

SUMÁRIO

PREFÁCIO	5
1. INTRODUÇÃO	13
2. VULNERABILIDADE(S) DO CONSUMIDOR.....	17
2.1. Digressão histórica sobre o desenvolvimento do direito do consu- midor	17
2.2. O princípio da vulnerabilidade do consumidor	23
2.2.1. Vulnerabilidade e hipossuficiência, uma necessária distin- ção	29
2.3. Vulnerabilidade do consumidor e princípio da isonomia	31
2.4. As diversas formas de vulnerabilidade do consumidor	36
2.4.1. Vulnerabilidade fática	37
2.4.2. Vulnerabilidade técnica	38
2.4.3. Vulnerabilidade jurídica	39
2.4.4. Vulnerabilidade informacional	40
2.4.5. Vulnerabilidade algorítmica	41
2.4.6. Outras formas de vulnerabilidade	43
3. HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR.....	47
3.1. Da vulnerabilidade à hipervulnerabilidade	47
3.2. O princípio da igualdade material e os fatores para o reconheci- mento da hipervulnerabilidade	52

3.3. O consumidor hipervulnerável na jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça	57
3.3.1. Consumidores idosos	58
3.3.2. Consumidores crianças e adolescentes	61
3.3.3. Outros casos de consumidores hipervulneráveis	63
3.4. Considerações e perspectivas sobre a hipervulnerabilidade do consumidor	66
4. O CONSUMIDOR NO CIBERESPAÇO	71
4.1. O que é o ciberespaço?	71
4.1.1. Informática, internet, digital e virtual: premissas para compreensão do que é o ciberespaço	71
4.1.2. Ciberespaço: conceito e características	77
4.2. A ambivalência da técnica e o ciberespaço	83
4.3. Ciberespaço: um ambiente hostil aos consumidores	89
4.4. Ciberespaço e a coleta de dados pessoais dos consumidores	97
5. CIBERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR	105
5.1. Conceito de cibervulnerabilidade	105
5.2. Fundamentos para o reconhecimento da cibervulnerabilidade	113
5.2.1. O agravamento da vulnerabilidade fática no ciberespaço	114
5.2.2. O agravamento da vulnerabilidade técnica no ciberespaço	117
5.2.3. O agravamento da vulnerabilidade jurídica no ciberespaço	120
5.2.4. O agravamento da vulnerabilidade informacional no ciberespaço	122
5.2.5. O agravamento da vulnerabilidade algorítmica no ciberespaço	124
5.3. Perspectivas para a tutela do consumidor cibervulnerável	128
5.3.1. Panorama normativo brasileiro sobre a tutela dos consumidores cibervulneráveis	130

5.3.2. Inspiração no direito comparado	135
5.3.3. Cenário atual e perspectivas para uma tutela adequada dos consumidores cibervulneráveis	139
6. CIBERVULNERABILIDADE NA PRÁTICA: DESAFIOS E SOLUÇÕES	143
6.1. Redes sociais e cibervulnerabilidade	143
6.2. Jogos eletrônicos em rede e cibervulnerabilidade	150
6.3. Comércio eletrônico em rede e cibervulnerabilidade	157
7. CONCLUSÕES	165
REFERÊNCIAS	167