

SUMÁRIO

Capítulo 1

EVOLUÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR E OS IMPACTOS DAS NOVAS TECNOLOGIAS	23
1.1 Introdução	23
1.2 Evolução histórica da relação de consumo e fundamentos do Direito do Consumidor	24
1.3 O impacto das tecnologias da informação nas relações de consumo.....	28
1.4 Quadro-síntese	33

Capítulo 2

DIREITO DIGITAL DO CONSUMIDOR	35
2.1 Introdução	35
2.2 O ciberespaço	38
2.3 Fundamentação normativa para proteção do consumidor no ciberespaço.....	41
2.3.1 Leis e códigos de programação: um adendo necessário	43
2.4 Diálogo das fontes e a aplicação integrada de normas no ciberespaço	48
2.5 Exemplos normativos relevantes à proteção do consumidor no ciberespaço	51
2.5.1 Código de Defesa do Consumidor	52
2.5.1.1 Decreto nº 7.962/2013: Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.	56

2.5.2	Marco Civil da Internet (Lei n. 12.965/2014).....	57
2.5.3	Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei n. 13.709/2018)...	64
2.5.4	Marco Legal dos Jogos Eletrônicos (Lei n. 14.852/2024).....	73
2.5.5	Estatuto Digital da Criança e do Adolescente (Lei n. 15.211/2025).....	77
2.5.5.1	Decreto nº 12.880/2026: Regulamenta a Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025, que dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais, e institui a Política Nacional de Promoção e Proteção dos Direitos da Criança e do Adolescente no Ambiente Digital	80
2.6	Considerações finais: Direito Digital do Consumidor e a necessária leitura sistêmica das normas.....	81
2.7	Quadro-síntese	83

Capítulo 3

A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO NO CIBERESPAÇO	85
3.1 Introdução	85
3.2 O consumidor no ciberespaço	89
3.2.1 A teoria do finalismo mitigado e sua relevância para a proteção do consumidor no ciberespaço	94
3.2.2 A figura do prosumidor e os produtos e serviços aparentemente gratuitos no ciberespaço	99
3.3 O Fornecedor no ciberespaço	102
3.3.1 Lojas virtuais	105
3.3.2 Marketplaces	106
3.3.3 Redes sociais digitais	109
3.3.3.1 Os influenciadores digitais.....	113
3.3.4 Plataformas digitais de acesso (Gatekeepers).....	117
3.4 Produtos e serviços no ciberespaço	120
3.4.1 Bens digitais, blockchain e non-fungible tokens (NFTs).....	125
3.4.2 Internet das coisas e a simbiose entre produtos e serviços.....	131
3.5 Considerações finais: A reconfiguração da relação de consumo no ciberespaço	135
3.6 Relação jurídica de consumo: Ambiente analógico x Ambiente Digital	137
3.7 Quadro-síntese	137

Capítulo 4

O CONTRATO DE CONSUMO NO CIBERESPAÇO.....	139
4.1 Introdução	139
4.2 Contrato eletrônico	141
4.2.1 Contratos inteligentes (Smart contracts).....	145
4.2.2 Contratos algorítmicos.....	150
4.2.3 Termos de uso e termos de serviço	151
4.3 A desmaterialização contratual no ciberespaço	154
4.4 A manifestação do consentimento nos contratos eletrônicos	159
4.5 A boa-fé objetiva nos contratos eletrônicos.....	163
4.6 O direito de arrependimento nos contratos eletrônicos.....	167
4.7 Considerações finais: riscos e validade dos contratos de consumo no ciberespaço.....	172
4.8. Contrato de Consumo: Ambiente Analógico x Ambiente Digital	175
4.9 Quadro-síntese	175

Capítulo 5

A CIBERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR.....	177
5.1 Introdução	177
5.2 A cibervulnerabilidade como espécie de hipervulnerabilidade.....	183
5.3 O agravamento das vulnerabilidades do consumidor no ciberespaço	188
5.3.1 Vulnerabilidade fática	191
5.3.2 Vulnerabilidade técnica.....	193
5.3.3 Vulnerabilidade jurídica	196
5.3.4 Vulnerabilidade informacional.....	198
5.3.5 Vulnerabilidade algorítmica	200
5.4 Cibervulnerabilidade e hipossuficiência.....	205
5.5 Considerações finais: cibervulnerabilidade e a necessidade de re-leitura do sistema protetivo.....	207
5.6 Quadro-síntese	209

Capítulo 6

RESPONSABILIDADE CIVIL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO NO CIBERESPAÇO.....	211
6.1 Introdução	211
6.2 Prática abusiva no ciberespaço: a conduta do fornecedor.....	221
6.3 Novos danos e o consumo no ciberespaço	224
6.4 O nexo causal estrutural no ciberespaço	231
6.5 Considerações finais: responsabilidade civil, risco e tutela do consumidor no ciberespaço.....	237
6.6 Responsabilidade Civil: Ambiente Analógico x Ambiente Digital	239
6.7 Quadro-síntese	239

Capítulo 7

JURISPRUDÊNCIA APLICADA AO DIREITO DIGITAL DO CONSUMIDOR: ANÁLISE DE CASOS SELECIONADOS	241
7.1. Introdução	241
7.2 Vulnerabilidade agravada do consumidor no ciberespaço	242
7.3 Vazamento de dados do consumidor	245
7.4 Discriminação algorítmica e geodiscriminação.....	251
7.5 Validade da manifestação de consentimento no ciberespaço	253
7.6 Ferramentas de Inteligência Artificial	261
7.7 Exclusão de perfis em redes sociais.....	265
7.8 Responsabilidade das plataformas de marketplace	270
7.9 Finalismo mitigado no ciberespaço	272
7.10 Renovação automática de serviços digitais.....	274
7.11 Venda casada de bens digitais	278
7.12 Dificultação deliberada do direito de arrependimento	279
7.13 Internet como serviço essencial.....	281
7.14 Desindexação em mecanismos de pesquisa.....	284
7.15 Desvio produtivo do consumidor em ambiente digital	287
7.16 Considerações finais: a tutela do consumidor no ciberespaço.....	289

Capítulo 8

GUIA PRÁTICO DE TESES ESTRUTURAIS APLICADAS AO DIREITO DIGITAL DO CONSUMIDOR.....	293
8.1 Introdução	293
8.2 Reconhecimento da cibervulnerabilidade como vulnerabilidade agravada (hipervulnerabilidade) do consumidor que atua no ciberespaço.....	294
8.3 Distinção entre vulnerabilidade presumida e hipossuficiência técnica no ambiente digital.....	298
8.4 Responsabilidade do fornecedor pela arquitetura digital.....	302
8.5 Reconhecimento do nexo causal estrutural no ciberespaço	305
8.6 Aplicação aprofundada do Código de Defesa do Consumidor a marketplaces e plataformas digitais.....	308
8.7 Invalidade do consentimento meramente formal no ambiente digital.....	312
8.8 Direito de arrependimento como regra geral nas contratações digitais	315
8.9 Reconhecimento dos danos extrapatrimoniais no ciberespaço	318
8.10 Diálogo das fontes em chave protetiva no Direito Digital do Consumidor	321
8.11 Reconhecimento do Direito Digital do Consumidor como ramo autônomo orientador da decisão judicial.....	325
8.12 Quadro-síntese	328
QUADRO-RESUMO	330
CONCLUSÃO	333
REFERÊNCIAS	337