

As relações de consumo e comércio eletrônico: a hiperconfiança e os riscos da globalização das desigualdades e da vulnerabilidade

ARAGÃO NETO, D.; LEÃO, A. F. S.

Resumo

Todos os dias, realizamos inúmeros atos de consumo. O exercício “do consumir” aliado à tecnologia dos aplicativos se tornaram uma sofisticada rede de prestações de serviços e aquisição de bens, que se por um lado trazem inúmeros benefícios, também impõem uma significativa potencialidade de vulnerabilidades, tornando o usuário consumidor, detentor de uma hiperconfiança de seus direitos básicos e dados pessoais, desproporcional ao conhecimento dos patrocinadores desse novo universo, a plataforma dos grandes *players* do mercado digital.

Palavras-chave:

Vulnerabilidade. Consumidor. Sociedade de risco.