

A NOVA CLASSE MÉDIA BRASILEIRA: A CONFLITUOSA RELAÇÃO ENTRE *E-COMMERCE* E O DIREITO DO CONSUMIDOR (APOIO UNIP)

Aluno: Denis da Silva Eustaquio

Orientadora: Profa. Dra. Camila Barreto Pinto Silva

Curso: Direito

Campus: Chácara Santo Antônio

O Brasil vive momentos de crescimento e expansão que vieram de um posicionamento governamental que facilitou o aumento do poder de compra da população dando surgimento a uma nova classe média, a Classe C. Aliado ao surgimento no poder de compra e à nova classe C, a qual tem grande acesso à internet, cresce exponencialmente a compra no espaço cibernético, o chamado *e-commerce*, que movimentava milhares de reais todos os anos. Porém, não somente cresceu a compra pelo *e-commerce*, mas também a preocupação com essa nova classe média em relação aos direitos que devem gozar a fim de que não sofra danos advindos de fornecedores que tenham, em sua cultura, o engano e a falta de respeito ao consumidor. Sendo assim, além das muitas leis que possuem o ordenamento jurídico, dois instrumentos são utilizados para a proteção: a Lei 8078/1990 – o Código de Defesa do Consumidor – e o Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013. Eles têm por finalidade a proteção intensa do consumidor com a distinção entre os muitos conceitos e direitos para que fique bem claro quais são as figuras que fazem parte do processo de comércio e quais são os responsáveis juridicamente pelos atos no consumo. Portanto, o entendimento cruzado entre a nova Classe C, o Código de Defesa do Consumidor e o *e-commerce* vem ajudar essa nova classe a ter compreensão de que não só possuem o direito à compra, mas também à defesa desta.