mantém o sistema. Essa equação vem relativizando as diversas formas de vida do planeta e relegando os seres humanos a uma mera categoria de consumidores.



**FACULDADE CATÓLICA DA PARAÍBA**  
**Instituição Mantida pela Fundação de Ensino Superior de Cajazeiras**

Diante disso, o presente projeto busca visitar escolas, de nível Fundamental e Médio da Cidade de Cajazeiras, PB, bem como demais localidades pertencentes à 9ª Regional de Educação e Cultura, levando informações acerca dos direitos que o consumidor possui, mas, ao mesmo tempo, levar reflexões que possam fazer com esses consumidores questionem suas práticas de consumo. Isso se revela de grande importância, pois o consumo já se mostra, há muito, insustentável e, como dito, sob vários aspectos.

Convém esclarecer que a geração atual impõe padrões de consumo altíssimos ao meio ambiente, mas também às relações sociais. Por isso, é de primeira ordem voltar os olhos para as gerações que estão chegando, sobretudo pela crescente influência das tecnologias e plataformas digitais que implicam no aumento do consumo e na introjeção de novos paradigmas sociais. O projeto, portanto, busca levar as informações para esse público, na esperança mesmo de uma transformação no modo de enxergar o ato de consumir, além de esclarecer questões como responsabilidade civil, publicidade ilícita, superendividamento, mídias digitais e proteção de dados do consumidor, etc.

As discussões sobre o consumismo sempre se concentraram na ausência de políticas de Estado e na postura equivocada dos produtores. Esses últimos enquanto detentores dos meios de produção. O consumidor sempre foi mais um destinatário do direito. Por isso, seria visto como vítima dos impactos ambientais causados pelo sistema produtivo, do que um agente do qual se poderia exigir ações de modo a exigir, enquanto, previsão legal.

A figura do consumidor sempre foi de um agente passivo, que deveria esperar ações do governo e dos empresários para prevenir a ocorrência de danos ao meio ambiente, ou mesmo de repará-los. Nesse contexto, a reflexão sobre o consumo como vetor de degradação ambiental nunca possuiu muito destaque. Isso até se perceber que os resíduos gerados pelo pós-consumo geram impactos tão grandes, e até maiores em algumas ocasiões, quanto qualquer dano causado durante a etapa produtivista.

Bauman (2008, p. 38-39) chama esse aumento na prática do consumo de Revolução Consumista e destaca que o consumo passou a ser um propósito central na vida das pessoas, definindo suas vontades e suas relações, pois o ato de consumir passou a ser:

Especialmente importante, se não central para a vida da maioria das pessoas, o verdadeiro propósito da existência. E quando nossa capacidade de “querer”, “desejar”, ansiar por” e particularmente de experimentar tais emoções repetidas vezes de fato passou a sustentar a economia do convívio humano.

É relevante esclarecer que a revolução consumista não é fruto simplesmente dos interesses do consumidor. Não foi apenas o consumidor que se sentiu à vontade para consumir e tudo se deu. Trata-se da conjugação de várias forças e pressões externas que criaram um modelo de felicidade pautado pelo consumismo e que vendeu, juntamente com produtos e serviços, essa forma de ser feliz. Afinal, quem não quer ser feliz? Se isso está à venda na prateleira de uma loja, é bem mais fácil.

Orr (1999) pondera que a sociedade consumista não é fruto do acaso e nem



**FACULDADE CATÓLICA DA PARAÍBA**  
**Instituição Mantida pela Fundação de Ensino Superior de Cajazeiras**

inevitável, estabelecendo que ela é fruto de quatro forças, quais sejam: a apropriação do meio ambiente como sendo objeto de usufruto do ser humano, que pode usá-lo como bem entender; a sedimentação do sistema capitalista moderno; o desenvolvimento tecnológico e o estabelecimento da América do Norte como modelo de consumo a ser seguido.

Nesse contexto, o consumo desponta como sendo um dos principais vetores de impactos ao meio ambiente, pois é importante lembrar que os produtos e serviços colocados no mercado não repercutem no meio ambiente apenas durante a utilização, mas também durante a fase de fabricação e após a utilização. Esta última fase é chamada de pós-consumo e tem como principal impacto ao meio ambiente o acúmulo de resíduos. Até porque a fase de utilização dos produtos vem sendo cada vez mais curta. Ou seja, o tempo de permanência dos bens com os consumidores vem sendo cada vez mais curtos. Indo direto para o lixo em ritmo acelerado.

Para Baudrillard (2008, p. 40-43), o desperdício é uma das características principais do consumismo, isso porque o descarte de produtos está diretamente associado à ideia de que o bem-estar se reflete através do excesso causado pela posse de bens sejam eles úteis ou não, descartáveis ou duráveis.

Como bem se sabe, o consumidor é tido como vulnerável no mercado de consumo. Dessa forma, é preciso que se pense como será feita a responsabilização do consumidor perante o descarte de resíduos sólidos. O que passará por uma mudança de postura do consumidor no mercado de consumo. Como bem elucida Bauman (2013), é preciso resgatar valores perdidos pela cultura do consumo e pensar como a forma do consumo repercute no outro. É a formação de uma ética.

O consumidor precisa, portanto, ter atitudes sustentáveis. Não se quer propõe aqui que este consumidor assuma todos os ônus dos produtos que consome, mas este precisa entender que os produtos que consomem custam muito para o meio ambiente e preciso que, de alguma este assumam tais custos. É importante que o consumidor tenha em mente quão prejudicial para o meio ambiente são os produtos que consomem, uma vez que, como aduz Locatelli (2012), causam impactos “antes mesmo de sua existência, passando pelo seu uso irregular e indiscriminado, culminando pela destinação após sua inutilização”.

É preciso dizer que o consumo sustentável atinge um padrão de consumo e tenta transformá-lo. Para tanto, é preciso reforçar a importância da educação para o consumo. A educação pode desconstruir culturas destrutivas, pois forma mentes construtivas e estabelece valores que tenham comprometimento social e não apenas individual.

**12. Objetivo Geral:**

Fomentar, semanalmente, a educação para o nas Escolas públicas e particulares, de ensino fundamental e médio, do município de Cajazeiras/PB, bem como demais localidades que integrem a 9ª Regional de Educação e Cultura, favorecendo a conscientização dos jovens acerca do ato de consumir, como forma de promover o direito à informação e ao desenvolvimento. Para além disso, a presente proposta tem o escopo de aproximar os



**FACULDADE CATÓLICA DA PARAÍBA**  
**Instituição Mantida pela Fundação de Ensino Superior de Cajazeiras**

jovens da realidade tecnológica atual, incentivando sua formação cidadã a partir da compreensão e manuseio das plataformas digitais e novas tecnologias que tanto interferem na esfera consumerista.

13. Objetivos Específicos:

- a) Promover, entre os extensionistas, o debate acerca da proteção ao Consumidor no ordenamento jurídico brasileiro, visando o aprimoramento do conteúdo que será transmitido à sociedade;
- b) Identificar possíveis abordagens para a educação para o consumo entre os jovens, procurando entender suas interfaces com a tecnologia e sua estreita ligação com o universo jurídico, de modo a impulsionar uma mudança positiva no comportamento social.
- c) Localizar, no ordenamento jurídico pátrio, bem como nos tratados internacionais, as medidas de proteção ao consumidor, enquanto sujeito vulnerável, bem como alternativas práticas para a redução dos impactos econômicos provenientes do consumismo em seus vários níveis;
- d) Possibilitar aos extensionistas o conhecimento técnico acerca da proteção ao Consumidor, através de profunda análise da legislação brasileira, bem como, através de parcerias, promover o debate acerca do universo tecnológico e as novas formas de consumo;
- e) Promover oficinas pedagógicas nas Escolas de Ensino Fundamental e Médio, de modo a favorecer a conscientização dos jovens acerca dos direitos do Consumido e sua proteção, bem como dos padrões atuais de consumo, a partir do surgimento de novas ferramentas e atores sociais, apresentando os dispositivos constitucionais que versam sobre a matéria, o Código de Proteção e Defesa do Consumidor, o Marco Civil Regulatório da Internet no Brasil, a Lei de Proteção de Dados e demais documentos concernentes à matéria, conscientizando a juventude acerca do consumo consciente e sustentável.
- f) Habilitar professores e estudantes dessas unidades de ensino para o exercício da cidadania, através da educação para o consumo, e para serem multiplicadores das informações em suas comunidades.
- g) Realizar atividades culturais, através das artes cênicas, bem como produzir material didático que possibilite a educação e a informação acerca dos direitos do consumidor e o favorecimento à reflexão crítica na classe estudantil, além da comunidade em geral.
- h) Formar os extensionistas e o público-alvo para o consumo consciente e sustentável, particularmente no que se refere ao acesso aos seus direitos e prerrogativas cidadãs.
- i) Favorecer a oxigenação do currículo do Curso de Direito da FAFIC com a promoção dos direitos transindividuais, difusos e coletivos, em sede de extensão, sobretudo em matéria de proteção consumerista, aproximando a comunidade



**FACULDADE CATÓLICA DA PARAÍBA**  
**Instituição Mantida pela Fundação de Ensino Superior de Cajazeiras**

- discente da sociedade e dos seus problemas diários que necessitam de aporte jurídico, bem como estimulá-los ao exercício da responsabilidade social;
- j) Estimular a participação dos componentes do projeto em eventos de pesquisa e extensão.
  - k) Desenvolver uma cartilha, com linguagem acessível, constando os principais direitos do consumidor, bem como práticas para repensar o consumo.

**14. Metodologia:**

O Projeto "Informação, Consumo e Tecnologia", no período de sua atuação em 2023.1 e 2023.2, pretende adotar a seguinte metodologia de trabalho:

**1ª Fase:**

- a) Será erguido todo o arcabouço teórico para o desenvolvimento das ações propostas, através da investigação acerca da proteção ao consumidor no Brasil.
- b) Serão realizadas reuniões semanais com todos os extensionistas, no intuito de aprimorar a capacidade crítica acerca do tema, através de minicursos temáticos, envolvendo o professor coordenador e, eventualmente, professores convidados, bem como discussão e reflexão sobre textos, resumos, artigos científicos e jurisprudências concernentes à matéria.
- c) Preparação dos grupos que irão atuar nas Escolas de Ensino Fundamental e Médio, através da organização das oficinas pedagógicas, elaboração de dinâmicas, material didático (textual e audiovisual), bem como outras atividades que envolvam o Direito com o universo da Arte (teatros, vídeos e apresentações educativas) a serem apresentadas ao público-alvo na segunda fase de atuação do Projeto.
- d) Elaboração do cronograma das oficinas pedagógicas, através de visitas às Escolas de Ensino Fundamental e Médio, para o devido agendamento.

**2ª Fase:**

- a) Colocar em prática o conhecimento adquirido na primeira fase do Projeto, através das oficinas pedagógicas realizadas nas Escolas públicas e particulares, de ensino fundamental e médio, da cidade de Cajazeiras/PB e demais localidades que integrem a 9ª Regional de Educação e Cultura.
- b) As oficinas pedagógicas deverão contemplar: 1. Apresentação do Projeto ao público-alvo; 2. Apresentação dos membros (professor e extensionistas); 3. Abordagem da temática a ser trabalhada (através de palestra, teatro, vídeo ou outra apresentação educativa); 4. Divisão de grupos mediante dinâmica; 5. Cada grupo



**FACULDADE CATÓLICA DA PARAÍBA**  
**Instituição Mantida pela Fundação de Ensino Superior de Cajazeiras**

ficará sob a coordenação de uma equipe de extensionistas, que deverá trabalhar questões específicas sobre as interfaces da Educação, do Consumo e da tecnologia (realidade cotidiana; notícias de relevância nacional; decisões judiciais, leis de proteção ao consumidor, e/ou plataformas tecnológicas que estabelecem relação com o consumo); 6. Cada grupo apresentará aquilo que conseguiu produzir, através das reflexões e discussões sobre o conteúdo debatido; 7. Um aluno extensionista fará o aprofundamento do tema, com o intuito de promover a educação para o consumo, sensibilizando o público-alvo acerca dos seus desafios e possibilidades.

- c) Serão realizadas reuniões semanais de avaliação dos trabalhos desenvolvidos.

As reuniões (para o planejamento, estudos, trabalhos e avaliações) serão realizadas na Faculdade Católica da Paraíba. Nessa ocasião, deverá estar presente toda a equipe do Projeto, ocasião em que será computada (em frequência registrada) a presença de todos.

Os alunos serão orientados, pelo Coordenador para a atividade do Projeto e para a pesquisa, bem como para a confecção e publicação de trabalhos acadêmicos. Assim, para a realização do trabalho extensionista serão necessários:

- a) Um Professor Coordenador;
- b) Vinte alunos extensionistas (podendo ser um aluno Bolsista e os demais voluntários).

15. Cronograma de atividades (Informar as atividades a serem executadas)

Mês atividades	MAR	ABR	MAI	JUN	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Aprofundamento Teórico	x	x	x	x					
Oficinas Pedagógicas nas Escolas					x	x	x	x	
Confecção de Materiais e Produção Textual					x	x	x	x	x

16. Referências:

BAUDRILLARD, Jean. **Sociedade de consumo: rumo a uma outra modernidade.** Lisboa: Edições 70 – 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Danos colaterais: desigualdades sociais numa era global.** Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar – 2013.



**FACULDADE CATÓLICA DA PARAÍBA**  
**Instituição Mantida pela Fundação de Ensino Superior de Cajazeiras**

\_\_\_\_\_. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria.** Rio de Janeiro: Zahar – 2008.

ORR, David W. The ecology of giving and consuming. **In: ROSENBLATT (Org.), Consuming desires: Consumption, Culture and the Pursuit of happiness.** Washington: Island press – 1999.

---

**17. Termo de compromisso do solicitante (preenchimento obrigatório)**

Declaro, para fins de direito, conhecer as normas gerais fixadas no Edital N° 01/2024 para chamada de Projetos de Pesquisa e Extensão – 2024, da Faculdade Católica da Paraíba e assumo o compromisso de dedicar-me às atividades durante a vigência do projeto.

Local	Data	Assinatura
Cajazeiras, PB	08/02/2024	Francisco Paulino da Silva Junior