**A PROTEÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR NO E-COMMERCE: ANÁLISE DA APLICABILIDADE E EFETIVIDADE DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA**

**Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul**

**Ciências Sociais Aplicadas - Direito**

**BARBOSA,** Isabelli Cristine 1(isabelli1824@hotmail.com); **NOLASCO,** Loreci Gottshalk 2 (loreci@uems.br).

**RESUMO:** A revolução tecnológica atrelada a rede de comunicação contribuiu significativamente para a mudança cultural das sociedades, principalmente por viabilizar relações sociais de forma dinâmica e instantânea, o que reflete também nas relações de consumo e no comportamento do consumidor. Em virtude da revolução digital, as relações sociais, contratuais, negociais e de consumo, tradicionais, passaram a se concretizar no plano virtual. Essa nova cultura é caracterizada pela sua forma complexa e inovadora. Complexa porque reflete uma sociedade sem vértice nem centro, uma sociedade que evolui, mas que não pode se controlar por si mesma e, inovadora, pois atravessa fronteiras e se materializa no mundo físico. Com a célere expansão da internet, foi possível deslocar dinâmicas sociais já existentes para o âmbito virtual, sendo uma delas o comércio eletrônico. A pesquisa investigou o Comércio Eletrônico, como parte dessa inovação, que se transformou em uma das formas de comércio que mais vêm crescendo no mundo, que, todavia, ao mesmo tempo que produz novas oportunidades, exige do sistema jurídico atenção da legislação na proteção de consumidores, que, cada vez mais, estão concectados ao mundo virtual. A falta de legislação específica e a existência de lacunas em relação à regulamentação dos e-commerces refletem o desafio do Estado e do Direito em estabelecer política que além de serem práticas reais e efetivas, devem potencializar o respeito aos direitos do consumidor e a adequação dos fornecedores e empresas na comercialização de bens e produtos em âmbito virtual. O objetivo do estudo foi analisar a eficácia da legislação brasileira vigente no que diz respeito a proteção do consumidor no comércio eletrônico e na era da sociedade de informação, bem como buscar possíveis respostas de como regular um direito já existente, tendo em vista as novas necessidades do espaço cibernético. Nesse viés, o ordenamento jurídico teve que adequar a sua legislação para tentar regular a nova modalidade de relação comercial, uma vez que os conflitos já existentes também passaram a fazer parte do plano digital. Pode-se citar como fundamento normativo o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990), a Lei do E-commerce (Decreto Federal n.º 7.962 de 15 de março de 2013), o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014), a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018), além do Decreto nº 10.271/20 que estabelece proteção no âmbito do Mercosul. Utilizando o método exploratório e bibliográfico, por meio do levantamento de dados e análises, a pesquisa concluiu que, a defesa do direito do consumidor, os direitos e deveres do fornecedor e a regulamentação dos e-commerces, são medidas essenciais para garantia da dignidade da pessoa. Além de medidas de proteção já adotadas pelo Brasil, a pesquisa destacou a necessidade de criação de políticas públicas ligadas à conscientização do cidadão conectado, principalmente no que diz respeito aos limites e efeitos do ciberespaço, sempre atuando com cautela perante a desigualdade existente entre as partes da relação de consumo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comércio Eletrônico, Leis, Consumidor.

**AGRADECIMENTOS:** Agradecimento ao PIBIC-UEMS/PROPPI pela oportunidade e apoio na realização da pesquisa.