

Coordenadores:

Dennis Verbicaro

Loiane Verbicaro

Janaína Vieira

Autores:

Alexandre Rocha do Carmo	Glacus Bedeshi
Amanda Flavio de Oliveira	Isabelle de Assunção Rodrigues
Bruno Brasil de Carvalho	Janaína do Nascimento Vieira
Caio Gabriel Motta	João Pedro Leite Barros
Camille da Silva Azevedo Ataíde	Letícia de Oliveira Borba
Cristina Pires Teixeira de Miranda	Loiane Verbicaro
Daniel Farage Filho	Lorena de Fátima Amaral Esteves
Dennis Verbicaro	Lorenzo M. Bujosa Vadell
Elísio Augusto Velloso Bastos	Luiz Alberto G.S Rocha
Evandro Luan de Mattos Alencar	Luíza Nobre Maziviero
Fábio Schwartz	Pastora do Socorro Teixeira Leal
Felipe Guimarães de Oliveira	Vanessa Maria Dias Montão
Gabriela Ohana	

DIREITO DO CONSUMIDOR DIGITAL

APRESENTAÇÃO: CLAUDIA LIMA MARQUES

PREFÁCIO: OSCAR IVAN PRUX

EDITORA LUMEN JURIS

RIO DE JANEIRO

2020

Copyright © 2020 by Dennis Verbicaro
Loiane Verbicaro
Janaína Vieira

Categoria: Direito do Consumidor

PRODUÇÃO EDITORIAL
Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Diagramação: Rômulo Lentini

A LIVRARIA E EDITORA LUMEN JURIS LTDA.
não se responsabiliza pelas opiniões
emitidas nesta obra por seu Autor.

É proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer
meio ou processo, inclusive quanto às características
gráficas e/ou editoriais. A violação de direitos autorais
constitui crime (Código Penal, art. 184 e §§, e Lei nº 6.895,
de 17/12/1980), sujeitando-se a busca e apreensão e
indenizações diversas (Lei nº 9.610/98).

Todos os direitos desta edição reservados à
Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Impresso no Brasil
Printed in Brazil

1178420

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO-NA-FONTE

D598d

Direito do consumidor digital / coordenadores: Dennis Verbicaro,
Loiane Verbicaro, Janaína Vieira. – Rio de Janeiro : Lumen Juris, 2020.
388 p. ; 23 cm.

Inclui bibliografia.

ISBN 978-65-5510-096-9

1. Direito do consumidor. 2. Inteligência artificial. 3. Redes sociais.
4. Direito à privacidade. 5. Mediação. I. Verbicaro, Dennis. II. Verbicaro,
Loiane. III. Vieira, Janaína. IV. Título.

CDD 343

Ficha catalográfica elaborada por Ellen Tuzi CRB-7: 6927

Sumário

Capítulo 1 – Inteligência Artificial e Economia Digital

Por um Clique: Como a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais Possibilita o “Consentimento Involuntário” de Fornecimento de Informações de Particulares à Empresas	3
<i>Luiz Alberto G. S. Rocha</i>	
<i>Luiza Nobre Maziviero</i>	
O Uso da Tecnologia nos Serviços Médicos, suas Implicações Bioéticas e a Proteção do Consumidor	25
<i>Camille da Silva Azevedo Ataíde</i>	
<i>Evandro Luan de Mattos Alencar</i>	
Inclusão Financeira Digital e Endividamento dos Consumidores no Mercado Brasileiro	55
<i>Felipe Guimarães de Oliveira</i>	
Fintechs, Regulação e Bem-estar do Consumidor	83
<i>Amanda Flávio de Oliveira</i>	
<i>Glacus Bedeschi</i>	
Análise Econômica da Responsabilização Civil das Plataformas Virtuais na Economia Compartilhada	103
<i>Fabio Schwartz</i>	
Sociedade em Rede, Novas tecnologias, Privacidade, Consumo e Vulnerabilidade: Necessidade de Proteção Eficiente do Consumidor no Ambiente das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação.....	125
<i>Elísio Augusto Velloso Bastos</i>	
<i>Cristina Pires Teixeira de Miranda</i>	

Capítulo 2 – Redes Sociais e Assédio de Consumo

O Paradoxo entre o Assédio de Consumo e a Intimidade na Sociedade do Espetáculo	157
<i>Bruno Brasil de Carvalho</i>	
<i>Pastora do Socorro Teixeira Leal</i>	
O Direito ao Esquecimento nas Mídias Sociais: uma Análise dos Reflexos na Vida Privada	175
<i>Lorena de Fátima Amaral Esteves</i>	
<i>Loiane Prado Verbicaro</i>	
As Inquietações Envolvendo a Privacidade Virtual e os Dados Pessoais na Era dos Influenciadores Digitais	199
<i>Dennis Verbicaro</i>	
<i>Daniel Farage Filho</i>	
<i>Vanessa Maria Dias Montão</i>	
A Vulnerabilidade do Gênero Feminino no Ambiente Virtual: Um Mal Antigo no Novo Mercado	221
<i>Alexandre Rocha do Carmo</i>	
<i>Caio Gabriel Motta</i>	
O Assédio de Consumo no Ambiente Virtual Diante da Hipervulnerabilidade da Gestante	243
<i>Isabelle de Assunção Rodrigues</i>	

Capítulo 3 – Empoderamento Virtual do Consumidor, Mediação Online e Novas Ferramentas para a Solução dos Conflitos de Consumo

<p>A Mediação online como Ferramenta de Empoderamento do Consumidor ou Estratégia Utilitarista para a Redução das Demandas de Consumo? 263</p> <p><i>Dennis Verbicaro</i></p> <p><i>Gabriela Ohana</i></p> <p><i>Janaína do Nascimento Vieira</i></p>	263
<p>Consumidor Digital – Perspectivas 295</p> <p><i>João Pedro Leite Barros</i></p> <p><i>Letícia de Oliveira Borba</i></p>	295
<p>¿De qué Hablamos Cuando Hablamos de Procesos Colectivos?..... 315</p> <p><i>Lorenzo M. Bujosa Vadell</i></p>	315