

POSSIBILIDADES DE EFETIVAÇÃO DO DIREITO BÁSICO À INFORMAÇÃO DOS CONSUMIDORES ANALFABETOS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO SOB A PERSPECTIVA DA HIPERVULNERABILIDADE

Mariana Câmara de Araújo¹

Fabício Germano Alves²

Pedro Henrique da Mata Rodrigues Sousa³

Lucas Parente Nobre⁴

Felipe Lucas Medeiros de Oliveira⁵

O presente trabalho versa sobre o direito básico à informação dos consumidores analfabetos no âmbito do comércio eletrônico. No prisma de abordagem desse eixo temático, elucida-se as possibilidades da efetivação dessa premissa, tendo em vista a questão da hipervulnerabilidade dessa classe consumerista. A questão mais problemática diz respeito à área de proteção do dispositivo que consagra esse direito (art. 6º do Código de Defesa do Consumidor - CDC), uma vez que um consumidor analfabeto não consegue ter acesso às informações da mesma forma que uma pessoa com pleno conhecimento da linguagem escrita, sobretudo em um ambiente virtual, que na maioria dos casos utiliza as palavras como representação dos informes principais. O referido dispositivo do CDC instituiu como um direito básico dos consumidores (dentre os quais se encontram igualmente os analfabetos) a informação adequada e clara sobre os produtos e serviços. O propósito deste estudo é a delimitação das possibilidades de efetivação desse princípio básico perante um consumidor tido como hipervulnerável em virtude de sua condição particular de analfabeto. A construção desse trabalho se deu por uma metodologia hipotético-dedutiva, qualitativa e com um viés descritivo acerca do modal temático supracitado. Diante do explicitado, conclui-se que a efetivação do direito básico à informação para a classe de consumidores em pauta somente se dará a partir da instituição de métodos que possibilitem o seu entendimento sobre os dados característicos dos produtos e serviços dentro do contexto do comércio eletrônico, como por exemplo, utilização de mais imagens ilustrativas e até mesmo recursos auditivos, visando o cumprimento homogêneo da norma supracitada.

1 Discente do Curso de Graduação em Direito do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Aluna bolsista de iniciação científica do Projeto de Pesquisa “Proteção jurídica do consumidor no comércio eletrônico (marketplace)” - marrie.camara@yahoo.com.br

2 Especialista em Direito do Consumidor e Relações de Consumo (UNP). Especialista em Docência no Ensino Superior (FMU). Pós-Graduando em Direito Eletrônico pela Estácio. Mestre em Direito (UFRN). Doutor em Sociedad Democrática, Estado y Derecho pela Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU) – Espanha. Professor da Graduação e Pós-Graduação da UFRN. - fabriciodireito@gmail.com

3 Discente do Curso de Graduação em Direito do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Aluno voluntário de iniciação científica do Projeto de Pesquisa “Proteção jurídica do consumidor no comércio eletrônico (marketplace)” - pedro.damatta@outlook.com.br

4 Discente do Curso de Graduação em Direito do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Aluno voluntário de iniciação científica do Projeto de Pesquisa “Proteção jurídica do consumidor no comércio eletrônico (marketplace)” - lucpar14@gmail.com

5 Discente do Curso de Graduação em Direito do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Aluno bolsista de iniciação científica do Projeto de Pesquisa “Proteção jurídica do consumidor no comércio eletrônico (marketplace)” - felipemedeiros@gmail.com

Palavras-chave: Direito básico à informação. Consumidor. Hipervulnerabilidade.