



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE DIREITO
Programa de Graduação em Direito

LUIZ SERGIO MIRANDA SILVA URTUBENY FILHO

**RESPONSABILIDADE CIVIL DOS FORNECEDORES DE
SERVIÇOS DE ECONOMIA COMPARTILHADA: o papel do
sistema nacional de defesa do consumidor.**

Salvador

2018

LUIZ SERGIO MIRANDA SILVA URTUBENY FILHO

**RESPONSABILIDADE CIVIL DOS FORNECEDORES DE SERVIÇOS DE
ECONOMIA COMPARTILHADA: o papel do Sistema Nacional de Defesa do
Consumidor.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito, Faculdade de Direito da Universidade Federal da Bahia.

Orientadora: Prof.^a Dra. Joseane Suzart Lopes da Silva.

Salvador

2018

LUIZ SERGIO MIRANDA SILVA URTUBENY FILHO

**RESPONSABILIDADE CIVIL DOS FORNECEDORES DE SERVIÇOS
DE ECONOMIA COMPARTILHADA: o papel do Sistema Nacional de
Defesa do Consumidor.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado
como requisito parcial para obtenção do título
de Bacharel em Direito, Faculdade de Direito
da Universidade Federal da Bahia.

Orientadora: Prof.^a Dra. Joseane Suzart Lopes
da Silva.

15 de dezembro de 2018

BANCA EXAMINADORA:

Joseane Suzart Lopes da Silva – Orientadora _____
Doutora em Direito pela Universidade Federal da Bahia.
Universidade Federal da Bahia

Tiago Silva de Freitas _____
Mestre em Direito pela Universidade Federal da Bahia.
Universidade Federal da Bahia

Pedro Lino de Carvalho Júnior _____
Mestre em Direito pela Universidade Federal da Bahia e Doutor em Filosofia pela
Universidade Federal da Bahia.

URTUBENY FILHO, Luiz Sergio Miranda Silva. *Responsabilidade civil dos fornecedores de serviços de economia compartilhada: o papel do sistema nacional de defesa do consumidor na busca pela solução ágil de conflitos e restituição dos danos na comarca de Salvador-BA*. Monografia (Bacharelado) – Faculdade de Direito, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018.

RESUMO

O presente trabalho visa abordar a problemática da responsabilidade civil nos contratos de economia compartilhada via aplicativos e websites e os métodos utilizados para resolução de conflitos na comarca de Salvador – BA. Analisar-se-á inicialmente o contexto histórico e o surgimento dessa modalidade econômica, a fim de situar o leitor acerca dos principais acontecimentos que corroboraram para o seu nascimento e consolidação. Em seguida, buscar-se-á conceituar essa nova relação de mercado, demonstrando a sua formação, os seus agentes e o seu objeto. Por conseguinte, adentrando, no segundo capítulo, no subtema da responsabilidade civil, faz-se necessário apontar que, para compreensão de tal instituto, realizar-se-á, em primeiro lugar, a delimitação dos sujeitos envolvidos nesses trâmites negociais a fim de verificar a sua adequação aos elementos elencados pelo Código de Defesa do Consumidor como fundamentais à caracterização da relação de consumo. Por fim, no terceiro capítulo será analisada o papel do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e de seus agentes na promoção da proteção e educação dos consumidores no âmbito das relações de economia compartilhada.

PALAVRAS - CHAVE: ECONOMIA COMPARTILHADA; RESPONSABILIDADE CIVIL; COMÉRCIO ELETRÔNICO; SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR; DIREITO DO CONSUMIDOR.

URTUBENY FILHO, Luiz Sergio Miranda Silva. Civil responsibility of providers of sharing economy services: the role of the National Consumer Protection System in

the quest for an agile conflict resolution and restitution of damages in the Salvador-Bahia region. Monograph (Bachelor) – Faculdade de Direito, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018.

ABSTRACT

The present work deals with problem of civil responsibility in the contracts of shared economy through applications and websites and the methods used to solve conflicts in the region of Salvador - Bahia. We will first analyze the historical context and the emergence of this economic modality, in order to situate the reader about the main events that corroborated for its birth and consolidation. Next, we will seek to conceptualize this new market relation, demonstrating its formation, its agents and its object. Therefore, in the second chapter of the sub-theme of civil responsibility, it is necessary to point out that, in order to understand this institute, it will be firstly the delimitation of the subjects involved in these negotiations, in order to verify its adequacy to the elements listed by the Consumer Defense Code as fundamental to the characterization of the consumption relation. Finally, the third chapter will analyze the role of the National System of Consumer Protection and its agents in the promotion and protection of consumers in the framework of shared economic relations.

KEYWORDS: SHARED ECONOMY; CIVIL RESPONSABILITY; E-COMMERCE; NATIONAL CONSUMER PROTECTION SYSTEM; CONSUMER LAW.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 CONTEXTO HISTÓRICO E DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA COMPARTILHADA.....	12
2.1 DA ERA DA INTERNET E DO SURGIMENTO DAS PLATAFORMAS DE ECONOMIA COMPARTILHADA.....	12
2.2 POR UM CONCEITO DE ECONOMIA COMPARTILHADA CONTEMPORÂNEA.....	16
2.3 RELEVÂNCIA SOCIAL DA CONFIANÇA NA ECONOMIA COMPARTILHADA.....	19
2.4 DOS CONTRATOS NAS PLATAFORMAS DE ECONOMIA COMPARTILHADA.....	23
3 DA RESPONSABILIDADE CIVIL NAS RELAÇÕES DE ECONOMIA COMPARTILHADA.....	30
3.1 DOS SUJEITOS DAS RELAÇÕES DE ECONOMIA COMPARTILHADA.....	31
3.2 DOS FORNECEDORES NA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO.....	34
3.3 DAS CARACTERÍSTICAS DE RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE ECONOMIA COMPARTILHADA.....	39
4 DO SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	43
4.1 CONSIDERAÇÕES GERAIS.....	44
4.2 DOS INTEGRANTES DO SISTEMA NACIONAL DE PROTEÇÃO DOS CONSUMIDORES.....	48
4.3 DO PAPEL DA SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA.....	52
4.4 ANÁLISE DO PANORAMA ATUAL E SUGESTÕES DE INICIATIVAS A SEREM TOMADAS.....	56
5. CONCLUSÃO.....	60
REFERÊNCIAS.....	64

1 INTRODUÇÃO

No contexto atual da sociedade globalizada, mais precisamente após o advento da internet, do surgimento das redes sociais e dos aplicativos de *smartphones*, as relações econômicas e as interações entre os indivíduos vêm se tornando cada vez mais dinâmicas e diversificadas trazendo ao Direito diversos desafios face à complexidade dessas inovações. O comércio eletrônico, já consolidado e, a cada dia, mais forte, abre margem a novas perspectivas, funcionando com um importante facilitador de operações e impulsionador de iniciativas criativas. Nesse cenário, onde a agilidade e a eficiência são objetivos primordialmente buscados pelos usuários da rede mundial de computadores, surge uma modalidade de economia que foge aos padrões convencionais de comércio: a economia compartilhada.

No Brasil, mais especificamente na comarca de Salvador, plataformas como a Uber, o 99Pop e o *Airbnb*, já são uma realidade no cotidiano dos consumidores. As duas primeiras funcionando como grandes organizadoras do serviço de transporte realizado por particulares, os quais, com o seu tempo livre conseguem auferir renda e, ao mesmo tempo, estimular o mercado de transportes, oferecendo aos consumidores mais uma alternativa para deslocamento. Já esta última, como organizadora de um serviço semelhante ao de hotelaria, oportuniza aos particulares (possuidores ou proprietários de imóvel em desuso) o aluguel de seus imóveis por curtos períodos de tempo.

Contudo, sabe-se que nem sempre o ordenamento jurídico e os aplicadores do Direito estão preparados para enfrentar as situações jurídicas que surgem a partir dessas novas experiências mercadológicas, fazendo-se necessário um estudo mais aprofundado das ferramentas já existentes a fim de abarcar contemplar a proteção dos jurisdicionados. Imprescindível, então, o estudo acerca desses novos agentes de mercado e das particularidades das relações travadas com os consumidores neste meio. Nesse sentido, o presente trabalho se destina ao estudo dos principais aspectos que permeiam a *sharing economy*, trazendo à tona as suas principais características, e os principais problemas advindos dessas relações, prezando-se aqui por soluções alternativas à via judicial.

Com vistas ao acompanhamento dessas mudanças, e atentando-se aos diversos efeitos no mundo jurídico, alguns questionamentos são inevitáveis. Pergunta-se: em que consistem essas novas figuras de mercado? Qual(is) o(s) papel(éis) dos seus personagens? Quais são os seus direitos e deveres? De que forma vem se desenvolvendo essas relações no mundo jurídico? Como vem sendo realizada a proteção dos consumidores? Como delimitar a responsabilidade civil nessas relações? Qual o papel do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) face essa nova modalidade? O presente trabalho, dividido em três capítulos, busca responder a esses questionamentos e trazer uma visão acerca dos principais aspectos que permeiam a economia compartilhada.

No primeiro capítulo, analisar-se-á inicialmente o contexto histórico e o surgimento dessa modalidade econômica, a fim de situar o leitor acerca dos principais acontecimentos que corroboraram para o seu nascimento e consolidação. Em seguida, buscar-se-á conceituar essa nova relação de mercado, demonstrando a sua formação, os seus agentes e o seu objeto. Por conseguinte, adentrando, no segundo capítulo, no subtema da responsabilidade civil, faz-se necessário apontar que, para compreensão de tal instituto, realizar-se-á, em primeiro lugar, a delimitação dos sujeitos envolvidos nesses trâmites negociais a fim de verificar a sua adequação aos elementos elencados pelo Código de Defesa do Consumidor como fundamentais à caracterização da relação de consumo. Por fim, no terceiro capítulo será analisado o papel do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e de seus agentes na promoção da proteção e educação dos consumidores no âmbito das relações de economia compartilhada.

Utilizar-se-á, no presente trabalho, como métodos científicos os de indução e dedução conforme Miracy Barbosa de Sousa Gustin. No que diz respeito ao método jurídico, utilizar-se-á os métodos hermenêutico e argumentativo. No que tange ao método sociológico serão adotados os métodos de monografia e estudo de caso. A linha metodológica será a crítico-metodológica. Optou-se pela utilização tipo de investigação: jurídico exploratório, jurídico-projetiva e jurídico-propositiva. O método teórico metodológico será o jurídico sociológico. Ao tipo de pesquisa, aplicar-se-á o exploratório. Elegeu-se como procedimentos técnicos, o bibliográfico e o documental. A natureza da abordagem será a pesquisa aplicada. E, por fim, a forma de abordagem será qualitativa.

2 CONTEXTO HISTÓRICO E DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA COMPARTILHADA

Inicialmente faz-se necessário apontar o desenvolvimento e as principais características das relações obrigacionais no ambiente virtual, tendo em vista a pluralidade de elementos que compõem os contratos digitais, com foco nos vínculos realizados através de plataformas de economia compartilhada. Por conseguinte, serão analisadas as formas que se apresentam (dada a diversidade de figuras contratuais eletrônicas e tipos de plataformas), haja vista que, muitas vezes, fogem dos padrões de contratos já conhecidos no universo jurídico, bem como as problemáticas que circundam essas modalidades. Ultrapassada essa análise, buscar-se-á compreender os seus mecanismos, alicerces e as principais ferramentas que instrumentalizam esses acordos de vontade e sedimentam tais relações obrigacionais¹.

2.1. DA ERA DA INTERNET E DO SURGIMENTO DAS PLATAFORMAS DE ECONOMIA COMPARTILHADA

O mundo globalizado, entendido como aquele capaz de proporcionar a mobilidade de informações e interações humanas em tempo real, tem como principal ferramenta de concretização a Internet. Também conhecida como a grande rede, possui a capacidade de permitir aos indivíduos disposição instantânea de imagens, sons, vídeos e diversos outros arquivos formados nesse universo virtual. A origem da Internet remonta aos anos 1960, durante a Guerra Fria, quando o governo norte-americano deu vida ao projeto ARPANET (“Advanced Research Projects Agency”), no sentido de uma ligação entre computadores militares e industriais, em 1969, por intermédio da rede telefônica, de modo a prevenir um possível ataque nuclear, inexistindo, em razão de tal preocupação, um centro de controle único a ser destruído².

¹ MUCELIN, Guilherme. *Peers Inc.: A nova Estrutura da Relação de Consumo na Economia Compartilhada*. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 118, ano 27, p. 77-126, jul-ago, 2017.

² MARTINS, Guilherme Magalhães. *Contratos eletrônicos de consumo*. 3. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2007, p.25.

A rede fora ganhando espaço nas universidades e centros acadêmicos e, a partir da década de 1990, saiu de tais círculos³, “passando a figurar como meio à ampla disposição dos consumidores para aquisição de bens corpóreos ou incorpóreos ou serviços, a título oneroso, ganhando foro de verdadeiro mercado”⁴, deixando de ser, portanto, um simples meio de comunicação e transmissão de dados. A velocidade das comunicações teve um alto crescimento no final da década de 1980 dando origem a era da *Web 1.0*, através do surgimento da tecnologia por satélite, criação da fibra ótica e da internet a cabo.⁵

No ano de 2001, a rede sofreu uma grande transformação, eclodindo o movimento denominado *Web 2.0*, “a segunda versão da *World Wide Web*, que, em tese refundou a própria rede mundial de computadores”⁶ ao modificar o paradigma que se tinha à época e “transformá-la em uma espécie de plataforma movida pelo usuário, que ‘insere ‘voluntariamente’ o conteúdo maciço que hoje circunda na Internet.”⁷ Num terceiro momento, “chega-se à *Web 3.0* ou *Web semântica*, permitindo a organização e o uso inteligente do todo o material disponibilizado na rede” através do agrupamento “das páginas por temas assuntos e interesses, por intermédio de aplicações que se comuniquem entre si e possam ser executadas em qualquer dispositivo, tanto em microcomputadores quanto em telefones móveis”⁸ abrindo portas para a criação de programas e aplicativos.

Atualmente, a implementação de dados sem fio pelas operadoras de celular, e a viabilização da conexão de aparelhos celulares com a internet, possibilitam que os indivíduos se conectem em velocidades, cada vez maiores, utilizando tecnologias como o 3G ou 4G. Somado a isso o desenvolvimento do sistema de GPS proporciona que as pessoas possam saber, em tempo real, a localização uns dos outros, fator que viabiliza, por exemplo, a facilidade de entrega de produtos e prestação de serviços em locais diversos. Assim, como afirma Guilherme Magalhães Martins, o impacto econômico desse novo contexto é enorme, destacando o autor, tanto “os benefícios para o aumento da eficiência dos negócios, por meio da análise

³ Sobre o Tema: CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet*. Trad. Maria Luiza X. de A. Bores. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

⁴ MARTINS, Guilherme Magalhães. *Contratos eletrônicos de consumo*. 3. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2007, p.26.

⁵ Idem, p. 25-26.

⁶ Ibidem, p. 27.

⁷ Ibidem.

⁸ Ibidem.

de dados e decisões em tempo real, como para as indústrias que fazem parte da cadeia de suprimentos do setor de telecomunicações”, constatando-se, portanto, uma revolução no sistema econômico.

O sistema capitalista, conforme leciona Amanda Flávio, que tem como um dos seus pilares a oferta de produtos e serviços no mercado e o estímulo ao consumo, necessitava vencer duas barreiras para o avanço das empresas: o alto custo de investimento em publicidade – que inviabilizava o conhecimento dos bens que ofereciam- e a distância – fator que impunha às vezes fretes “por vezes proibitivos para o acesso a alguns deles”.⁹ A Internet surge, assim, como uma ferramenta apta a derrubar esses obstáculos, assumindo um papel fundamental na para essa nova forma de comercializar.

As primeiras interações comerciais via rede mundial de computadores, começaram, então, a surgir adotando uma feição muito similar às relações contratuais clássicas.¹⁰ A compra e venda de bens móveis pela via eletrônica se tornou, então, uma realidade e, através de *websites* como o MercadoLivre, eBay, que se colocam como responsáveis pelo auxílio na comunicação entre usuários que intentam vender mercadorias e os que se interessam por comprá-las, o consumidor passou a ter a possibilidade de, em questão de segundos, realizar compras antes condicionadas ao uso de telefone ou à presença física.

Nesse contexto, todo investimento em infraestrutura física e digital feito por décadas pela humanidade descortina, agora, novos modelos de negócios, que exploram a abundância de bens e serviços no mundo, conectando de forma instantânea e inteligente a oferta com a demanda, através de redes que transcendem fronteiras nacionais¹¹. Passou-se a admitir, em função da qualidade das partes contratantes, diversas modalidades de negócio, podendo-se falar em relações empresariais – B2B (*business to business*) -, de consumo – B2C (*business to consumer*) – ou civil – C2C (*consumer to consumer*).

O olhar social solidário, alinhado com a era digital, faz surgirem grandes inovações despertando e aguçando a comunidade internacional para iniciativas de

⁹ OLIVEIRA, Amanda Flavio de. Economia colaborativa e os desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, v. 115, p. 479-495, ano 27, jan-fev, 2018, p. 481.

¹⁰ Sobre o tema: GOMES, Orlando; BRITO, Edvaldo (org.); AZEVEDO, Antonio Junqueira de (atual.); MARINO Francisco Paulo de Crescenzo (atual.). *Contratos*. 26. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2009.

¹¹ SCHWARTZ, Fabio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 111, p. 221-246, ano 26, mai-jun, 2017, p. 222.

economia solidária e consumo colaborativo, como bancos populares, sistemas de trocas ou clubes de trocas e associações sem fins lucrativos¹². Como afirma Schwartz, na atualidade, como os valores de outrora estão em crise (tal como a família, a política e a religião), é possível que estejamos no limiar do resgate da solidariedade social, com a intensificação de valores comuns e o fortalecimento de relações de cooperação, e a economia compartilhada está no centro deste processo, onde a confiança ganha relevo como nunca antes.¹³

Esta conexão em uma imensa rede global já começa a se tornar realidade, bastando observar a denominada economia compartilhada, a qual abandona o modelo capitalista de propriedade privada, em que a atividade econômica é reunida verticalmente sob um mesmo teto para alcançar economias em escala. Nesta nova fase – com menos capital de financiamento e mais capital social; através de um sistema em escala lateral e não vertical; por intermédio de gestão de bens comuns – surge uma nova sociedade, desenhada para ser cada vez mais distributiva, aberta, cooperativa e conectada, alavancando um novo modo de consumo: o compartilhado (ou colaborativo).¹⁴

A ideia de uma produção em massa e acúmulo de produtos, vem gradativamente perdendo espaço nos dias de hoje face a busca pelo aproveitamento máximo dos bens já existentes e em sua maioria subutilizados. Através do compartilhamento destes produtos – como carros e ferramentas de trabalho - e do fornecimento de serviços – como o de motorista e de anfitrião -, diversos particulares vêm reinventando a dinâmica mercadológica e estimulando a economia através de simples aplicativos de celular e *websites*. Fenômenos como o desemprego e o fortalecimento da preservação dos recursos naturais na busca por um meio ambiente mais equilibrado e sustentável, atrelados a uma diminuição significativa nos custos de produção e fornecimento, tornam essa modalidade econômica, cada vez mais, rentável e vantajosa tanto para as plataformas quanto para os seus usuários.

¹² MELLER-HANICH, Caroline. *Economia compartilhada e a proteção do consumidor*. Trad. Ardyllis Soares. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 105, p. 19-31, ano 25, mai-jun. 2016.

¹³ SCHWARTZ, Fabio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 111, p. 221-246, ano 26, mai-jun, 2017, p. 232.

¹⁴ KRAMER, Bryan. *Shareology: how sharing is powering the human economy*. New York: Morgan James Publishing, 2016, p. 7.

De forma sintética, essas relações acontecem da seguinte maneira: um particular, possuidor de um bem (móvel ou imóvel), ou que possua uma determinada habilidade, se propõe a oferecer a utilização daquele por um determinado período, ou prestar um serviço a um outro indivíduo com base nesta, mediante remuneração, através de um sítio eletrônico ou plataforma digital. A plataforma ou o *website*, por sua vez, organiza essas interações e proporciona a ligação entre esses dois particulares, formando-se, assim uma relação triangular entre esses agentes, para concretização de uma determinada atividade econômica.

Eclode, dessa maneira, um novo modelo econômico, mais aberto e cooperativo, onde a confiança ganha posição central nas relações humanas, que é a economia compartilhada. Nesta nova economia, o acesso aos bens e serviços no mercado de consumo torna-se menos oneroso e, conseqüentemente, mais democrático¹⁵.

2.2. POR UM CONCEITO DE ECONOMIA COMPARTILHADA CONTEMPORÂNEA

As plataformas de economia compartilhada vêm desempenhando um papel revolucionário nos dias atuais no que diz respeito à forma de consumir. Esses atores, na medida em que disponibilizam aos indivíduos um espaço capaz de lhes proporcionar a obtenção de lucro com o melhor aproveitamento dos seus bens, até então subutilizados, ou o aproveitamento do seu tempo livre para angariar uma renda extra, estimulam a economia e propulsionam o mercado. Além disso, beneficiam os consumidores, posto que lançam no mercado o uso de produtos e serviços por preços mais baixos aos reinventando a forma de consumir¹⁶.

As novas políticas de consumo, lastreadas nas ideias de sustentabilidade, reaproveitamento dos objetos e otimização dos bens, vêm, juntamente com a solidariedade presente nos indivíduos, abrindo portas ao chamado consumo colaborativo. Busca-se adequar equilibrar o lucro com o aproveitamento máximo dos produtos já existentes, ao invés de se estimular a produção em massa de novos

¹⁵ SCHWARTZ, Fabio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 111, p. 221-246, ano 26, mai-jun, 2017, p. 222.

¹⁶ CHASE, Robin. *Economia Compartilhada: Como pessoas e plataformas da Peers Inc. estão reinventando o capitalismo*. São Paulo: HSM, 2015, p.72-75.

bens que poderiam, com o passar do tempo, serem descartados sem que extraísse deles um enorme potencial.¹⁷

Tal tendência contribui não apenas para um meio ambiente equilibrado, como também estimula a economia, na medida em que vão surgindo novas opções de obtenção de renda àqueles que se encontram em dificuldade financeira, como, por exemplo, os que possuem um carro e se encontram desempregados, ou são donos de imóveis com espaços que não vem sendo utilizados.

Grande parte das plataformas disponibiliza produtos e serviços a nível local, todavia, observa-se que “os participantes desses mercados não precisam mais viver na mesma cidade, encontrar-se no mesmo mercado ou falar o mesmo idioma.”¹⁸ Constata-se, então, que os requisitos para se tornar um participante desse cenário não são tão difíceis de serem cumpridos, tendo em vista que nos mercados de plataformas de pares, “quase qualquer pessoa com acesso à internet pode se tornar um vendedor, um comerciante criador, produtor, motorista, prestador de serviços gerais ou anfitrião.”¹⁹ A oferta de bens e serviços, dessa maneira, deixa de ser um privilégio de atores profissionais impulsionando a dinâmica de mercado.

Nesse contexto, surgem novas oportunidades econômicas para provedores e novos desafios e riscos para os consumidores “que se deparam com uma vasta gama de participantes – de amadores a *freelancers*, semiprofissionais e até mesmo profissionais – através dessas plataformas digitais.”²⁰ Faz-se necessária, assim, a adoção de métodos de construção da confiança, não apenas pelo fato de todo o trâmite negocial ser realizado através do meio virtual, mas também para incutir no consumidor a segurança de que terá acesso a um bem ou serviço capaz de lhe oferecer segurança e eficiência. Ademais, pode-se afirmar que esta credibilidade também envolve a existência de mecanismos rápidos e eficientes de resolução de eventuais problemas e contratempos nos casos de falhas ou defeitos nos produtos ou na prestação de serviços.

Em geral, no que diz respeito aos sujeitos envolvidos nessas relações, pode-se afirmar que existem três tipos de participantes-chave nos mercados de

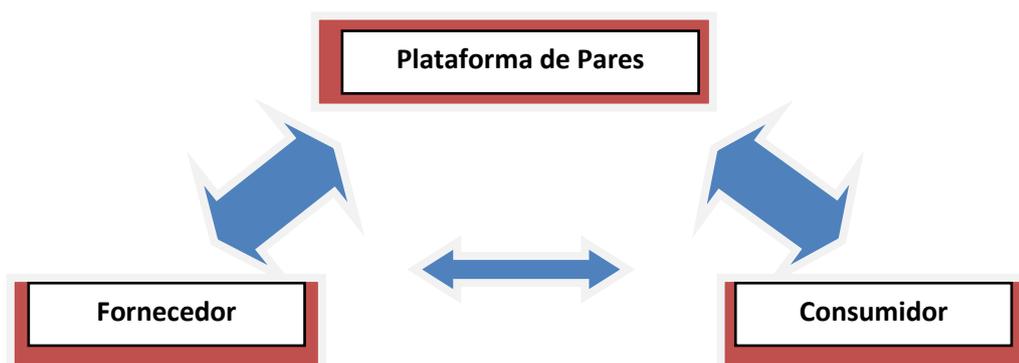
¹⁷ CHASE, Robin. *Economia Compartilhada: Como pessoas e plataformas da Peers Inc. estão reinventando o capitalismo*. São Paulo: HSM, 2015, p.19-34.

¹⁸ FARIA DE CARVALHO, Diógenes; CARDOSO, Alysson Godoy. Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de pares- OECD, *Revista do Consumidor*, São Paulo, vol. 114, ano 26, p. 229-270, nov-dez, 2017, p.234.

¹⁹ Idem.

²⁰ Ibidem.

plataformas de pares: os “fornecedores”, “consumidores” e “plataformas de pares”. Neste novo modelo econômico, as empresas se organizam em plataformas simples, padronizadas que facilitam a participação dos interessados em usufruir de uma determinada capacidade excedente. Além disso, elas reduzem o custo ao seu mínimo absoluto, eliminando, ao máximo as barreiras à entrada já que os preços caem abruptamente²¹. Forma-se, então, uma espécie de “triangulação” da prestação de serviço na qual os fornecedores, plataformas e consumidores se relacionam entre si de forma cooperativa para atingir os seus objetivos. A imagem abaixo ilustra como se dá tal relação:



Há que se destacar que esses novos espaços possibilitam que os indivíduos possuidores de bens subutilizados se valham dos mesmos para auferir renda, fenômeno que traz benefícios não apenas à economia, mas também ao meio ambiente em função da reutilização dos produtos, ao invés do descarte. Pode-se elencar, como exemplo, a Uber que, através de um aplicativo de *smartphone*, organiza a relação entre um particular possuidor de um automóvel (seja ele proprietário ou não) interessado em prestar um serviço de transporte e um consumidor, também particular, interessado em tal serviço.²² Outro exemplo muito popular nos dias de hoje é o do *Airbnb*, plataforma responsável intermediar a prestação de serviços de hospedagem entre indivíduos que de um lado ofertam a estadia em seus imóveis e consumidores intencionados a alugá-los por um determinado período.²³

Além desses dois exemplos, já bem consolidados no Brasil, poder-se-ia citar diversos outros de diversas modalidades como, a *Feastly* que conecta restaurantes com chefes de cozinha, no mercado de consumo de alimentos; a *Uber Eats*, que

²¹ CHASE, Robin. *Economia Compartilhada: como pessoas e plataformas da Peers Inc. estão reinventando o capitalismo*. São Paulo: HSM do Brasil, 2015, p. 262.

²² Disponível em: <https://www.uber.com/pt-BR/about/>. Acesso em: 02.12.2018.

²³ Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/?logo=1>. Acesso em: 02.12.2018.

atua na entrega de comida; a *TaskRabbit* fornecedora de serviços gerais; a *Prosper* plataforma de empréstimos, todas baseadas na ideia de consumo colaborativo. Evidencia-se, portanto, um terreno fértil para a inovação e desenvolvimento de atividades através do auxílio da tecnologia e da colaboração entre os particulares.

Nesse sentido, pode-se afirmar que as plataformas de economia compartilhada consistem em ambientes virtuais, gerenciados por uma “plataforma de pares” que organiza a relação entre os “fornecedores pares” de produtos e serviços (sejam empresas ou particulares) e aqueles “consumidores pares” que se propõem a adquirir esses bens ou usufruir dos serviços fornecidos, com o intuito de obter lucro com esse gerenciamento.

2.3. RELEVÂNCIA SOCIAL DA CONFIANÇA NA ECONOMIA COMPARTILHADA

Para incentivar e promover a participação em plataformas, é necessário adotar medidas de construção da confiança e mecanismos de proteção no caso de as coisas darem errado. Nesse sentido, alguns questionamentos são necessários para formar esse entendimento, tais como: em que se baseia essa confiança? Quais os meios utilizados para a sua construção? Quem são os responsáveis por formar esse arcabouço? Quais as implicações e consequências práticas desse elemento nas relações de consumo pela via das plataformas de economia compartilhada?

A revolução na forma de comercializar gerada pela Internet, em especial pelas plataformas de economia compartilhada, apesar de trazer diversos benefícios aos agentes econômicos e aos consumidores, também invoca o surgimento de novos riscos ao consumidor no ambiente eletrônico, agravando a sua condição de vulnerabilidade²⁴. Por conseguinte, a preocupação com a proteção do consumidor é crescente, visto que “a impessoalidade, a distância entre si e os fornecedores e a velocidade dos anúncios e das transações diminuem o poder de análise e reflexão

²⁴ Sobre o tema: SOARES, Ricardo Maurício Freire. *O Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor*. Informativo Pro Omnes, 2003; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de Defesa do Consumidor. O Princípio da Vulnerabilidade no Contrato, na Publicidade, nas demais Práticas Comerciais*. 3. ed. atual. e ampl. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

dos consumidores em relação à aquisição de produtos e serviços”.²⁵ Fala-se, inclusive, em uma hipervulnerabilidade dos chamados *cyberconsumidores*.²⁶

Diante disto, “o perfil da confiança é, nesse viés alterado qualitativamente diante da celebração de contratos de consumo via Internet”²⁷, mostrando-se a confiança como um elemento essencial na sociedade tecnológica e informacional. Nessa senda, indispensável “a construção de parâmetros objetivos de confiança e lealdade hábeis a regulamentar as relações de consumo na Internet”, utilizando-se, para tal intento o princípio da boa-fé objetiva, pela sua capacidade de expansão, servindo como paradigma para de inibir condutas abusivas e desleais.

Adentrando no estudo da confiança nas relações de consumo, fundamental apontar que a Lei 8.078/90 é farta em previsões de normas com intuito de preservar as legítimas expectativas dos contratantes vulneráveis, que são os consumidores. Espera-se dos fornecedores um agir com ético²⁸ e probo, devendo a sua atuação em conformidade com as normas sociais de boa relação e demais regras de mercado. Na visão de Gustavo Tepedino e Anderson Schreiber, o art. 4º do CDC trouxe “a primeira previsão moderna da boa-fé objetiva no direito brasileiro como princípio da política nacional de relações de consumo”²⁹. Tal princípio funciona como instrumento para tutelar a confiança, já que o comportamento leal e honesto deriva da boa-fé, que proporciona a inserção da confiança como requisito de validade das relações consumeristas.³⁰

Na visão de Claudia Lima Marques, “a confiança é um princípio diretriz das relações contratuais, merece proteção e é fonte autônoma de responsabilidade”. Em outras palavras, as condutas na sociedade e no mercado de consumo, “sejam atos, dados ou omissões fazem nascer expectativas legítimas naqueles em que

²⁵ ALMEIDA JÚNIOR, Vitor de Azevedo; FURTADO, Gabriel Rocha. *A tutela do consumidor e o comércio eletrônico coletivo*. In: Guilherme Magalhães Martins (Coord.). *Direito Privado e Internet*. São Paulo: Atlas, 2014, p. 411.

²⁶ Sobre o tema: MODENESI, Pedro. *Comércio eletrônico e a tutela do ciberconsumidor*. Revista Trimestral de Direito Civil, ano 12, v. 48, out-dez, 2011.

²⁷ ALMEIDA JÚNIOR, Vitor de Azevedo; FURTADO, Gabriel Rocha. *A tutela do consumidor e o comércio eletrônico coletivo*. In: Guilherme Magalhães Martins (Coord.). *Direito Privado e Internet*. São Paulo: Atlas, 2014, p. 412.

²⁸ Sobre o tema: BAUMAN, Zygmunt. *Ética nos tempos modernos*. Trad. João Rezende Costa. 3. Ed. São Paulo: Paulus, 2006.

²⁹ TEPEDINO, Gustavo; SCHREIBER, Anderson. *A boa-fé objetiva no Código de Defesa do Consumidor e no novo Código Civil*. Revista da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro, v. 06, n. 23. Rio de Janeiro, 2003.

³⁰ BAGGIO, Andreza Cristina. *O direito do consumidor brasileiro e a tutela da confiança*. São Paulo: RT, 2012, p. 104.

despertamos a confiança, os receptores de nossas informações ou dado”. Nessa senda, confiar é acreditar, é manter, com fé, a fidelidade, a consulta, a escolha e o meio; confiança é a aparência informação transparência diligência e ética no exteriorizar das vontades negociais.”³¹

Os consumidores das plataformas de pares podem encontrar questões de confiança em muitos contextos diferentes: “confiança na confiabilidade e qualificação do provedor de pares” em geral advinda de uma reputação externa aos aplicativos tal qual as demais marcas; “confiança no ativo ou serviço”, decorrente de avaliações internas feitas pelos próprios usuários; e “confiança nas garantias e segurança oferecidas pela plataforma de pares”, baseada nos métodos internos de resolução de problemas, como reembolsos, créditos e estornos de cartão.³² Por este motivo, faz-se mais que necessária análise dos meios utilizados pelas plataformas para gerar essa confiança, haja vista que não se pode avaliar o impacto que a quebra de expectativa legítima gera, sem que o caminho que levou o consumidor a ela seja também avaliado.

Um dos principais mecanismos utilizados atualmente é o de avaliação da reputação dos usuários. As formas com as quais essa confiança³³ é instrumentalizada nas plataformas de economia compartilhada perpassam, muitas vezes, por questionários sobre a opinião dos pares (consumidores e fornecedores) acerca das experiências vividas bem como em relação à atuação da plataforma como um todo. Vale destacar que a relação entre plataformas de pares e pares não é mediada apenas por regras. Percebe-se que atualmente os “algoritmos, também, desempenham um papel cada vez mais importante na formação da relação entre plataformas de pares e pares” na organização da plataforma como um todo, “bem como entre pares – através do perfil dos pares, a classificação e correspondência

³¹ MARQUES, Claudia Lima. *A nova crise do contrato: estudos sobre a nova teoria contratual*. São Paulo: 2007. p. 133.

³² FARIA DE CARVALHO, Diógenes; CARDOSO, Alysson Godoy. Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de pares- OECD, *Revista do Consumidor*, São Paulo, vol. 114, ano 26, p. 229-270, nov-dez, 2017, p. 249.

³³ MUCELIN, Guilherme. *Peers Inc.: A nova Estrutura da Relação de Consumo na Economia Compartilhada*. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 118, ano 27, p. 77-126, jul-ago, 2017, p. 92-93.

automatizada, a classificação, mas também o cálculo de preços e condições” ordenando as relações internas³⁴

A coleta desses dados repercute no surgimento de bancos de informações responsáveis por guiar a decisão dos potenciais consumidores no sentido de escolherem aquela plataforma para a obtenção da prestação de determinado serviço, indicando-se internamente quais pares são mais qualificados/adequados para a prestação daquele serviço. Importante apontar que a confiança é elemento essencial das relações travadas entre os pares e as plataformas, não apenas no que diz respeito à atratividade dos serviços, balizada pelas avaliações de outros usuários, como também em relação ao cumprimento daquilo que foi acordado, ou seja, a entrega do serviço esperado pelo consumidor.

Nesse íterim, através da análise dos aplicativos e websites, pode-se observar que “os pares desempenham um papel central nos mercados de plataformas de pares”³⁵ tendo em vista que participam de forma direta na formação da reputação e na qualidade dos serviços prestados por eles. São esses agentes que obtêm bens e serviços ou os fornecem. Mas o papel dos usuários pode ir além do simples consumidor ou provedor em algumas instâncias, tendo em vista que, na qualidade de “membros de uma comunidade de mercado de plataforma de pares”³⁶ estes personagens desempenham um “papel importante no molde das normas e valores que estabelecem expectativas e regulam o comportamento dentro de uma dada comunidade”³⁷, sendo a sua atuação de extrema relevância.

Por conseguinte, ferramentas como os sistemas de reputação (*feedback*), ajudam os consumidores pares a fazerem suas escolhas, e incentivam a sua função crítica, colaborando assim com a formação da confiança na plataforma como um todo³⁸. Como elenca Robin Chase, “essas plataformas podem contar com um novo mecanismo de policiamento: as classificações e os comentários, que se aplicam aos

³⁴ FARIA DE CARVALHO, Diógenes; CARDOSO, Alysson Godoy. Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de pares- OECD, *Revista do Consumidor*, São Paulo, vol. 114, ano 26, p. 229-270, nov-dez, 2017, p.242.

³⁵ Idem, p. 239.

³⁶ Idem, p. 239.

³⁷ Idem, p. 239.

³⁸ MILAGRES, Marcelo de Oliveira; GONÇALVES, Thatiane Rabelo. A despersonalização na contratação eletrônica: a realidade dos contratos de fato. *Revista do Consumidor*, São Paulo, v. 117, ano 27, p. 491-511, mai-jun, 2017, p. 505-509.

dois lados das transações, o lado da oferta e o lado da demanda.”³⁹ Contudo, a eficácia desses utensílios está condicionada ao envolvimento ativo tanto das plataformas de pares quanto dos próprios pares nesses meios de avaliação.

Outra ferramenta utilizada para aumentar a confiança é o das garantias ou seguros fornecidos pelas plataformas para dar respostas às experiências negativas como acidentes, roubos e fraudes. A *Airbnb*, por exemplo, fornece garantias para os hóspedes e anfitriões para cobrir acidentes e casos de roubo intencional e vandalismo. Da mesma forma o *eBay* e *Uber* oferecem garantias como os outros, com diferentes condições. Há, ainda, plataformas, como é o caso da *Uber*, que realizam uma espécie de pré-triagem para seleção de motoristas (fornecedores), geralmente através de verificação de bases de dados externas como o banco de dados da polícia civil que fornecer os antecedentes criminais, ou os departamentos de trânsito dos estados e municípios que fornecem o registro dos veículos e situação dos pretendentes condutores.

Além disso, “muitas plataformas de pares investem na educação dos seus usuários inclusive em relação a possíveis obrigações legais ou outras que podem ser aplicadas a comerciantes motoristas ou *hosts*”. Por exemplo, a *Airbnb* “educa os usuários sobre ‘hospedagem responsável’ e o *Kikstarter* fornece informações sobre como os pares podem se proteger do *phising* (golpe para obtenção de dados pessoais)”⁴⁰, retratando-se uma preocupação com o desempenho de seus atores e o reflexo na sua imagem e na da empresa organizadora.

Assim, a confiança se apresenta como um fator essencial para a concretização dessa nova modalidade de consumo, tendo em vista a atuação do intermediário como um “ator entre dois outros atores, preenchendo a lacuna entre a produção e o consumo”⁴¹. Como afirma Fabio Schwartz, a confiança é fundamental, “sem confiança a vida na sociedade seria absolutamente insustentável. E quanto mais complexas as tecnologias atuais, maior o nível de confiança exigido nas relações sociais.” Por conseguinte, firma-se, então, este elemento como basilar para as relações de economia compartilhada.

³⁹ CHASE, Robin. *Economia Compartilhada: como pessoas e plataformas da Peers Inc. estão reinventando o capitalismo*. São Paulo: HSM do Brasil, 2015, p. 172.

⁴⁰ Idem. p.252.

⁴¹ BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011, p. 77.

2.4. DOS CONTRATOS NAS PLATAFORMAS DE ECONOMIA COMPARTILHADA

Analisar-se-á, no presente tópico, inicialmente as características gerais dos contratos eletrônicos e, em seguida, as particularidades dos contratos de prestação de serviços decorrentes das relações entre pares (fornecedores e consumidores) e as plataformas de pares, tais como a sua formação, seu aperfeiçoamento e as formas de extinção dos mesmos.

A criação de sites como Submarino⁴², eBay⁴³, MercadoLivre⁴⁴, OLX⁴⁵, dentre outros, proporcionou aos consumidores o acesso a uma nova forma de adquirir produtos e serviços, mais fácil, ágil e prática. A democratização da Internet e o crescimento da interação dos indivíduos juntamente com a noção de consciência coletiva aumentaram o consumo colaborativo tornando-o mais aberto ao longo do tempo, fugindo, então, da noção de um mercado autônomo e fechado⁴⁶. Vivencia-se, então, um momento em que o dinamismo e a interação entre os agentes participantes predominam nas relações negociais via rede mundial de computadores.

Por conseguinte, evidencia-se que “essas modalidades de economia virtual aumentaram o alcance geográfico e o alcance dos mercados pares para os consumidores”⁴⁷ relativizando distâncias e as noções de espaço e tempo. Além disso, “reduziram substancialmente as barreiras para os pares que desejavam vender produtos *on-line*, fornecendo serviços como: publicidade e pesquisa (que combinavam com potenciais compradores e vendedores)”⁴⁸, além de criarem, e desenvolverem “mecanismos de pagamento fácil e conveniente e resolução de

⁴² Disponível em: <https://www.submarino.com.br/contrato-compra-e-venda>, Acesso em: 02 Dez. 2018.

⁴³ Disponível em: <https://www.ebay.com/pages/br/help/policies/user-agreement.html>, Acesso em: 02 Dez. 2018.

⁴⁴ Disponível em: https://www.mercadolivre.com.br/ajuda/Termos-e-condicoes-gerais-de-uso_1409, Acesso em: 02 Dez. 2018.

⁴⁵ Disponível em: <https://olxbrasil.zendesk.com/hc/pt-br/articles/211375569-Termos-de-Uso-e-Privacidade>, Acesso em: 02 Dez. 2018.

⁴⁶ RIFIKIN, Jeremy. *Sociedade com custo marginal zero: a internet das coisas, os bens comuns colaborativos e o eclipse do capitalismo*. São Paulo: M. Books do Brasil, 2016. p. 210.

⁴⁷ FARIA DE CARVALHO, Diógenes; CARDOSO, Alysson Godoy. Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de pares- OECD, *Revista do Consumidor*, São Paulo, vol. 114, ano 26, p. 229-270, nov-dez, 2017, p.238.

⁴⁸ Idem, p. 238.

litígios e reparação de danos”⁴⁹, tendo como exemplo o MercadoPago⁵⁰ e as centrais de resolução de conflitos entre clientes.

O contrato eletrônico, conforme definição de Armando Alvares Garcia Junior, “é aquele celebrado a distância, em que a oferta e aceitação ocorrem exclusivamente por meios eletrônicos.”⁵¹ Destaca o referido autor duas características desses vínculos: “a) é utilizado o meio eletrônico para a formação da vontade (forma eletrônica de consentir)”, tendo como exemplo os botões de “eu aceito”; “b) por intermédio do meio eletrônico permanece, na maioria das ocasiões, prova certa do negócio, pois, definitivamente, o contrato eletrônico é equiparado ao contrato escrito”⁵² destacando-se como exemplo os comprovantes enviados por *e-mail* ou salvos a partir de capturas de tela.

Faz-se necessário apontar alguns conceitos básicos acerca das modalidades de contrato denominadas *point and click agreement* e *click and wrap agreement*⁵³, existindo também o *browse-wrap*⁵⁴. A primeira modalidade pode ser definida como sendo “uma espécie de contrato de adesão feito principalmente para o licenciamento de *software* via *download*.”⁵⁵. Já a segunda, pode ser definida como “versão web de acordo de licenciamento *shrinkwrap*, que entra em vigor quando um comprador ou usuário online clica no botão ‘aceito’ na página da web para comprar ou baixar um programa”⁵⁶ demonstrando assim a sua concordância com os termos e condições dispostos no contrato.

Em outras palavras, pode-se afirmar que os chamados contratos *point and click* e *click wrap* são espécies de vínculos celebrados em meio eletrônico, através dos quais “uma das partes assume o cumprimento de uma prestação tão logo acione (“clica”) o botão que gera a aceitação (“de acordo”). São também chamados de e-

⁴⁹ Idem, p. 238.

⁵⁰ Disponível em <https://www.mercadopago.com.br/ajuda/termos-e-politicas_194>, Acesso em: 02 Dez. 2018.

⁵¹ GARCIA JUNIOR, Armando Alvares. *Contratos via Internet*. São Paulo: Aduanas, 2.ed., 2007, p. 275.

⁵² Idem, p. 276.

⁵³ São Contratos celebrados em meio eletrônico em que o usuário estabelece uma relação contratual ao clicar em uma caixa de diálogo indicativa de expressões como “eu aceito”.

⁵⁴ São os termos e condições de uso disponibilizados na página da Internet, vinculando toda e qualquer pessoa que acesse o respectivo *site*.

⁵⁵ RULLI BETO, Antônio; RUFATO, David de Oliveira; SILVA, Emerson Marcelo da; AZEVEDO, Renato Asamura. O comércio eletrônico e as novas formas contratuais: *point and click agreement* and *wrap agreement*. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 105, ano 25, p. 65-78, mai-jun, 2016, p.68.

⁵⁶ Idem.

*contract; click-wrap licenses; click-wrap agreement; user agreement.*⁵⁷As modalidades mencionadas, utilizadas nas relações entre os fornecedores e consumidores de serviços em plataformas de economia compartilhada, possuem natureza jurídica de contrato de adesão, posto que as cláusulas são estipuladas unilateralmente pelo fornecedor⁵⁸. Ao consumidor cabe apenas aceitar aqueles termos ou não realizar aquele serviço. Tal característica é típica da sociedade massificada com visível desequilíbrio de forças entre contratante e contratado.

Vale destacar que na maior parte dos casos os contratos *Point and click* e *click wrap* configuram práticas contratuais já existentes e catalogadas pela ciência jurídica. O que muda é o meio pelo qual são realizadas e o suporte físico no qual são inscritas. Se antes tais contratos eram feitos no papel, tinta e caneta, agora são registrados por algoritmos, de linguagem computacional. Porém o núcleo desses negócios jurídicos – a vontade, manteve-se como sempre. A princípio, a internet é uma via pela qual trafegam as informações, e não um ambiente real onde são criadas novas relações jurídicas de comércio, sendo possível a aplicação do direito vigente com as necessárias adaptações interpretativas que vinculem o texto normativo à realidade socioeconômica.⁵⁹

Nesta senda, todos os elementos de constituição e desenvolvimento válido do negócio jurídico estão presentes no *Point and click agrément* e *click and wrap agreement*, de modo que não se pode asseverar que seja forma contratual vedada pelo direito.⁶⁰ Por conseguinte, observa-se que os contratos realizados pelas plataformas de economia compartilhada se encaixam neste perfil e seguem as regras aplicáveis a esta modalidade.

No que tange à extinção desses contratos, o cumprimento deste, através da entrega do bem ou da prestação do serviço, é a via mais comum e a esperada pelos consumidores. Em caso de descumprimento de prazo ou da prestação acordada, seja por indisponibilidade do bem ou do serviço, o consumidor deverá ser informado desta falta de disponibilidade, garantindo-se-lhe a recuperação, o quanto antes, das

⁵⁷ Ibidem. p. 69.

⁵⁸ GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito Civil Brasileiro: Contratos e Atos Unilaterais*. São Paulo: Saraiva, 9.ed., 2012, p.99.

⁵⁹ RULLI BETO, Antônio; RUFATO, David de Oliveira; SILVA, Emerson Marcelo da; AZEVEDO, Renato Asamura. O comércio eletrônico e as novas formas contratuais: point and click agreement and wrap agreement. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 105, ano 25, p. 65-78, mai-jun, 2016, p.76.

⁶⁰ Idem, p. 77.

somas que tenha eventualmente transferido ao provedor ou à empresa por este indicada.⁶¹

Válido destacar, ainda, a edição do Decreto 7.962 de 2013⁶², muito influenciado pela redação do PLS nº 281/12⁶³, responsável por regulamentar a Lei 8.078/90 no que tange às contratações realizadas por meio eletrônico. Na busca pelo fortalecimento da confiança o referido diploma normativo, em seu art. 2º enuncia a obrigatoriedade de os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo disponibilizarem informações como o nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda. Além disso, o rol de incisos do mencionado artigo⁶⁴preza pela fácil localização do fornecedor, obrigando-o a informar endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato.

Outra ferramenta importante para a proteção da confiança na formação do vínculo negocial eletrônico, prevista no art. 4º do Decreto em epígrafe, é a necessidade de apresentação de sumário do contrato, antes da sua conclusão, com as informações necessárias ao pleno exercício do direito de escolha do consumidor, destacando-se que devem ser “ênfatizadas as cláusulas que limitam direitos”⁶⁵.

⁶¹ GARCIA JUNIOR, Armando Alvares. *Contratos via Internet*. São Paulo: Aduanas, 2.ed., 2007, p.285.

⁶² BRASIL. Decreto 7.962/2013. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm>. Acesso em: 02 Dez. 2018.

⁶³ Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106768>>. Acesso em: 02 Dez. 2018. Sobre o tema: MODENESI, Pedro. *Contratos eletrônicos de consumo: Aspectos doutrinário, legislativo e jurisprudencial*. In: Guilherme Magalhães Martins (Coord.). *Direito Privado e Internet*. São Paulo: Atlas, 2014, p. 301-369.

⁶⁴ Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações: I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda; II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato; III - características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores; IV - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros; V - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; e VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm>. Acesso em: 02 Dez. 2018.

⁶⁵ Art. 4º Para garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, o fornecedor deverá: I - apresentar sumário do contrato antes da contratação, com as informações necessárias ao pleno exercício do direito de escolha do consumidor, ênfatizadas as cláusulas que limitem direitos; II - fornecer ferramentas eficazes ao consumidor para identificação e correção imediata de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação; III - confirmar imediatamente o

Ademais observa-se a preocupação com a resolução célere dos conflitos através do quanto disposto no parágrafo único do artigo supramencionado, prevendo prazo de 05 (cinco) dias para manifestação do fornecedor acerca dos questionamentos dos consumidores acerca de informações, dúvidas, suspensão ou cancelamento do contrato, previstas no inciso V. Nas relações de economia de compartilhamento, a resposta rápida aos eventuais problemas dos consumidores mitiga eventuais danos que poderiam ser causados como os decorrentes de atrasos, por exemplo, de motoristas de aplicativos como a Uber, ou o “*no show*” de anfitriões do *Airbnb*.

Abarcando, também o direito de arrependimento, previsto no art. 49 do CDC, elenca-se no art. 5º do mandamento executivo⁶⁶, que o fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, “os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor”. Uma estipulação de suma importância ao combate de práticas abusivas na *sharing economy*, é a do art. 5º, § 2º do Decreto que expressamente comanda a resolução dos contratos conexos “sem qualquer ônus ao consumidor”. Como afirma Francisco Marino, “se não há mais interesse em se alcançar (ou se manter) o fim concreto a que se destina a que se destina o contrato em razão do qual foram estabelecidos os acordos conexos, estes são necessariamente afetados” não havendo, portanto, “fundamento para serem mantidos”⁶⁷

recebimento da aceitação da oferta; IV - disponibilizar o contrato ao consumidor em meio que permita sua conservação e reprodução, imediatamente após a contratação; V - manter serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico, que possibilite ao consumidor a resolução de demandas referentes a informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento do contrato; VI - confirmar imediatamente o recebimento das demandas do consumidor referidas no inciso, pelo mesmo meio empregado pelo consumidor; e VII - utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor. Parágrafo único. A manifestação do fornecedor às demandas previstas no inciso V do caput será encaminhada em até cinco dias ao consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm>. Acesso em: 02 Dez. 2018.

⁶⁶ Art. 5º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor. § 1º O consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados. § 2º O exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor. § 3º O exercício do direito de arrependimento será comunicado imediatamente pelo fornecedor à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, para que: I - a transação não seja lançada na fatura do consumidor; ou II - seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado. § 4º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação imediata do recebimento da manifestação de arrependimento. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm>. Acesso em: 02 Dez. 2018.

⁶⁷ MARINO, Francisco Paulo de Crescenzo. *Contratos ligados no direito brasileiro*. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 192-193.

Os usuários de aplicativos têm a opção de cadastrar, por exemplo, seus cartões de crédito ou de débito para realizar viagens em aplicativos de transporte urbano de passageiros. Entretanto, há momentos em que o consumidor, por conta de atraso do motorista, ou exercício do direito de arrependimento, necessita cancelar a viagem e o aplicativo lhes cobra o cancelamento debitando automaticamente do seu saldo o valor estipulado. Nesses casos, o parágrafo em epígrafe serve como arcabouço para embasar o direito dos consumidores de reaver essas quantias, devendo os administradores das plataformas providenciar, de imediato, o estorno do valor junto as operadoras de cartões.

Assim, ultrapassadas as linhas gerais acerca da formação e do aperfeiçoamento dos contratos de prestação de serviço de economia compartilhada, bem como da legislação que os contempla, passa-se a analisar as situações que envolvem o descumprimento ou a falha na prestação dos serviços contratados, as alternativas que os aplicativos e plataformas vêm oferecendo aos consumidores para sanar tais vícios, reparar eventuais danos e as consequências jurídicas desses eventos através do estudo das normas que podem ser aplicadas para proteção dos usuários.

3. DA RESPONSABILIDADE CIVIL NAS RELAÇÕES DE ECONOMIA COMPARTILHADA

A pluralidade de plataformas e do modo com que se relacionam com seus usuários, muitas vezes, dificultam a visualização clara daqueles que figuram nas posições de fornecedor e consumidor. Questiona-se, então: quem deverá responder pelos vícios nos produtos ou na prestação dos serviços oferecidos pela plataforma? A própria plataforma? Os seus colaboradores? Em que medida? Nesse sentido faz-se necessária uma análise acerca das nuances que envolvem tal temática a fim de se alcançar uma segurança aos consumidores e demais usuários dessa modalidade econômica. O presente estudo não tem como foco esgotar o tema, mas trazer uma visão geral, possível de ser aplicada à maioria das plataformas.

Para análise da responsabilidade civil no contexto das relações de economia compartilhada, em primeiro lugar, far-se-á necessária a delimitação dos sujeitos envolvidos, do objeto de que trata essas interações, e dos elementos trazidos pelo Código de Defesa do Consumidor como fundamentais a caracterização da relação de consumo. Serão analisados os conceitos de consumidor, fornecedor e de serviço à luz da doutrina consumerista e, em sequência, os possíveis defeitos na prestação das atividades com identificação dos responsáveis pela reparação de eventuais danos causados aos usuários dos aplicativos e em que medida devem fazê-lo. Há que se considerar, por fim, alguns desafios atualmente enfrentados pelos operadores do direito no que tange a delimitação dessa responsabilização.

3.1 DOS SUJEITOS DAS RELAÇÕES DE ECONOMIA COMPARTILHADA

A Lei 8.078/90⁶⁷ define como consumidor, em seu artigo 2º, “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Para Bruno Miragem, consumidor chamado de *standard* é “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final fático e econômico”, ou seja, “sem reempregá-lo no mercado de consumo como o objetivo de lucro”⁶⁸. O Código enuncia, ainda, no parágrafo único do artigo supramencionado,

⁶⁷BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em 21.10.2018.

⁶⁸ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. São Paulo: RT, 2012, p. 159.

a figura dos consumidores equiparados⁶⁹ considerados não mais individualmente, mas como uma universalidade, um conjunto de pessoas ou grupo, ainda que indetermináveis, relacionados com algum produto ou serviço.⁷⁰ Tal perspectiva, afigura-se de extrema relevância não apenas para a prevenção do consumo de produtos perigosos como para conferir a esses grupos, em caso de efetivo dano, a capacidade jurídico processual de obter justa indenização.⁷¹

Tal categoria, também denominada de *bystander*, possui previsão nos artigos 17 e 29 do CDC, abarcando todos aqueles que foram atingidos e prejudicados por um evento de consumo ou que estejam expostos às práticas prevista no Capítulo V do Diploma Consumerista. O raciocínio jurídico que fundamenta o quanto elencado no artigo 17, como leciona Flávio Tartuce, é o de que “se um produto inseguro foi colocado no mercado, deve existir a responsabilidade, já que a empresa que o produziu dele retirou lucros e riqueza (risco-proveito)”⁷². Ademais, o referido autor aponta que, em relação à inserção de produtos e serviços no mercado que, quando capazes de gerar riscos à coletividade, a empresa fornecedora ou prestadora deverá assumir o ônus deles decorrentes (risco criado).⁷³

Conforme elucubra Ricardo Abramovay, “a era digital e as redes sociais em que ela se apóia, transformam esta relação entre as pessoas e aquilo que lhes é oferecido.”⁷⁴ Se outrora o cenário de mercado, chamado de *push economy*, baseava-se na adivinhação dos desejos dos indivíduos e considerava o consumidor como um mero elemento passivo, “empurrando” o escoamento de bens e serviços já prontos para eles, através do modelo conhecido como B2C (*business to consumer*), atualmente passou-se a adotar, por meio do modelo P2P (*peer to peer*), a modalidade mercadológica do “*pull economy*”, na qual o consumidor assume uma nova roupagem mais ativa e interativa nessa relação⁷⁵. Destaque-se, ainda, a

⁶⁹ Sobre o tema: MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. São Paulo: RT, 2012, p. 159-166; TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. *Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual*. 7.ed. São Paulo: Método, 2018.

⁷⁰ FILOMENO, José Geraldo Brito. *Direitos do Consumidor*. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2018, p. 93.

⁷¹ Idem.

⁷² TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. *Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual*. 7.ed. São Paulo: Método, 2018, p. 208.

⁷³ Idem.

⁷⁴ ABRAMOVAY, Ricardo. Disponível em: http://ricardoabramovay.com/wp-content/uploads/2015/02/A-Economia-H%C3%ADbrida_do-S%C3%A9culo-XXI_De-Baixo-para-Cima_Abramovay_12_2014.pdf, p. 14. Acesso em: 03 Dez. 2018.

⁷⁵ Idem, p. 14

possibilidade de nessa relação figurarem dois sujeitos de negócios, ou seja, uma relação B2B (*business to business*).

Observa-se, através da teoria das economias híbridas de Scaraboto que, nas relações de consumo compartilhado, o consumidor tem capacidade de trocar de papéis, engajar-se em empreendedorismo e colaborar para produzir e acessar recursos⁷⁶. É possível enxergar esse engajamento em diversas modalidades de aplicativos e *websites*, tendo em vista a pluralidade de opções que os indivíduos têm de angariar recursos ou satisfazer necessidades cotidianas. Pode-se citar alguns exemplos de atividades dessa natureza, como o empréstimo remunerado de bens como ferramentas e maquinários subutilizados por seus proprietários; ou a entrega de alimentos (*Uber Eats*) por motociclistas através de um *App*; a junção de pessoas para a colaboração com ideias (*crowdsourcing*); reunião de conhecimentos e estudos (*crowdlearning*), dentre outras espécimes.

Nessa nova modalidade econômica, verifica-se que, em determinados casos, o consumidor desempenha um papel, não apenas de usuário, mas também de provedor⁷⁷. Dessa maneira, é considerado o protagonista central, com papel fortemente ativo e empoderado, já que, através da sua interferência ativa na nova estrutura da relação de consumo, o mercado entende e incorpora suas necessidades, de forma a juntos, organizarem-se para aperfeiçoar e conciliar o fornecimento de produtos e serviços com interesses individuais, e assim, integrando valor aos processos de criação⁷⁸. Surgem, então, nesse cenário, conforme aduz Guilherme Mucelin, três modalidades novas de consumidores: o consumidor usuário, consumidor provedor e o prossumidor⁷⁹.

O “*prosumer*” ou prossumidor⁸⁰, termo criado por Alvin Tofler, em 1980, em sua obra “A Terceira Onda”⁸¹, pode ser definido como aquele indivíduo que é ao

⁷⁶ MUCELIN, Guilherme. *Peers Inc.: A nova Estrutura da Relação de Consumo na Economia Compartilhada*. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 118, ano 27, p. 77-126, jul-ago, 2017, p. 98.

⁷⁷ Idem, p. 98.

⁷⁸ ABRAMOVAY, Ricardo. Disponível em: http://ricardoabramovay.com/wp-content/uploads/2015/02/A-Economia-H%C3%ADbrida_do-S%C3%A9culo-XXI_De-Baixo-para-Cima_Abramovay_12_2014.pdf, p. 14. Acesso em: 03 Dez. 2018. p. 14.

⁷⁹ MUCELIN, Guilherme. *Peers Inc.: A nova Estrutura da Relação de Consumo na Economia Compartilhada*. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 118, ano 27, p. 77-126, jul-ago, 2017.p. 98.

⁸⁰Sobre o tema ler: RITZER, George; JURGENSON, Nathan. Production, consumption, presumption the nature of capitalism in the age of the digital ‘prosumer’. *Journal of consumer culture*, v.10, n1, p. 13-36, 2010.

mesmo tempo consumidor e seu próprio fornecedor⁸². Observa-se, então, que a atual conjuntura do sistema capitalista vem rompendo, cada vez mais, com seu modelo clássico, através dessas novas modalidades de consumo por colaboração. Como aponta Guilherme Mucelin, igualmente prosumidor pode ser considerado “todo aquele consumidor que, de uma forma ou de outra, tem algum tipo de ingerência no processo de criação, produção perfectibilização ou aprimoramento de determinado bem ou serviço.”⁸³ Dessa maneira, constata-se uma mudança significativa na dinâmica de mercado, e nas relações negociais, trazendo à tona uma realidade de protagonismo criativo e que modifica a posição dos indivíduos que outrora foram meros adquirentes das inovações do mercado.

O segundo deles, também conhecido na doutrina estrangeira como consumidor obtenedor⁸⁴ é o consumidor clássico, aquele que compra, aluga, se deixa transportar ou a alguém da sua família, aquele que paga e remunera (ambos) os fornecedores, a posição é de consumidor *stricto sensu*⁸⁵. Pode-se afirmar, então, que desempenha de o papel de destinatário final do serviço (transporte, locação etc.), admitindo-se aqui como destinatário final, aquele destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física.⁸⁶ Ressalte-se que o seu papel, vai além da mera contratação do serviço, tendo em vista que, através dos mecanismos de avaliação e reputação inseridos nas plataformas, ele se torna responsável por estimular o uso das mesmas e dar credibilidade aos seus serviços e aos seus colaboradores.

⁸¹ Cf. TOFFLER, Alvin. *A terceira onda: a morte do industrialismo e o nascimento de uma nova civilização*. Rio de Janeiro: Record, 1980, p. 265 et. Sec.

⁸² RIFIKIN, Jeremy. *Sociedade com custo marginal zero: a internet das coisas, os bens de comuns colaborativos e o eclipse do capitalismo*. São Paulo: M. Books do Brasil, 2016, p. 114.

⁸³ MUCELIN, Guilherme. Peers Inc.: A nova Estrutura da Relação de Consumo na Economia Compartilhada. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 118, ano 27, p. 77-126, jul-ago, 2017, p. 99.

⁸⁴ ERTZ, Myriam; DURIF Fabien; ARCAND, Manon. *Collaborative consumption: conceptual snapshot as buzzword*. 2016. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2799884. Acesso em 24 Out. 2018.

⁸⁵ MARQUES, Cláudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 111, p. 247-268, mai - jun. 2017, p. 252.

⁸⁶ MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*, 4.ed. São Paulo: RT, 2006, p.83.

Já o consumidor-provedor⁸⁷ é aquele que fornece diretamente ao consumidor-usuário⁸⁸ o serviço almejado através da plataforma, não sendo um requisito obrigatório a condição de profissional, visto que é possível que um leigo, desenvolva as atividades propostas pela plataforma. Basta a ele o cumprimento de determinadas condições mínimas para sua execução, como ocorre no caso dos colaboradores do aplicativo UBER, que devem possuir carteira de habilitação com observação de que exerce atividade remunerada, ter um carro de determinada categoria e de um ano/modelo específico, estar em dia com o licenciamento e tributos atinentes ao automóvel, dentre outros requisitos⁸⁹.

3.2 DOS FORNECEDORES NA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO

No que pertine à figura do fornecedor, o Diploma Consumerista o conceitua, em seu artigo 3º, como sendo “toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”. Tal amplitude, na visão de Ada Pellegrini Grinover, visa propiciar que possam ser responsabilizados tantos quantos contribuam para a oferta de produtos e serviços no mercado de consumo, garantido a responsabilidade solidária de todos os corresponsáveis.⁹⁰ Esse ponto de vista é essencial para o enfrentamento das novas figuras de fornecedores tendo em vista a pluralidade e complexidade que se apresentam na atualidade.

⁸⁷ MUCELIN, Guilherme. *Peers Inc.: A nova Estrutura da Relação de Consumo na Economia Compartilhada*. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 118, ano 27, p. 77-126, jul-ago, 2017, p. 99.

⁸⁸ Idem, p.98.

⁸⁹ Disponível em: https://www.uber.com/a/drive-pp?utm_source=AdWords_Brand&utm_campaign=search-google-brand_25_-99_br-national_d_txt_acq_cpc_pt-br_%2Buber%20%2Bsite_kwd-297152676186_207355078076_46882898329_b_c&cid=873391832&adg_id=46882898329&fi_id=&m_atc=b&net=g&dev=c&dev_m=&cre=207355078076&kwid=kwd-297152676186&kw=%2Buber%20%2Bsite&placement=&tar=&gclid=EAlaIqobChMln4Om6JG43gIVh_oCRCh3QiQUSEAAYASAAEgKffD_BwE Acesso em: out. 2018

⁹⁰ GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*, 5. ed. São Paulo: RT, 2006, p. 393.

O conceito de “fornecedor fiduciário”, segundo Fabio Schwartz ⁹¹ baseia-se na ideia de que a *fides* (a fé e confiança), elemento central dessas relações, acaba por transformar o intermediário em um verdadeiro “fiador” da probidade daquele que oferece o bem⁹². Através da confiança na sua marca, ele liga a oferta à demanda, gerando no consumidor uma legítima expectativa de que tudo sairá como previsto e o serviço a ser prestado diretamente por um outro par será cumprido conforme publicizado.⁹³ Aduz, ainda, o autor que em relação a este serviço específico de ligação do usuário ao prestador direto do serviço, poderá haver responsabilização sem maiores esforços⁹⁴

Quanto a esse aspecto, por conseguinte, não há maiores controvérsias levando-se em consideração a proteção dos consumidores com base na boa-fé objetiva, requisito de validade dos contratos⁹⁵. A dificuldade maior reside na restituição dos consumidores face aos prejuízos sofridos por uma eventual má prestação do serviço por parte do provedor direto, ou uma falha na plataforma que inviabilize tal prestação e venha a trazer ao usuário transtornos e consequentes danos de ordem material ou moral. Como pondera o mencionado autor, o problema é identificar se há responsabilidade do administrador da plataforma quanto à conduta do real fornecedor do produto ou serviço⁹⁶. Para isso, faz-se necessária a delimitação da natureza da relação desses pares com a plataforma.

O parágrafo 2º do art. 3º do CDC define como serviço qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, “mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista”. Como explana Leonardo de Medeiros Garcia, “a chave para identificar o que é serviço no Código é verificar se ocorre a prestação mediante remuneração, ainda que de forma indireta como nos serviços

⁹¹ SCHWARTZ, Fabio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 111, p. 221-246, ano 26, mai-jun, 2017, p. 243. Definição trazida pelo autor: “[...] todo provedor de aplicação de internet que com seu comportamento, atuando como intermediário, em conexão contratual, através da marca, mecanismos de reputação, ou outra ferramenta idônea, gera confiança no consumidor, afiançando legítimas expectativas de qualidade e adequação dos produtos e serviços fornecidos e prestados por outrem no mercado de consumo”.

⁹² SCHWARTZ, Fabio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 111, p. 221-246, ano 26, mai-jun, 2017, p. 243.

⁹³ Idem, p. 240-241.

⁹⁴ Idem, p. 239.

⁹⁵ Sobre o tema: MARTINS-COSTA, Judith. *A boa-fé no direito privado: critérios para a sua aplicação*: Marcial Pons, 2015.

⁹⁶ Idem

aparentemente gratuitos.”⁹⁷. Vale ressaltar que muitas vezes, lança-se no mercado a ideia de que determinados serviços são gratuitos o que, à primeira vista, implicaria na inaplicabilidade da norma consumerista, entretanto, essa gratuidade em diversos casos é apenas um disfarce para uma remuneração indireta.

Essas situações devem ser analisadas com cautela, pois, conforme aponta a jurisprudência⁹⁸, nem sempre esse anúncio de gratuidade corresponde com a realidade fática, haja vista que a remuneração pode ocorrer de outras formas que não o pagamento direto pelo consumidor, sendo devida, portanto, a aplicação do CDC. Claudia Lima Marques elucubra que, no mercado de consumo, pode-se afirmar que “em quase todos os casos, há remuneração do fornecedor, direta ou indireta, há ‘enriquecimento’ dos fornecedores pelos serviços ditos ‘gratuitos’ que é justamente sua remuneração”⁹⁹. Consta-se, pois, que a remuneração indireta atrai a incidência da norma consumerista.

Importante destacar, também, a necessidade de a atividade ser desenvolvida com um caráter profissional para fins de caracterização dos agentes como fornecedores. Conforme aduz Bruno Miragem, no que diz respeito ao profissionalismo, ainda que não esteja expresso em lei, ao indicar à atividade do fornecedor certa habitualidade, assim como a remuneração, o legislador remete ao critério de desenvolvimento profissional desta atividade. Daí porque a profissionalidade configura um requisito do conceito de fornecedor¹⁰⁰. Os pares que disponibilizam o serviço diretamente ao consumidor, em sua maioria, recebem a remuneração pela sua atividade através da própria plataforma que realiza a

⁹⁷ GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do Consumidor*. Código Comentado e Jurisprudência, 8. ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2012, p. 27.

⁹⁸ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp.1186616-MG, Rel. Mina. Nancy Andrighi, 3ª T., j. 23/08/2011, Dje 31/08/2011. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/21078237/recurso-especial-resp-1186616-mg-2010-0051226-3-stj/certidao-de-julgamento-21078240>>, Acesso em: 28 out. 2018.

REsp 1316921, Rel. Mina. Nancy Andrighi, 3ª T., j. 26/06/2018, Dje 29/06/2012. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22026857/recurso-especial-resp-1316921-rj-2011-0307909-6-stj/certidao-de-julgamento-22026861>>, Acesso em: 28 out. 2018. REsp 1300161, Rel. Mina. Nancy Andrighi, 3ª T., j. 19/06/2018, Dje 22/08/2018, Disponível em: <[http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/toc.jsp?i=1&b=ACOR&livre=\(\(%27RESP%27.clas.+e+@num=%271300161%27\)+ou+\(%27RESP%27+adj+%271300161%27.suce.\)\)&thesaurus=JURIDICO&fr=veja](http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/toc.jsp?i=1&b=ACOR&livre=((%27RESP%27.clas.+e+@num=%271300161%27)+ou+(%27RESP%27+adj+%271300161%27.suce.))&thesaurus=JURIDICO&fr=veja)>, Acesso em: 28 Out. 2018.

⁹⁹ MARQUES, Claudia Lima. *Campo de aplicação do CDC*. In BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*, 5.ed., São Paulo: RT, 2013, p. 117

¹⁰⁰ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*, 6. ed. São Paulo: RT, 2016. p. 178.

cobrança de taxas pela utilização do seu espaço virtual, um exemplo de remuneração indireta direcionada a esse fornecedor organizador.

Com escopo no pensamento de Claudia Lima Marques, admite-se aqui que haverá sempre nas relações de economia compartilhada a presença de um profissional, o *gatekeeper*, o qual, no exercício habitual de sua atividade, com objetivo de o lucro, viabiliza o consumo e constrói um local de encontro de civis. Como ressalta a autora, nem sempre esse profissional é de fácil identificação, sendo denominado por ela de “fornecedor escondido”¹⁰¹, já que fica em um subestimado segundo plano na relação de consumo¹⁰², fato que se não observado com cautela, dificulta a determinação de sua responsabilidade.

O caráter profissional da atividade é destacado por Bruno Miragem, sendo caracterizada como atividade econômica, uma vez que o fornecedor a desenvolve visando determinada vantagem econômica – geralmente a contraprestação pecuniária ou remuneração¹⁰³. Ambas as características, habitualidade e remuneração, devem ser consideradas no âmbito da economia de compartilhamento para a caracterização e diferenciação das atividades exercidas pelas plataformas daquelas praticadas pelos seus colaboradores. No que se refere à habitualidade, é possível vislumbrar que os aplicativos e sites permanecem com seus serviços disponíveis, no mais das vezes, de forma ininterrupta, ou seja, a qualquer hora se pode contratar uma estadia em um imóvel ou solicitar um serviço de transporte, não havendo dúvidas sobre a presença da habitualidade na sua atividade.

Por outra via, os colaboradores e fornecedores diretos, em muitos casos atuando na qualidade de civis que tentam angariar recursos com o tempo que lhes resta da rotina diária ou através do empréstimo e compartilhamento de bens que não estão sendo utilizados naquele momento, não necessariamente permanecem disponíveis para praticar tais atividades de forma habitual. Esses usuários possuem a faculdade de permanecerem conectados por períodos indeterminados sem oferecer tais serviços diferentemente das plataformas que se mantêm *online* a todo tempo. Pode-se dar, como exemplo, o motorista de aplicativos como o 99POP ou

¹⁰¹ MARQUES, Cláudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 111, p. 247-268, mai-jun. 2017, p. 251.

¹⁰² MUCELIN, Guilherme. *Peers Inc.: A nova Estrutura da Relação de Consumo na Economia Compartilhada*. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 118, ano 27, p. 77-126, jul-ago, 2017, p. 102.

¹⁰³ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*, 6. ed. São Paulo: RT, 2016. p. 178.

Uber, que possuem a faculdade de regular o tempo que ficarão disponíveis para realizar as viagens.

Sabe-se, também, que, para atuar nesses ambientes virtuais, a condição de profissional não é exigida pelas plataformas como requisito fundamental para aqueles usuários que se propõem a realizar a prestação do serviço. Pode-se mencionar, como exemplo, o anfitrião do *Airbnb*, que não necessita ser um profissional da área de hotelaria e turismo para receber pessoas, por períodos curtos de tempo, em seus imóveis e prestar-lhes suporte como se seus hóspedes fossem. Observa-se, nesse sentido, que, se tomados como parâmetros para classificação como fornecedores apenas a habitualidade, remuneração e profissionalidade, esses agentes não seriam, em linha de princípio, considerados fornecedores.

A doutrinadora Claudia Lima Marques denomina esse personagem das relações de compartilhamento “fornecedor aparente”¹⁰⁴, já que faria as vezes de um profissional e tradicionalmente estabelecido, mas não pode ser classificado verdadeiramente como fornecedor. Enuncia a autora que os fornecedores principais são aqueles que atuam como verdadeiros guardiões do acesso (*gatekeepers*), administrando esses serviços. Define, então, o fornecedor como sendo “aquele que abre a porta do negócio de consumo que muitas vezes ele não realiza, mas intermedeia e por vezes coordena mesmo o pagamento”.¹⁰⁵

Como aponta Robin Chase, as pessoas (*peers*) escolhem participar de uma plataforma porque uma entidade maior (a *Inc.*) investiu muito tempo e dinheiro, transformando algo complexo e dispendioso em algo simples e barato¹⁰⁶. Vislumbra-se, por conseguinte, um trabalho profissional, de longo prazo, com diversos investimentos nas tecnologias a serem aplicadas à plataforma, atividade típica da esfera empresarial. Assevera a autora que o papel das *Inc.* é o de “[...] criar plataformas de participação e colocar os ativos da grande empresa, instituição ou governo (como faturamento ou mapas de satélite) nas mãos dos *peers* participantes, menores e autônomos”, o que corrobora com a ideia de que estes são os verdadeiros fornecedores das relações de economia compartilhada.

¹⁰⁴ MARQUES, Cláudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 111, p. 247-268, mai - jun. 2017, p. 252.

¹⁰⁵ Idem, p. 252.

¹⁰⁶ CHASE, Robin. *Economia Compartilhada: Como pessoas e plataformas da Peers Inc. estão reinventando o capitalismo*. São Paulo: HSM, 2015, p.37.

Esses atores, portanto, são responsáveis por controlar os espaços de ligação dos pares (fornecedores aparentes e consumidores-usuários), oferecendo-lhes, não apenas um local para tratativas e comunicação, como também, todo o suporte para que essa interação ocorra de forma ordenada e bem-sucedida. Ao final, esses agentes acabam por se beneficiar, direta ou indiretamente dos resultados dessas transações. Como preconiza Claudia Lima Marques, na mesma linha de pensamento de Bruno Miragem, “na maioria das vezes, se não em sua quase totalidade, é relação de consumo, contaminada pela presença do fornecedor, guardião do acesso”¹⁰⁷. Conclui-se, pois, que essa relação que, *a priori*, seria puramente civil, baseada em iguais, isto é, dois consumidores (pares), é, em verdade, uma relação consumerista, atraindo, portanto, a incidência do CDC.

Constatada assim a incidência do CDC nessas relações e identificados os personagens que as compõem, quais sejam, as plataformas, figurando como verdadeiras fornecedoras de serviços na maioria dos casos, os consumidores provedores ou fornecedores aparentes, participando como fornecedores diretos dos serviços, e os consumidores usuários desses serviços, passa-se a analisar as características da responsabilidade nas relações de economia compartilhada. Destaque-se que o objetivo do presente trabalho não é de esgotar o tema, tendo em vista a pluralidade de plataformas, bem como a diversidade de produtos e serviços oferecidos e da variação dos papéis de cada agente em cada plataforma, mas sim trazer uma visão geral da proteção dos consumidores nos casos de falha na prestação de serviços.

3.3 DAS CARACTERÍSTICAS DE RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE ECONOMIA COMPARTILHADA

De início, deve-se considerar, em meio a essa dinâmica, a existência de uma cadeia de fornecimento nas relações de economia compartilhada. Por mais que os colaboradores não forneçam os serviços diretamente aos demais pares de forma habitual e profissional, a ligação deles com a plataforma inevitavelmente os insere em nessa linha de fornecimento. Como ensina Claudia Lima Marques, todos que

¹⁰⁷ MARQUES, Cláudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 111, p. 247-268, mai - jun. 2017, p. 252.

participam da cadeia de fornecimento de produtos ou de serviços, tendo eles relação contratual ou extracontratual com o consumidor, sejam eles os organizadores da cadeia (plataformas) ou demais partícipes do fornecimento direto e indireto da prestação de serviço, são considerados fornecedores à luz do Código de Defesa do Consumidor.¹⁰⁸

Importante destacar a incidência dos artigos 5º, inciso VII, e 15 da Lei 12.965/14¹⁰⁹, Marco Civil da Internet¹¹⁰, pode ser interpretada de forma a tipificar o personagem em comento como um provedor de aplicações, tendo em vista que, através da *internet*, alimenta essa modalidade econômica por meio de sites ou aplicativos e controla a oferta dos serviços. Por conseguinte, tais agentes atraem para si os deveres impostos por esta lei, tais como os de informação, proteção de dados pessoais, privacidade, e podem vir a ser responsabilizados pelo descumprimento de tais diretrizes.

Além disso, sabe-se que esses fornecedores não figuram como meros facilitadores de comunicação, mas sim como estruturadores de todo o modelo mercadológico, tendo, na maioria dos casos, ingerência direta nas obrigações assumidas pelas partes¹¹¹. Isso se deve, não apenas ao fato de possuírem o poder de impor normas e contratos, podendo até estabelecer penalidades por mau comportamento e normas de reembolso¹¹², mas também, como já demonstrado, dos benefícios indiretos que auferem com tal dinâmica mercadológica.

Conforme elucubra Bruno Miragem, o CDC e a legislação de proteção ao consumidor no mundo optam por um regime de responsabilidade objetiva dos fornecedores de produtos e serviços no mercado de consumo.¹¹³ O Código prevê, de

¹⁰⁸ MARQUES, Cláudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 111, p. 247-268, mai - jun. 2017, p. 257.

¹⁰⁹ BRASIL. Lei 12.965, disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm>. Acesso em 28 Out. 2018.

¹¹⁰ Sobre o tema, consultar: RODRIGUES JUNIOR, Otavio Luiz. Primeiras considerações sobre o Marco Civil da Internet. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2014-abr-23/direito-comparado-primeiras-consideracoes-marco-civil-internet>>. Acesso em: 05 Dez. 2018. OLIVEIRA, Carlos Eduardo Elias de. *Aspectos principais da lei 12.985/2014, o Marco Civil da Internet*: subsídios à comunidade jurídica. *Revista de Direito das Comunicações*, São Paulo, v. 7/2014, jan-jun. 2017, p. 271-289.

¹¹¹ MUCELIN, Guilherme. *Peers Inc.: A nova Estrutura da Relação de Consumo na Economia Compartilhada*. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 118, ano 27, p. 77-126, jul-ago, 2017, p. 102.

¹¹² CHASE, Robin. *Economia Compartilhada: Como pessoas e plataformas da Peers Inc. estão reinventando o capitalismo*. São Paulo: HSM, 2015, p.36.

¹¹³ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*, 6. ed. São Paulo: RT, 2016. p. 571.

maneira expressa, nos artigos 12 e 14, a responsabilização pelos chamados acidentes de consumo, sendo ressalvada a responsabilidade dos profissionais liberais, prevista no §4º do art. 14, onde a culpa será levada em consideração para fins de responsabilização. Tal modalidade de responsabilidade admite, portanto, que o fornecedor seja responsabilizado independentemente da existência de culpa, sendo necessária apenas a existência do dano e do nexo de causalidade entre a sua conduta e o evento danoso¹¹⁴.

Na visão do mencionado autor, a responsabilidade objetiva baseia-se na teoria do risco, que surge para resolver as questões que a teoria da culpa, dada a complexidade da vida moderna, não conseguiu solucionar.¹¹⁵ Para o doutrinador, no direito do consumidor, o fundamento essencial do regime de responsabilidade objetiva do fornecedor é a teoria do risco-proveito.¹¹⁶ Como já verificado no presente capítulo, as plataformas, por atuarem como fornecedoras profissionais no contexto da economia compartilhada, organizando a atividade, assumem seus próprios riscos, atraindo para si os deveres de escolha e vigilância, o que implica na responsabilidade pelos serviços prestados por seus colaboradores¹¹⁷.

Destaque-se também a solidariedade existente entre a plataforma e o fornecedor direto dos serviços no que tange à responsabilidade em relação a vícios na prestação dos serviços (art. 20 do CDC) ou acidentes de consumo (art. 14 do CDC), com fundamento no artigo 7º, parágrafo único, do CDC que expressamente prevê a solidariedade entre os responsáveis por danos aos consumidores. A partir do momento que o consumidor firma contrato com a plataforma, confia tanto na plataforma quanto no agente a ela vinculado e por ela indicado para realizar a atividade. A confiança, que nasce tanto da reputação dos seus colaboradores, oriunda dos mecanismos de avaliação internos, como do poder da marca, gera legítimas expectativas de que o serviço será prestado de uma determinada forma,

¹¹⁴ MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*, 4.ed. São Paulo: RT, 2006, p. 479.

¹¹⁵ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*, 6. ed. São Paulo: RT, 2016. p. 571.

¹¹⁶ Sobre o tema: CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de Responsabilidade Civil*. 12. Ed. São Paulo: Atlas, 2015, p. 216.

¹¹⁷ MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*, 4.ed. São Paulo: RT, 2006, p. 480.

com a qualidade esperada e a segurança de que nada sairá do que foi previsto contratualmente¹¹⁸.

Assim, tanto o organizador dessas relações quanto aquele que concretiza o serviço possuem dos deveres de boa-fé e respondem de forma solidária por eventuais frustrações de expectativas e danos decorrentes da atividade. Esta solidariedade dos fornecedores tem em vista a efetividade da proteção do interesse do consumidor, permitindo o alcance mais amplo possível ao exercício das opções estabelecidas em lei, pelo consumidor.¹¹⁹ Como conclui Schwartz, reconhecendo aí a figura da plataforma como fornecedor fiduciário, conceito já definido em tópico anterior, ao mesmo poderá ser infringida a responsabilidade por vícios e defeitos dos produtos ou serviços prestados pelos fornecedores finais, nos termos dos artigos 12 a 20 do CDC.¹²⁰

Reconheça-se, por fim, que, de acordo com o artigo 13, parágrafo único, do CDC, aquele integrante da cadeia que arcou com o valor integral da reparação de danos possui em relação aos demais direito de regresso para cobrar deles o que lhes era devido pagar ao consumidor. Tal previsão decorre da teoria de divisão de riscos pelos agentes econômicos.¹²¹ Conclui-se, dessa maneira, não se descartando outras hipóteses divergentes oriundas da análise casuística, que os fornecedores principais (plataformas) e os fornecedores diretos (pares) de serviços nas relações de economia compartilhada respondem solidária e objetivamente pelos danos causados aos consumidores usuários desses serviços, havendo a possibilidade de direito de regresso face os demais integrantes da cadeia de fornecimento na medida de suas responsabilidades.

¹¹⁸ OLIVEIRA, Amanda Flávio de. *Economia colaborativa e desafios ao ordenamento jurídico brasileiro*: primeiras reflexões. Revista de Direito do Consumidor, vol. 115, ano 27, São Paulo: RT, 2018, p. 491.

¹¹⁹ MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor, 6. ed. São Paulo: RT, 2016. p. 660.

¹²⁰ SCHWARTZ, Fabio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 111, p. 221-246, ano 26, mai-jun, 2017, p. 244.

¹²¹ MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor, 6. ed. São Paulo: RT, 2016. p. 623.

4. DO SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR.

Identificados os personagens dessa nova modalidade e delineada a responsabilidade civil com base no CDC, verificar-se-á, no presente capítulo, os principais problemas relatados pelos consumidores em relação aos produtos e serviços prestados através das plataformas de economia compartilhada e como vem sendo resolvidos. Tendo como foco o combate às práticas abusivas e à prevenção de danos aos consumidores, far-se-á uma reflexão acerca do papel do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, identificando as medidas adotadas pelos integrantes desse Sistema face essa nova modalidade de mercado. Questiona-se, pois, de que forma vem atuando para a dos direitos dos consumidores? Existem núcleos especializados para fiscalização desses agentes?

Busca-se aqui, também, a demonstração do papel das instituições responsáveis pela proteção administrativa dos consumidores e sua interação com os consumidores e demais entidades do Sistema Nacional de Proteção do Consumidor (SNDC). Além disso, investigar-se-á a presença de reclamações, denúncias e processos administrativos que tratem de casos envolvendo relações de economia compartilhada na comarca de Salvador, a fim de mapear os conflitos nessa área e descobrir quais as soluções vêm sendo dadas. Outrossim, serão coletadas informações acerca da existência de núcleos especializados em consumo por compartilhamento e trazidas algumas sugestões de atuação da sociedade civil organizada e dos órgãos para melhoria na fiscalização e resolução de conflitos nova modalidade econômica.

Além disso, buscar-se-á analisar o panorama atual do SNDC, destacando-se a importância da atuação do Poder Público, através de órgãos como os PROCONs, CODECONs, o Ministério Público, utilizando-se do poder de polícia que lhes é conferido para a fiscalização desses agentes de mercado, eventualmente aplicando sanções em caso de descumprimento das normas que regem as relações de consumo. Ademais, será debatida a relevância prática da união de esforços desses agentes estatais com a sociedade civil organizada, através das associações civis, para a promoção da educação dos consumidores, prevenção e mitigação de danos.

A partir da coleta de dados como o número de ações judiciais, reclamações no site “Reclame Aqui”, bem como representações no MP e nos órgãos de proteção

e defesa dos consumidores, verificar-se-á, como vem sendo resolvidos os conflitos e de que forma os poderiam ser otimizadas essas resoluções, prezando-se por alternativas extrajudiciais. Realizar-se-á, então, uma reflexão acerca das possíveis medidas a serem tomadas para a harmonização dessa nova modalidade de econômica com as normas aplicáveis às relações de consumo, principalmente no que diz respeito à prevenção de danos, à busca pela solução ágil de conflitos e pela educação dos consumidores.

4.1 CONSIDERAÇÕES GERAIS

A Lei 8.078/90, reconhecendo a vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo¹²², enuncia os princípios a serem seguidos nas relações contratuais, elencando as iniciativas a serem tomadas pelo Estado para a garantia desses interesses através da Política Nacional das Relações de Consumo. Analisar-se-á, também, no presente capítulo, como vêm se desenvolvendo as iniciativas públicas e particulares no que diz respeito às relações de economia compartilhada, buscando-se entender o papel do Poder Público e a relevância dessa intervenção em conjunto com a sociedade civil organizada para a proteção dos direitos fundamentais, não apenas dos usuários, mas de todos aqueles que participam dessa modalidade econômica.

Tal política, na visão de Leonardo Medeiros Garcia, tem como objetivo a “[...] harmonização entre os interesses dos consumidores e dos fornecedores, compatibilizando a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico com a defesa do consumidor.”¹²³ Essa compatibilização, extremamente necessária para o equilíbrio financeiro do país, depende de uma fiscalização e acompanhamento dos agentes de mercado e das atividades que vêm desenvolvendo. Por este motivo, o Código de Defesa do Consumidor, através do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), busca estimular a criação de órgãos e entidades responsáveis por desenvolver uma integração entre os diversos personagens das relações de consumo, com vistas ao alcance de uma aplicação eficiente das normas consumeristas.

¹²² Sobre o tema, consultar: MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*, 4.ed. São Paulo: RT, 2006, p. 228-230.

¹²³ GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do Consumidor*. Código Comentado e Jurisprudência, 8. ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2012, p. 44.

O artigo 4º do CDC, por sua vez, enumera como objetivos o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo.¹²⁴ Tais objetivos devem ser tomados aqui como parâmetro para as reflexões acerca da realidade atual e das dificuldades enfrentadas pelos usuários de aplicativos e *websites* no contexto dessas relações de compartilhamento. Como Leciona Claudia Lima Marques, tal artigo, possui um caráter principiológico, fazendo parte do rol das “normas narrativas”, as quais são “usadas para interpretar e guiar, melhor dizendo, ‘iluminar’ todas as outras normas do microssistema.”¹²⁵

Em seu inciso II, o mesmo artigo elenca as formas de ação governamental e controle administrativo a serem desenvolvidos para a proteção dos consumidores, quais sejam, a iniciativa direta, o incentivo à criação e desenvolvimento de associações representativas, a presença do Estado no mercado de consumo e a garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho. O Princípio do Dever Governamental, nas palavras de Leonardo Medeiros Garcia, indica a responsabilidade do Estado em “[...] proteger efetivamente o consumidor, intervindo no mercado para evitar distorções e desequilíbrios”.¹²⁶ Observa-se, por conseguinte, a vontade legislativa de comunicação entre os diversos atores do mencionado sistema e confluência dos seus esforços direcionados à proteção dos direitos e garantias dos consumidores.

Com escopo na teoria do órgão, pode-se definir o órgão público como uma unidade que congrega atribuições exercidas pelos agentes públicos que o integram com objetivo de expressar a vontade do Estado.¹²⁷ Como leciona Celso Antônio Bandeira de Mello, os órgãos da Administração Pública “são unidades abstratas que sintetizam os vários círculos de atribuição do Estado”¹²⁸, não passando de “simples partições da pessoa jurídica cuja intimidade estrutural integram, isto é, não têm

¹²⁴BRASIL. Lei 8.078/90, *Código de Defesa do Consumidor*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 31.10.2018.

¹²⁵ MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*, 4.ed. São Paulo: RT, 2006, p.227.

¹²⁶ GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do Consumidor*. Código Comentado e Jurisprudência, 8. ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2012, p. 44.

¹²⁷ PIETRO, Maria Sylvia Zanella Di. *Direito Administrativo*. 25. ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 575.

¹²⁸ MELLO, Celso Antônio Bandeira de. *Curso de Direito Administrativo*. 33. ed. São Paulo: Malheiros, 2016, p. 144.

personalidade jurídica”¹²⁹. O autor elenca que os órgãos são círculos de atribuições, competência, entendendo-se estas últimas como poderes-deveres, tendo em vista que seus agentes, investidos nesses poderes os utilizam para atingir as finalidades dispostas na lei, ou seja, para que possam “cumprir o dever legal de suprir os interesses concebidos em proveito da coletividade”¹³⁰ atingindo, assim, os resultados almejados.

Ressalte-se que, na qualidade de órgãos ou entidades da Administração Pública, direta ou indireta, o exercício do poder de polícia é essencial para coibir práticas ilegais e violadoras dos direitos dos consumidores. Entende-se como poder de polícia, a prerrogativa do Poder Público de intervir órbita do interesse privado para salvaguardar o interesse público, restringindo direitos individuais.¹³¹ O artigo 56 do CDC elenca diversas sanções aplicáveis em caso de infração às normas do código, havendo, inclusive, a possibilidade de cumulação das penalidades.

Vale destacar, também, o papel das agências reguladoras¹³², autarquias responsáveis por fiscalizar e regulamentar atividades de consumo. Como ensina Claudia Lima Marques, “o artigo 7º do CDC autoriza a aplicação das normas regulamentares oriundas dessas agências conjuntamente com o CDC, se assegurarem direitos aos consumidores”¹³³, ou seja, “em um diálogo das fontes em favor dos consumidores”¹³⁴. Apesar de não se ter, no Brasil, uma entidade de tal natureza para a área das relações digitais, a sua criação em muito colaboraria para a regulamentação de diversas atividades novas - como as de economia compartilhada - facilitando o diálogo do Marco Civil da Internet e leis específicas da área, como a Lei 13.640 de 2018, com o CDC.

O mercado eletrônico, na visão de Modenesi, atualmente “vive um paradoxal descompasso”¹³⁵, tendo em vista que, apesar de as transações nacionais e

¹²⁹ Idem, p. 144.

¹³⁰ Ibidem, p. 146.

¹³¹ CARVALHO FILHO, José dos Santos. *Manual de Direito Administrativo*. 29. ed. São Paulo: Atlas, 2015, p.76.

¹³² Para aprofundamento no tema, indica-se: CARVALHO FILHO, José dos Santos. *Manual de Direito Administrativo*. 29. ed. São Paulo: Atlas, 2015, p.498-502; PIETRO, Maria Sylvia Zanella Di. *Direito Administrativo*. 25. ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 575; MELLO, Celso Antônio Bandeira de. *Curso de Direito Administrativo*. 33. ed. São Paulo: Malheiros, 2016, p. 174-187.

¹³³ MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*, 4.ed. São Paulo: RT, 2006, p.230-231.

¹³⁴ Idem, p.231.

¹³⁵ MODENESI, Pedro. Contratos eletrônicos de consumo: Aspectos doutrinário, legislativo e jurisprudencial. In: Guilherme Magalhães Martins (Coord.). *Direito Privado e Internet*. São Paulo: Atlas, 2014, p. 357.

internacionais, via *e-commerce*, serem rápidas, econômicas e realizadas de modo simples, “as lides levadas aos sistemas jurídicos convencionais são solucionadas de maneira complexa, morosa e dispendiosa - o que demonstra a dificuldade do Judiciário em resolver os conflitos da contemporânea sociedade de consumo”¹³⁶. Nesse sentido, como aponta o autor, “o comércio eletrônico requer um sistema de resolução de conflitos igualmente célere, conveniente e internacionalmente acessível”¹³⁷, devendo ser estimulados os processos de criação e aperfeiçoamento desses mecanismos.¹³⁸

O desenvolvimento de técnicas de resolução *on-line* de conflitos, como a mediação- através da qual um terceiro auxilia as partes envolvidas na disputa a alcançarem um acordo - ou por meios propriamente criados pelas plataformas, como auxílio tecnologia digital, pode proporcionar um ambiente adequado à autocomposição. Todavia, o consumidor tem de ser muito bem informado e consentir de forma livre e consciente, com o a via trazida por esses contratos. A atuação de órgãos estatais na fiscalização do resguardo às garantias dos consumidores, bem como acerca da eficiência desses métodos, afigura-se como atividade fundamental para coibir a supressão de direitos e prezar pela manutenção do equilíbrio nessas relações.

Essa tarefa de fiscalização, no que tange às relações de economia compartilhada, se mostra necessária para coibir, por exemplo, práticas como a demora injustificada na resolução dos conflitos internos ou a ausência de comunicação satisfatória com a plataforma, aspectos expressamente protegidos pelo Decreto 7.962/2013, conforme delineado no item 2.4 do presente trabalho. Casos como o cancelamento repentino do aluguel de um imóvel, quando não resolvido de maneira ágil, podem ocasionar prejuízos aos consumidores, tais como a permanência em locais desconhecidos sem o auxílio de uma acomodação por superlotação decorrente de períodos de alta estação.

Pode-se elencar, também, como exemplo de atividade que merece a atenção e atuação do Poder Público, a de serviços de transporte individual de

¹³⁶ Idem, p. 357.

¹³⁷ Ibidem.

¹³⁸ Sobre o tema: EKLUND, *Per. Eletronic marketing from a consumer law perspective*. In: WILHELMSONS, Thomas; TUOMINEM, Salla; and TUOMOLA, Heli (Ed.). *Consumer law in the information society*. The Hague: Kluwer Law International, 2001. THANG, Zheng Sofia. *Studies in private international law*. v.1. *Electronic consumer contracts in the conflict of laws*. Oxford: Hart Publishing, 2009.

passageiros realizada por particulares. Os serviços dos aplicativos Uber e 99Pop, empresas cujos serviços que vem tendo uma boa aceitação na comarca de Salvador, necessitam obedecer não apenas às normas de segurança impostas a todos os motoristas, como também oferecer ao consumidor um serviço de qualidade, a preços módicos e seguro. Por esse motivo, os entes que integram o Sistema Nacional de Proteção e Defesa dos Consumidores, devem atuar de forma coesa e integrada para “acompanhar essa novel modalidade de economia do compartilhamento, evitando-se que haja um declínio das características positivas atuais”¹³⁹ mantendo-se assim preços justos, adequação e eficiência na atividade, fatores de extrema relevância aos consumidores.

Nesse sentido, investigar a atuação das plataformas, intervir, quando necessário, para o cumprimento das obrigações assumidas por esses agentes é fundamental para dar segurança aos usuários. Para tanto, necessário se faz o conhecimento acerca das funções dos integrantes do SNDC, elencando-se de que forma podem atuar e de que maneira pode ser estimulado o diálogo entre a população em geral e esses órgãos e entidade do Poder Público.

4.2 DOS INTEGRANTES DO SISTEMA NACIONAL DE PROTEÇÃO DOS CONSUMIDORES.

Previsto expressamente no artigo 105 do CDC, o Sistema Nacional de Proteção do Consumidor é formado por os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal, municipais e as entidades privadas de defesa do consumidor¹⁴⁰. Podem ser elencados, como exemplos, o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) na esfera federal, os PROCONs estaduais e municipais, o CODECON, órgão do Município de Salvador, e a Associação Baiana de Defesa Do Consumidor (ABDECON), associação civil que atua na defesa dos interesses dos

¹³⁹ SILVA, Joseane Suzart Lopes da. O transporte remunerado individual de passageiros no Brasil por meio de aplicativo: a lei 13.640/2018 e a proteção dos consumidores diante da economia do compartilhamento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 118, ano 27, p.151-192, jul-ago, 2018, p.184.

¹⁴⁰ BRASIL. *Código de Defesa do Consumidor*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 31 Out. 2018.

consumidores.¹⁴¹ Destaque-se, também o papel do Ministério Público, instituição de suma importância para esse sistema.

A atuação dessas entidades e órgãos auxiliares ao Judiciário se mostra extremamente necessária não só para fiscalização e combate às práticas abusivas, mas também para a prevenção e mitigação de danos aos consumidores, podendo inclusive atuar como grandes incentivadores da autocomposição. Além disso, o fomento à pesquisa e a descoberta dos novos desafios dos consumidores, através desses agentes, é essencial para que todo o sistema se organize e atue de forma eficiente e planejada.

Como exemplo da atuação da União, o Diploma Consumerista estabelece, no artigo 106, ao Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, que compõe a Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça, competências específicas, dentre as quais a de coordenação do SNDC. Esta previsão legislativa é espécie de intervenção da Administração para adequação e defesa dos interesses do consumidor.¹⁴² Nesse sentido, a União, através do Decreto 2.181 de 1997 traça as diretrizes a serem adotadas pelo Departamento, bem como pelas entidades estaduais e municipais, organizando e estipulando as competências de cada um e os poderes desses agentes para o combate às abusividades. Estipula, ainda, os procedimentos administrativos e as sanções aplicáveis em caso de descumprimento do Decreto.¹⁴³

Ressalte-se que a aplicação de tais sanções deve ser precedida de processo administrativo com contraditório e ampla defesa, princípios consagrados, segundo o art. 5.º, LV da CF/1988, tanto aos processos de natureza judicial quanto administrativa. A Lei 9.784/99 também preconiza, em seu artigo 2º, diversos princípios a serem seguidos no processo administrativo, sendo utilizada como norma

¹⁴¹ A Associação Baiana de Defesa do Consumidor é um projeto de extensão da Universidade Federal da Bahia, formado por estudantes que atuam, de forma voluntária, na promoção e expansão da defesa coletiva dos consumidores. Sua atuação compreende promoção de estudos sobre diversas temáticas consumeristas, trabalhos educativos (palestras, visitas a escolas, etc.), além de atuar judicialmente na tutela coletiva dos direitos dos consumidores. Disponível em: <<http://abdecon.com.br/>>. Acesso em: 06 dez. 2018.

¹⁴² AMARAL, Luiz. O Código, a Política e o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 6, p. 69-75, abr-jun. 1993, p. 69-71.

¹⁴³BRASIL. Decreto 2.181/97 Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1997/decreto-2181-20-marco-1997-445015-publicacaooriginal-1-pe.html>> Acesso em: 01.11.2018.

geral de tal instituto.¹⁴⁴Tais garantias, conforme artigo 42 do Dec. 2.181/97, no processo administrativo do consumidor, são efetivadas a partir da notificação do acusado de infração aos direitos do consumidor, a qual deverá ser instruída com a cópia da peça inicial do processo, sendo consagrado a este o prazo de 10 (dez) dias para respondê-la.

Todavia, em determinados casos, os procedimentos administrativos não são capazes de abarcar a complexidade dos casos e não há outra saída senão recorrer ao Poder Judiciário. Como aduzem os juristas Leonel Severo Rocha e Ana Paula Atz, tal Poder ocupa uma posição central no que tange à solução de litígios, pois “são os tribunais que decidem se aquilo é um conflito ou não e, ademais, o sistema jurídico coage os tribunais à decisão, sendo que nem o legislador e nem as partes privadas o fazem”¹⁴⁵. Entretanto, como se observa do dia-a-dia forense, as varas e juizados especializados nas relações de consumo estão sobrecarregados e já não comportam a quantidade de demandas judiciais¹⁴⁶.

Os mencionados autores, baseados nas ideias de Gunther Teubner apontam que, considerando a complexidade desse subsistema das relações de consumo, os tribunais necessitam de um apoio normativo em paralelo a ser produzido por organizações “através da comunicação ou intervenção indireta no direito” com a finalidade de construir caminhos alternativos. Tais instituições seriam responsáveis, assim, pela construção de um sistema de normas cogentes capazes de auxiliar o Poder Judiciário na estabilização de expectativas e resolução dos conflitos¹⁴⁷.

Nesse sentido, o Código consagrou, para além da via judicial, garantida constitucionalmente com base no princípio do acesso à Justiça¹⁴⁸, a via administrativa, com responsabilidades específicas para cada ente federado, conforme se depreende do artigo 55, §1º, do CDC. Atribui-se a esses órgãos, além dos deveres de fiscalização das práticas de mercado e educação dos consumidores,

¹⁴⁴ BRASIL. Lei 9.784/99. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9784.htm Acesso em: 02 Nov. 2018.

¹⁴⁵ ROCHA, Leonel Severo; ATZ, Ana Paula. *As Organizações Auxiliares ao Poder Judiciário na Complexidade da Semântica do Consumo*. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, vol. 83, jun-set, 2012, p.59.

¹⁴⁶Vide informações no Anuário de Justiça. Disponível em: <http://www.cnj.jus.br/files/conteudo/arquivo/2018/08/44b7368ec6f888b383f6c3de40c32167.pdf> Acesso em: 02 Nov. 2018.

¹⁴⁷ ROCHA, Leonel Severo; ATZ, Ana Paula. *As Organizações Auxiliares ao Poder Judiciário na Complexidade da Semântica do Consumo*. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, vol. 83, jun-set, 2012, p.58.

¹⁴⁸CUNHA JR, Dirley da. *Curso de Direito Constitucional*. 4.ed. Salvador: JusPodivm, 2010, p.699-700.

o exercício do poder de polícia¹⁴⁹, sendo elencadas, no artigo 56, diversas penalidades aplicáveis em caso de descumprimento das normas elencadas no CDC.

No estado da Bahia, o Decreto 10.388, de 2007, em seu artigo 14, regulamenta a atuação do PROCON-BA (Superintendência de Proteção e Defesa do Consumidor) e traz como atribuições do órgão, por exemplo, o esclarecimento de dúvidas dos consumidores acerca de seus direitos; promoção de autocomposição através da participação em audiências de conciliação entre interessados; instauração de procedimentos administrativos para apuração de irregularidades; promoção ações educativas dos consumidores; dentre outras.¹⁵⁰ Da mesma forma, pode-se elencar o CODECON, órgão da Secretaria de Ordem Pública Município de Salvador, criado pelo Decreto 11.747, de 1997, com atribuições muito semelhantes às dos PROCONs.¹⁵¹

Destaque-se, também, o papel fundamental desses agentes para a construção de conhecimento, visto que, ambos possuem como atribuições o fomento à pesquisa e estudos voltados para a seara consumerista. Considerando que, a cada dia, surgem novas modalidades contratuais e práticas mercadológicas ligadas à *sharing economy*, não se pode deixar de investigar as suas nuances para a aplicação correta dos institutos legais. Não se pode olvidar que a oitiva dos consumidores acerca dos mecanismos internos de resolução de conflitos e sua eficácia são de extrema importância para balizar a atuação dos agentes públicos, visto que aos consumidores incumbe a tarefa de repassar às autoridades e órgãos estatais os desafios enfrentados no dia-a-dia de mercado.

Não se pode deixar de reconhecer o papel fundamental do Ministério Público, instituição permanente e essencial à Justiça, conforme artigos 127 e 129 da Constituição Federal de 1988, como um dos principais agentes que atuam no combate às práticas abusivas e em desconformidade com o CDC. Como afirma

¹⁴⁹ Sobre o tema: CARVALHO FILHO, José dos Santos. *Manual de Direito Administrativo*. 29. ed. São Paulo: Atlas, 2015; PIETRO, Maria Sylvia Zanella Di. *Direito Administrativo*. 25. ed. São Paulo: Atlas, 2011; MELLO, Celso Antônio Bandeira de. *Curso de Direito Administrativo*. 33. ed. São Paulo: Malheiros, 2016.

¹⁵⁰ BAHIA. Decreto 10.388/07. Disponível em <http://www.legislabahia.ba.gov.br/documentos/decreto-no-10388-de-27-de-junho-de-2007#art3> Acesso em: 02 Nov. 2018.

¹⁵¹ Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/ba/s/salvador/decreto/1997/1174/11747/decreto-n-11747-1997-altera-o-regimento-da-secretaria-municipal-de-servicos-publicos-e-da-outras-providencias> Acesso em: 02 Nov. 2018.

Claudia Lima Marques, o papel do Ministério Público¹⁵² continua decisivo para a proteção do consumidor, “seja como órgão de conciliação, seja como legitimado para ação civil pública”¹⁵³ sendo fundamental também a sua atuação como “órgão legitimado para propor ação de controle em abstrato das cláusulas abusivas, segundo o §4º do art.51”¹⁵⁴. Atuando não apenas na defesa dos interesses direitos difusos e coletivos através da promoção de inquérito civil e ação civil pública, o MP promove e estimula a autocomposição firmando Termos de Ajustamento de Conduta evitando assim que diversos casos cheguem ao Judiciário.

Sua atuação conjunta com os PROCONs pode trazer diversos resultados positivos no que diz respeito à eficiência das ações judiciais, principalmente em áreas novas como é o caso da economia compartilhada. Tais órgãos, tendo em vista a sua atribuição de representar ao *parquet*, para que tome as medidas judiciais cabíveis, visto que se colocam mais próximos aos consumidores e às práticas de áreas específicas do mercado econômico, acabam por instruir de forma mais completa e dar mais elementos para que o MP atue judicialmente.

O incentivo, portanto, a uma proximidade maior desses órgãos, tanto entre si, quanto com os consumidores, estimulando a educação e informação dos mesmos, contribui para o equilíbrio das relações de consumo. O consumidor consciente e inteirado dos seus direitos participa da fiscalização de forma mais ativa e acaba por dialogar com as instituições auxiliares ao poder Judiciário, diminuindo então a carga deste último. Em adição ao exposto, o protagonismo e o incentivo à autocomposição, principalmente por parte dos PROCONs e Ministério Público, em muito contribui para a diminuição do número de ações judiciais, melhorando, por conseguinte o acesso à justiça.

4.3 DO PAPEL DA SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA

Para além das instituições governamentais, a sociedade possui a capacidade de se organizar através de instituições e entidades particulares de

¹⁵² Sobre o tema: BARROS, Raimundo Gomes de. Ministério Público: sua legitimação frente ao Código do Consumidor. Revista Trimestral de Jurisprudência dos Estados, São Paulo, v. 19, n. 139, p. 53-72, ago. 1995.

¹⁵³ MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*, 4.ed. São Paulo: RT, 2006, p.231

¹⁵⁴ Idem.

forma a viabilizar um controle e fiscalização maiores sobre fornecedores principalmente quando se trata de novas figuras que surgem no mercado. Explanar-se-á no presente tópico sobre o papel das associações de proteção do consumidor e a sua importância para o desenvolvimento de práticas de educação e formação dos consumidores com vistas a uma participação maior dos mesmos para a manutenção dos princípios e regras dispostas no CDC.

A Constituição Federal estabelece, no art. 5º, incisos XVII ao XXI, o direito individual de associação. De acordo com Dirley da Cunha Júnior, a liberdade de associação é “o direito que assiste às pessoas de se unirem, de forma estável e duradoura, em torno de um interesse em comum, que tenha por objetivo um fim lícito.”¹⁵⁵ Os elementos presentes no associativismo são a base contratual, sua criação ocorre mediante a inscrição do ato constitutivo no respectivo registro (art. 45, do Código Civil); a permanência, há o *animus* de que a atuação da associação se prolongue no tempo; e o fim lícito, é vedada pela Constituição a criação de associações que não tenham objetivos lícitos (art. 5º, XVII, da Constituição Federal). Convém ressaltar que o direito de associação abrange as associações em sentido estrito e as sociedades, visto que aquela não tem fins lucrativos, conforme art. 53, do Código Civil.

O associativismo no Brasil pode ser compreendido em três modalidades: civil, profissional ou sindical e político. O associativismo civil é aquele que busca criar uma entidade destinada a proporcionar o exercício dos direitos civis, por exemplo, as associações de moradores, associações de pais. O associativismo sindical ou profissional visa a defesa de interesses laborais, os maiores exemplos são os sindicatos de categoria econômica ou profissional. Por fim, o associativismo político que se expressa na faculdade do indivíduo participar mais ativamente do processo político, integrando ou criando um ente partidário.¹⁵⁶ Nesse sentido, interessante compreender as associações no Direito Privado e no Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

A referida modalidade de grupamento organizado de pessoas é importantíssima no processo de fortalecimento da sociedade civil, principalmente

¹⁵⁵ CUNHA JÚNIOR, Dirley da. Curso de Direito Constitucional. 3. ed. rev. e atual. Salvador: Editora Juspodivm, 2009, p. 676.

¹⁵⁶ SILVA NETO, Manoel Jorge e. *Curso de Direito constitucional*. 8.ed. São Paulo: Saraiva, 2013, p. 702-703.

no que diz respeito à proteção e educação dos consumidores. De acordo com Theresa Bertazzo Viana, o associativismo civil é a união voluntária de indivíduos para a formação de associações civis “a fim de buscarem uma melhor visibilidade para suas lutas e reivindicações junto ao poder político e à sociedade como um todo.”¹⁵⁷ Desse modo, as associações civis consistem, a partir de Bobbio, Matteucci e Pasquino que trazem o vocábulo “associacionismo voluntário”, em uma “entidade organizada de indivíduos coligados entre si por um conjunto de regras reconhecidas e repartidas, que definem os fins, os poderes e os procedimentos dos participantes”.¹⁵⁸

Sabe-se que o ordenamento jurídico pátrio possibilita que agrupamentos humanos detenham personalidade jurídica, conferindo capacidade - para titularizar relações jurídicas e praticar atos da vida civil - e direitos próprios que ultrapassam o indivíduo considerado isoladamente. Uma associação, conforme o art. 53, do Código Civil, é a reunião de pessoas naturais que se organizam para fins não econômicos. Isto é, não visam o lucro para a partilha entre os associados, mas sim a concretização dos seus objetivos institucionais.

Para Orlando Gomes, os aspectos distintivos das demais pessoas jurídicas de Direito Privado em relação à associação, é o fim e a vinculação dos associados. Toda associação tem um fim ideal, específico e os associados não se encontram numa relação de prestações correlatas (direitos e obrigações recíprocas).¹⁵⁹ As associações, portanto, são um instrumento de realização de certas atividades e consecução de determinados fins, sejam eles literários, esportivos, acadêmicos, jurídicos, etc. e para isso são dotadas de estrutura própria com autonomia e independência para atuação.¹⁶⁰

Nessa senda, a título de exemplo, podemos citar a Associação Baiana de Defesa do Consumidor- ABDECON¹⁶¹, projeto de extensão da Universidade

¹⁵⁷ VIANA, Thereza Cristina Bertazzo Silveira. Perfil analítico das organizações e das lideranças do associativismo civil em Florianópolis/SC. 2003. 168 p. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política). Centro de Filosofia e Direitos Humanos, Universidade Federal de Santa Catarina, p. 9.

¹⁵⁸ BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. Dicionário de Política. Trad. Carmen C. Varriale et ai; coord. trad. João Ferreira. v. 02. 13. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2007, p. 64.

¹⁵⁹ GOMES, Orlando. Introdução ao direito civil. Rev., atual. e aum., de acordo com o Código Civil de 2002, por Edvaldo Brito e Reginalda Paranhos de Brito. Rio de Janeiro: Forense, 2007, p. 172.

¹⁶⁰ FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. Direito civil: teoria geral. 9. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011, p. 368.

¹⁶¹ Informações sobre a Instituição: Disponível em: <www.abdecon.com.br> Acesso em 02.11.2018.

Federal da Bahia, instituída na forma de Associação Civil. Define no artigo 5º do seu estatuto social a seguinte missão de promover, proteger e defender as garantias, prerrogativas, interesses e direitos dos consumidores, “associados ou não em caráter difuso, coletivo, individual homogêneo” adotando, para tal fim, “todas as providências admissíveis, inclusive administrativas, legislativas e judiciais, de natureza preventiva, suspensiva, reparatória e/ou punitiva”.

A mencionada instituição vem realizando, não apenas no âmbito da universidade, um trabalho educativo através de palestras, congressos, seminários e visitas a instituições escolares e centros de comércio disseminando e transmitindo para os cidadãos informações sobre direitos que muitas vezes desconhecem. Além disso, atua na fiscalização de fornecedores e diálogo com o Ministério Público e demais órgãos da Administração Pública no combate às irregularidades e ilegalidades cometidas pelos fornecedores. Quando a retificação das condutas resta infrutífera na via administrativa, atua através do ajuizamento de ações civis públicas na defesa dos consumidores.

Ressalte-se que a representação dos consumidores em juízo, através das ações civis públicas, depende do cumprimento de alguns requisitos legais previstos na Lei 7.347/85.¹⁶² Enuncia, assim a Lei, no artigo 5º, inciso V, alíneas “a” e “b” que as Associações devem cumprir 02 (dois) requisitos para que tenham a devida legitimidade para a propositura da ação civil pública, quais sejam: 1) estarem elas constituídas há pelo menos 1 (um) ano, nos termos da lei civil; e 2) terem incluídas como finalidades institucionais, a proteção ao patrimônio público e social, ao meio ambiente, ao consumidor, à ordem econômica, à livre concorrência, aos direitos de grupos raciais, étnicos ou religiosos ou ao patrimônio artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico, como é o caso da ABDECON.

A vigilância das plataformas e a coleta de dados acerca dos problemas enfrentados pelos usuários e ulterior compartilhamento com os órgãos e entidades públicas facilitam a visualização da realidade vivenciada do mercado de consumo e viabilizam a elaboração de políticas preventivas e combativas às práticas que violem os direitos previstos do CDC. Informações, por exemplo,

¹⁶² BRASIL. Lei 7.347/85. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L7347compilada.htm. Acesso em: 02 Nov. 2018.

acerca das condições de higiene e segurança dos veículos utilizados para o transporte de passageiros ou do modo como os motoristas conduzindo os automóveis são importantes para que se realize um controle acerca dos serviços prestados.

A união de esforços entre a sociedade civil organizada e os agentes públicos, no contexto aqui estudado, mostra-se, assim, de suma importância tendo em vista a dinamicidade da sociedade moderna, e as diversas e repentinas mudanças que acabam por refletir no do sistema atual de consumo compartilhado.¹⁶³Sabe-se que a atuação dos órgãos através do controle de práticas abusivas não é suficiente para abarcar a complexidade de todo o modelo econômico da economia compartilhada, posto que nem sempre os órgãos dispõem de recursos humanos e técnicos para realizar essa fiscalização. Faz-se necessário, então, que a sociedade civil atue em conjunto com esses órgãos e entidades se fazendo presente, também, na educação dos demais consumidores através das redes sociais e demais veículos de comunicação.

4.4 ANÁLISE DO PANORAMA ATUAL E SUGESTÕES DE INICIATIVAS A SEREM TOMADAS

O panorama atual de proteção e defesa dos consumidores engloba, como já visto anteriormente, não apenas o Poder Judiciário, mas também as o órgão e entidades estatais e instituições civis. Nesse contexto, serão analisadas algumas informações e dados coletados acerca da atuação desses agentes e como vem se portando em relação à economia compartilhada. Ressalte-se que alguns questionários ainda não foram finalizados até o presente momento, mas serão apresentados os seus resultados em sede de conclusão.

Iniciando a análise a partir dos dados coletados acerca da atuação do PROCON, instituição que, na visão de Gisela Simona Viana de Souza, a cada dia, conquista mais a credibilidade do cidadão pela forma rápida e eficiente de resolução de conflitos¹⁶⁴, observou-se que, no ano de 2018, mais de 55 mil pessoas foram

¹⁶³ BAUMAN, Zygmunt. *Tempos Líquidos*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2007, p. 07.

¹⁶⁴SOUZA, Gisela Simona Viana de. *O PROCON do futuro: análise da atuação em perspectivas futuras e novos desafios*. In FILOMENO José Geraldo Brito (org.). *Tutela administrativa do*

atendidas só na Bahia.¹⁶⁵ No que diz respeito às áreas buscadas, a procura por atendimento para assuntos financeiros atingiu a porcentagem de 33,41%; produtos, 24,13%; telecomunicações 19,45%; serviços essenciais 14,89%; serviços privados 5,14%, saúde 2,4%; habitação, 0,4%; e alimentos, 0,17%.

Já no âmbito da capital baiana foram contabilizados, neste ano, mais de 06 (seis) mil atendimentos¹⁶⁶, também analisando-se por área, o atendimento para financeiros atingiu a porcentagem de 88,86%; saúde 4,32%; serviços essenciais 2,08%; telecomunicações 1,67% produtos, 1,27%; habitação, 1,05%; serviços privados 0,72%, e alimentos, 0,03%. Enviado e-mail para o PROCON e CODECON questionando sobre a existência de procedimentos administrativos relacionados à economia compartilhada, bem como sobre a núcleos especializados em combate a práticas abusivas relacionadas à temática, não foram obtidas respostas até o momento.

No contexto atual das relações de economia compartilhada, por se tratar de uma modalidade de mercado ainda muito recente, observa-se, que não há ainda dados sobre reclamações administrativas, bem como que não há um número muito expressivo de ações judiciais acerca dos serviços das plataformas na comarca de Salvador. Em relação aos processos judiciais, a UBER, por exemplo, plataforma com mais tempo de atuação no mercado soteropolitano, figura como ré em pouquíssimas ações. Conforme se depreende da pesquisa jurisprudencial realizada nos sites do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia¹⁶⁷ e Projudi¹⁶⁸ foram encontradas algumas ações judiciais tanto nas varas de consumo, onde figuram em 34 (trinta e quatro) processos, quanto nos juizados especiais, com 05 (cinco) processos.

consumidor. Atuação dos PROCONs, legislação, doutrina e jurisprudência. São Paulo: Atlas, 2015, p. 307.

¹⁶⁵ Dado coletado no site do Sindec, Disponível em: https://sindecnacional.mj.gov.br/pentaho/api/repos/%3Apublic%3ASindec%3AAtendimento%3ASINDEC_Atendimento.wcdf/generatedContent? Acesso em: 02 Nov. 2018.

¹⁶⁶ Dado coletado no site do Sindec, Disponível em: https://sindecnacional.mj.gov.br/pentaho/api/repos/%3Apublic%3ASindec%3AAtendimento%3ASINDEC_Atendimento.wcdf/generatedContent? Acesso: 02 Nov. 2018.

¹⁶⁷ Pesquisa realizada no Esaj através de busca pelo nome “Uber Do Brasil Tecnologia Ltda”, razão social da Uber Disponível em : <http://esaj.tjba.jus.br/cpogp/trocarPagina.do?paginaConsulta=1&paginaConsulta=2&dadosConsulta.locaIPesquisa.cdLocal=-1&cbPesquisa=NMPARTE&dadosConsulta.tipoNuProcesso=UNIFICADO&dadosConsulta.valorConsulta=Uber+Do+Brasil+Tecnologia+Ltda&v1Captcha=dbeps> Acesso em: 02 Nov. 2018.

¹⁶⁸ Disponível em: <https://projudi.tjba.jus.br/projudi/>, através de busca com o nome “Uber Do Brasil Tecnologia Ltda”, razão social da Uber. Acesso em: 02 Nov. 2018.

Realizada a mesma pesquisa em relação ao *Airbnb*, observou-se que tal fornecedor figura em apenas uma ação judicial na justiça comum, tendo sido encontradas 13 (treze) ações nos juizados, tendo como temáticas majoritárias indenizações por danos materiais e morais, bem como obrigações de fazer. Tal cenário apesar de estimulante, no sentido de não haverem muitas ações judiciais em trâmite, deve ser visto com um olhar cauteloso, tendo em vista que a prevenção de danos aos consumidores é a via mais eficaz para um mercado saudável tanto para os fornecedores quanto para os usuários.

A título de exemplo, a recém editada Lei 13.640 de 2018 que alterou a Lei de Mobilidade Urbana trouxe, diversas regras acerca do transporte individual de passageiros, através de aplicativos como UBER e 99Pop. Enumera, por exemplo, alguns requisitos a serem cumpridos pelos colaboradores das plataformas que prestam o serviço diretamente aos consumidores, tais como possuírem Carteira Nacional de Habilitação na categoria B ou superior que contenha a informação de que exerce atividade remunerada. Além disso, aponta que a condução do veículo deve atender aos requisitos de idade máxima e às características exigidas pela autoridade de trânsito e pelo poder público municipal e do Distrito Federal. Por fim exige a emissão e manutenção do Certificado de Registro e Licenciamento de Veículo (CRLV) e a apresentação certidão negativa de antecedentes criminais.

A segurança, a adequação, a eficiência e preços justos são aspectos de extrema relevância para os usuários da atividade¹⁶⁹. A fiscalização desses requisitos pode ser feita não apenas pelos próprios consumidores, mas também pelos agentes administrativos reitera a importância dessa ação conjunta para a prevenção de danos decorrentes do descumprimento de tais normas. Nesse sentido, faz-se necessária a atuação das mencionadas instituições para coibir práticas que venham a pôr em risco direitos básicos dos consumidores.

Nesse sentido, a colaboração dos atores do SNDC, principalmente associações e órgãos estatais, através da educação dos consumidores e fornecedores, é tarefa essencial no momento atual, a fim de afastar, ao máximo, os

¹⁶⁹ SILVA, Joseane Suzart Lopes da. O transporte remunerado individual de passageiros no Brasil por meio de aplicativo: a lei 13.640/2018 e a proteção dos consumidores diante da economia do compartilhamento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 118, ano 27, p. 151-192, jul-ago, 2018, p.167.

riscos provenientes dessas atividades e garantir segurança e satisfação aos consumidores e empresários.

Por conseguinte, o estímulo à promoção por parte desses órgãos de políticas de instrução dos consumidores acerca dos seus direitos em relação às plataformas, através de núcleos especializados, bem como a realização de pesquisas para aferir se esses fornecedores vêm cumprindo com os seus deveres de informação, segurança e boa-fé, são algumas das sugestões a serem dadas no presente trabalho. Estimular a educação dos consumidores pelas redes sociais, indicando os direitos que possuem e estimulando que denunciem aos órgãos práticas abusivas como publicidade enganosa, aplicação indevida de encargos.

Ademais, preza-se pelo acompanhamento próximo dos mecanismos de avaliação fornecidos pelas plataformas, base para a confiança na marca e nos serviços oferecidos, a fim de acompanhar se os consumidores vêm realmente sendo ouvidos e se os métodos utilizados apresentam resultados condizentes com a realidade. Por fim, sugere-se que os órgãos competentes incentivem os consumidores, que não costumam prestar informações, a realizarem tal tarefa, apresentando as dificuldades que vêm enfrentando, a fim de que o CDC seja aplicado e o SNDC possa estar atento para que a qualidade, segurança, modicidade e eficiência dos serviços prestados sejam mantidas.

CONCLUSÃO

O avanço da tecnologia aliado ao advento da internet possibilitou aos indivíduos o acesso a um ambiente totalmente novo e diversificado, que conecta pessoas de todo o mundo e lhes proporciona experiências não apenas sociais, mas também de natureza econômica. Com o auxílio da rede mundial de computadores, tornou-se possível a realização de múltiplas interações mercadológicas, sendo o comércio eletrônico, atualmente, uma realidade já consolidada. Por conta da dinamicidade dessas relações e do surgimento de inúmeras modalidades de contratos eletrônicos, constatou-se que o estudo da sua formação e dos elementos principais que os compõem é fundamental para que se possa alcançar o seu regramento e regulamentação.

Por conseguinte, observou-se que o surgimento de aplicativos e *websites* capazes de aliar a sustentabilidade e os baixos custos de produção com a geração de renda e estímulo ao crescimento econômico e empresarial, através das plataformas digitais de compartilhamento, também trouxe muitos desafios em relação à aplicação das normas vigentes e regulação destes ambientes virtuais. Registrou-se, ainda, o papel fundamental dos indivíduos no processo criativo, oportunizando o fornecimento de novos produtos e serviços e realizando o aperfeiçoamento dos já existentes.

A economia compartilhada ou por colaboração, também intitulada de *sharing economy*, vem se apresentando como uma nova fase do processo econômico contemporâneo, tendo em vista a sua capacidade de fomentar o desenvolvimento do setor empresarial através das plataformas e favorecer a população, na medida em que reduz os custos dos fornecedores e acaba por oferecer à população a utilização de diversos produtos e serviços por preços mais acessíveis. A colaboração entre esses sujeitos através do empréstimo de bens subutilizados também contribui para um maior equilíbrio no meio ambiente amenizando os desgastes aos recursos naturais, haja vista que o uso racional e maior aproveitamento da capacidade excedente influenciam diretamente na diminuição de desperdícios e aquisições desnecessárias.

Caminhando para um conceito de economia compartilhada, pode-se afirmar, então que esse sistema consiste em ambientes virtuais, gerenciados por uma “plataforma de pares” responsável por organizar a relação entre os “fornecedores

pares” de produtos e serviços (sejam empresas ou particulares) e aqueles “consumidores pares” que se propõem a adquirir esses bens ou usufruir dos serviços fornecidos, com o intuito de obter lucro com esse gerenciamento. Surge, assim, uma relação triangular composta por esses integrantes-chave, constatando-se uma verdadeira troca de interesses, que ao final, converge para a obtenção de vantagens econômicas, seja através do lucro, ou pela vantagem de fazer uso de um produto ou serviço mais barato.

Tendo como elemento fundamental de sustentação desse sistema a confiança nas plataformas, pôde-se constatar que, através de mecanismos de avaliação criados por elas, os usuários opinam sobre os serviços prestados pelos pares, criando-se, assim um banco de dados referente à reputação dos seus integrantes. Esses agentes econômicos, galgam, então, credibilidade no mercado a partir dessas avaliações internas associadas àquelas feitas pelos beneficiários dos seus serviços fora do seu ambiente. Sem perder de vista a boa-fé objetiva, constata-se que o respeito ao dever de informação dos consumidores, através de um acesso claro e adequado às especificidades dos produtos ou serviços ofertados, das cláusulas contratuais e o zelo pela manutenção da saúde e segurança dos usuários, é fundamental, portanto, não apenas para o equilíbrio desse mercado, mas também para a expansão da plataforma.

No que pertine à formação dos contratos eletrônicos, estes podem ser elencados como os celebrados a distância e nos quais a oferta e a aceitação ocorrem exclusivamente por meios virtuais, se concretizando a partir de meros cliques em *websites* ou aplicativos, e se apresentando em duas modalidades, quais sejam: o *point and click agreements* e o *click and wrap agreements*. A primeira delas, é aquela geralmente utilizado para licenciamento de *software* via *download*; já a segunda, elencada como versão virtual de acordo de licenciamento, que se inicia quando um comprador ou usuário clica no “aceito” para comprar algo ou baixar um programa. Esta última modalidade é a que predomina nas relações de economia compartilhada, e como constatado ao longo dos estudos, não constitui uma nova forma de contrato, mas sim a reinvenção de contratos já existentes, sendo possível, portanto, a aplicação das normas vigentes com algumas adaptações à realidade socioeconômica.

No que tange à responsabilidade civil no âmbito da economia compartilhada, constatou-se que com as mudanças no cenário mercadológico o consumidor deixou de figurar como mero elemento passivo no modelo B2C (*business to consumer*), assumindo, com o auxílio das plataformas, um papel mais ativo por meio do modelo P2P (*peer to peer*). Concluiu-se que essas últimas, podem e devem ser consideradas fornecedoras à luz do CDC, haja vista agirem como verdadeiras guardiãs do acesso aos bens oferecidos, sendo o verdadeiro controlador dessas interações e possuindo poder decisório sobre as condutas dos pares. Some-se a isso o preenchimento dos requisitos da habitualidade e da remuneração, tendo em vista que funcionam 24 horas por dia e auferem lucro através de remuneração direta ou indireta.

Ao lado delas, confirmando a triangulação já mencionada, estão os chamados “consumidores-provedores”, que exercem o papel de fornecedores diretos dos produtos e serviços, sendo responsáveis por levar aos chamados “consumidores-obtenedores”, os bens oferecidos pelas plataformas, sendo estes últimos, verdadeiros destinatários finais (fáticas e economicamente) concretizando-se, assim, a relação de consumo. A partir disto, restou clara a aplicabilidade do CDC a essas relações, constatando-se, então que as plataformas e os fornecedores diretos, com fundamento dos artigos 7º, parágrafo único e 14 do referido Diploma normativo, são objetiva e civilmente responsáveis pelos danos decorrentes de falhas na prestação de serviços, visto que fazem parte de uma cadeia de fornecimento.

Ultrapassada a definição da responsabilidade civil, buscou-se averiguar o cenário atual relativo à atuação dos órgãos que integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, na comarca de Salvador, com vistas ao objetivo principal do presente trabalho de prezar pela prevenção de danos e incentivar a resolução ágil de conflitos. Restou demonstrado que as irregularidades formalmente relatadas aos PROCONS, CODECONS e Ministério Público, assim como as ações judiciais em face desses agentes econômicos ainda não são numericamente significativas. Todavia, cientes do papel desses agentes como fiscalizadores das práticas de mercado, e com vistas essa nova modalidade de economia que tende a ganhar cada vez mais espaço no mercado, deve o Poder Público estar atento às práticas abusivas muitas vezes cometidas pelas plataformas e não relatadas pelos consumidores aos órgãos de proteção.

Dessa maneira, destacou-se aqui o papel das instituições supramencionadas em parceria com a sociedade civil organizada, capaz de efetuar uma fiscalização de grande eficiência, haja vista estar mais próxima dos fornecedores e lidar diretamente com o dia-a-dia dessa modalidade econômica. A atuação das associações de consumidores, nessa senda, é imprescindível para alertar os demais personagens do SNDC sobre como vem se desenvolvendo essas atividades e educar os consumidores acerca dos seus direitos, incentivando-os a buscar essas instituições em caso de violação dos preceitos elencados no CDC. Foi trazido aqui como exemplo a Associação Baiana de Defesa do Consumidor (ABDECON) que atua na proteção e defesa dos consumidores na comarca de Salvador, realizando não apenas trabalhos educativos, mas também de fiscalização dos fornecedores.

Como toda inovação, a economia compartilhada vem trazendo diversos desafios à aplicação das normas do CDC e, por esse motivo, cabe ao SNDC estar atento ao cumprimento dos preceitos trazidos pela Lei consumerista, a fim de proteger interesses como a saúde, segurança, modicidade de tarifas e equilíbrio do sistema econômico. Constatada a inexistência de núcleos especializados para tratativa das relações de economia compartilhada e estudo das novas situações jurídicas, sugere-se, no presente trabalho, então, a criação de grupos destinados ao estudo dessa modalidade mercadológica dentro dos órgãos estatais. O objetivo dessa criação seria o de acompanhamento das novidades e da rápida evolução desse mercado, tendo como responsabilidade o fomento à pesquisa e à educação dos consumidores acerca dos seus direitos.

REFERÊNCIAS

ABDECON. Disponível em: <<http://abdecon.com.br/>>, Acesso em: 02 nov. 2018.

ABRAMOVAY, Ricardo. Disponível em : < http://ricardoabramovay.com/wp-content/uploads/2015/02/A-Economia-H%C3%ADbrida_do-S%C3%A9culo-XXI_De-Baixo-para-Cima_Abramovay_12_2014.pdf >, Acesso em: 03 dez. 2018.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp.1186616-MG, Rel. Mina. Nancy Andrighi, 3ª T., j. 23/08/2011, Dje 31/082011. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/21078237/recurso-especial-resp-1186616-mg-2010-0051226-3-stj/certidao-de-julgamento-21078240>>, Acesso em: 28 out. 2018.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp 1316921, Rel. Mina. Nancy Andrighi, 3ª T., j. 26/06/2018, Dje 29/06/2012. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22026857/recurso-especial-resp-1316921-rj-2011-0307909-6-stj/certidao-de-julgamento-22026861>>, Acesso em: 28 out. 2018.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp 1300161, Rel. Mina. Nancy Andrighi, 3ª T., j. 19/06/2018, Dje 22/08/2018, Disponível em:

ALMEIDA JÚNIOR, Vitor de Azevedo; FURTADO, Gabriel Rocha. *A tutela do consumidor e o comércio eletrônico coletivo*. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (coord.). *Direito Privado e Internet*. São Paulo: Atlas, 2014.

AMARAL, Luiz. O Código, a Política e o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 6, p. 69-75, abr-jun. 1993.

BAGGIO, Andreza Cristina. *O direito do consumidor brasileiro e a tutela da confiança*. São Paulo: RT, 2012.

BAHIA. Decreto 10.388/07. Disponível em: <<http://www.legislabahia.ba.gov.br/documentos/decreto-no-10388-de-27-de-junho-de-2007#art3>>, Acesso em: 02 nov. 2018.

BARROS, Raimundo Gomes de. Ministério Público: sua legitimação frente ao Código do Consumidor. *Revista Trimestral de Jurisprudência dos Estados*, São Paulo, v. 19, n. 139, p. 53-72, ago. 1995.

BAUMAN, Zygmunt. *Ética nos tempos modernos*. Trad. João Rezende Costa. 3. ed. São Paulo: Paulus, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. *Tempos Líquidos*. trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. *Dicionário de Política*. trad. Carmen C. Varriale et al; (coord. trad.) João Ferreira. v. 02. 13. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2007.

BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>, Acesso em: 21 out. 2018.

_____. Decreto 2.181/97 Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D2181.htm>, Acesso em: 01 nov. 2018.

_____. Decreto 7.962/2013. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm>. Acesso em: 02 dez. 2018.

_____. Lei 9.784/99. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9784.htm>, Acesso em: 02 nov. 2018.

_____. Lei 12.965. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm>, Acesso em: 28 out. 2018.

_____. Lei 7.347/85. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L7347orig.htm> Acesso em: 02 nov. 2018.

_____. Lei 8.078/90, *Código de Defesa do Consumidor*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>, Acesso em: 31 out. 2018.

CARVALHO FILHO, José dos Santos. *Manual de Direito Administrativo*. 29. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet*. trad. Maria Luiza X. de A. Bores. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de Responsabilidade Civil*. 12. Ed. São Paulo: Atlas, 2015.

CHASE, Robin. *Economia Compartilhada: Como pessoas e plataformas da Peers Inc. estão reinventando o capitalismo*. São Paulo: HSM, 2015.

ROCHA, Leonel Severo; ATZ, Ana Paula. As Organizações Auxiliares ao Poder Judiciário na Complexidade da Semântica do Consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, vol. 83, jun-set, 2012.

CUNHA JÚNIOR, Dirley da. *Curso de Direito Constitucional*. 3. ed. rev. e atual. Salvador: Juspodivm, 2009.

_____. *Curso de Direito Constitucional*. 4.ed. Salvador: JusPodivm, 2010.

EKLUND, Per. Eletronic marketing from a consumer law perspective. In: WILHELMSONS, Thomas; TUOMINEM, Salla; and TUOMOLA, Heli (Ed.). Consumer law in the information society. The Hague: Kluwer Law International, 2001. THANG, Zheng Sofia. *Studies in private international law*. v.1. Electronic consumer contracts in the conflict of laws. Oxford: Hart Publishing, 2009.

ERTZ, Myriam; DURIF Fabien; ARCAND, Manon. *Collaborative consumption: conceptual snapshot as buzzword*. 2016. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2799884>. Acesso em: 24 out. 2018.

FARIA DE CARVALHO, Diógenes; CARDOSO, Alysso Godoy. Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de pares- OECD, *Revista do Consumidor*, São Paulo, vol. 114, ano 26, p. 229-270, nov-dez, 2017.

FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. *Direito civil: teoria geral*. 9. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011.

FILOMENO, José Geraldo Brito. *Direitos do Consumidor*. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

GARCIA JUNIOR, Armando Alvares. *Contratos via Internet*. São Paulo: Aduanas, 2.ed., 2007.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do Consumidor*. Código Comentado e Jurisprudência, 8. ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2012.

GOMES, Orlando. *Introdução ao Direito Civil*. rev., atual. e aum. de acordo com o Código Civil de 2002, por Edvaldo Brito e Reginalda Paranhos de Brito. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

GOMES, Orlando; BRITO, Edvaldo (org.); AZEVEDO, Antonio Junqueira de (atual.); MARINO Francisco Paulo de Crescenzo (atual.). *Contratos*. 26. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2009.

GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito Civil Brasileiro: Contratos e Atos Unilaterais*. São Paulo: Saraiva, 9. ed., 2012.

GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*, 5. ed. São Paulo: RT, 2006. Informações sobre a Instituição: Disponível em:

KRAMER, Bryan. *Shareology: how sharing is powering the human economy*. New York: Morgan James Publishing, 2016.

MARINO, Francisco Paulo de Crescenzo. *Contratos coligados no direito brasileiro*. São Paulo: Saraiva, 2009.

MARQUES, Claudia Lima. *A nova crise do contrato: estudos sobre a nova teoria contratual*. São Paulo: RT, 2007.

_____. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 111, p. 247-268, mai - jun. 2017.

_____, Claudia Lima. *Campo de aplicação do CDC*. In BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*, 5.ed., São Paulo: RT, 2013.

_____, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*, 4.ed. São Paulo: RT, 2006.

MARTINS, Guilherme Magalhães. *Contratos eletrônicos de consumo*. 3. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2007.

MARTINS-COSTA, Judith. *A boa-fé no direito privado: critérios para a sua aplicação*: Marcial Pons, 2015.

MELLER-HANICH, Caroline. *Economia compartilhada e a proteção do consumidor*. Trad. Ardyllis Soares. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 105, p. 19-31, ano 25, mai-jun. 2016.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. *Curso de Direito Administrativo*. 33. ed. São Paulo: Malheiros, 2016.

MILAGRES, Marcelo de Oliveira; GONÇALVES, Thatiane Rabelo. A despersonalização na contratação eletrônica: a realidade dos contratos de fato. *Revista do Consumidor*, São Paulo, v. 117, ano 27, p. 491-511, mai-jun, 2017.

MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*, 6. ed. São Paulo: RT, 2016.

MODENESI, Pedro. *Comércio eletrônico e a tutela do ciberconsumidor*. *Revista Trimestral de Direito Civil*, ano 12, v. 48, out-dez, 2011.

_____. *Contratos eletrônicos de consumo: Aspectos doutrinário, legislativo e jurisprudencial*. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (coord.). *Direito Privado e Internet*. São Paulo: Atlas, 2014.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de Defesa do Consumidor: O Princípio da Vulnerabilidade no Contrato, na Publicidade, nas demais Práticas Comerciais*. 3. ed. atual. e ampl. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

MUCELIN, Guilherme. *Peers Inc.: A nova Estrutura da Relação de Consumo na Economia Compartilhada*. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 118, ano 27, p. 77-126, jul-ago, 2017.

OLIVEIRA, Amanda Flavio de. Economia colaborativa e os desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 115, p. 479-495, ano 27, jan-fev, 2018.

OLIVEIRA, Carlos Eduardo Elias de. *Aspectos principais da lei 12.985/2014, o Marco Civil da Internet*. subsídios à comunidade jurídica. Revista de Direito das Comunicações, São Paulo, v. 7/2014, jan - jun. 2017.

PIETRO, Maria Sylvia Zanella Di. *Direito Administrativo*. 25. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

RIFIKIN, Jeremy. *Sociedade com custo marginal zero: a internet das coisas, os bens de comuns colaborativos e o eclipse do capitalismo*. São Paulo: M. Books do Brasil, 2016.

RITZER, George; JURGENSON, Nathan. Production, consumption, presumption the nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of consumer culture*, v.10, n1.

RODRIGUES JUNIOR, Otavio Luiz. Primeiras considerações sobre o marco civil da internet. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2014-abr-23/direito-comparado-primeiras-consideracoes-marco-civil-internet>>, Acesso em: 05 dez. 2018.

RULLI BETO, Antônio; RUFATO, David de Oliveira; SILVA, Emerson Marcelo da; AZEVEDO, Renato Asamura. O comércio eletrônico e as novas formas contratuais: point and click agreement and wrap agreement. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 105, ano 25, p. 65-78, mai-jun, 2016.

SCHWARTZ, Fabio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 111, p. 221-246, ano 26, mai-jun, 2017.

SILVA, Joseane Suzart Lopes da. O transporte remunerado individual de passageiros no Brasil por meio de aplicativo: a lei 13.640/2018 e a proteção dos consumidores diante da economia do compartilhamento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 118, ano 27, p. 151-192, jul-ago, 2018.

_____. *O transporte remunerado individual de passageiros no Brasil por meio de aplicativo: a lei 13.640/2018 e a proteção dos consumidores diante da economia do* sobre o Marco Civil da Internet. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2014-abr-23/direito-comparado-primeiras-consideracoes-marco-civil-internet>>. Acesso em: 05 dez. 2018.

SILVA NETO, Manoel Jorge e. *Curso de Direito constitucional*. 8.ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

ROCHA, Leonel Severo; ATZ, Ana Paula. *As Organizações Auxiliares ao Poder Judiciário na*

SOUZA, Gisela Simona Viana de. *O PROCON do futuro: análise da atuação em perspectivas futuras e novos desafios*. In FILOMENO José Geraldo Brito (org.). *Tutela administrativa do consumidor: Atuação dos PROCONS, legislação, doutrina e jurisprudência*. São Paulo: Atlas, 2015.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. *Manual de Direito do Consumidor*. Direito Material e Processual. 7.ed. São Paulo: Método, 2018.

TEPEDINO, Gustavo; SCHREIBER, Anderson. *A boa-fé objetiva no Código de Defesa do Consumidor e no novo Código Civil*. Revista da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro, v. 06, n. 23. Rio de Janeiro, 2003.

TOFFLER, Alvin. *A terceira onda: a morte do industrialismo e o nascimento de uma nova civilização*. Rio de Janeiro: Record, 1980.

VIANA, Thereza Cristina Bertazzo Silveira. Perfil analítico das organizações e das lideranças do associativismo civil em Florianópolis/SC. 2003. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política). Centro de Filosofia e Direitos Humanos, Universidade Federal de Santa Catarina.

Sites consultados:

https://sindecnacional.mj.gov.br/pentaho/api/repos/%3Apublic%3ASindec%3AAtendimento%3ASINDEC_Atendimento.wcdf/generatedContent? Acesso: 02 nov. 2018.

https://sindecnacional.mj.gov.br/pentaho/api/repos/%3Apublic%3ASindec%3AAtendimento%3ASINDEC_Atendimento.wcdf/generatedContent? Acesso em: 02 nov. 2018.

https://www.mercadopago.com.br/ajuda/termos-e-politicas_194>. Acesso em: 02 dez. 2018.

Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm>. Acesso em: 02 dez. 2018.

Disponível em: <<https://olxbrasil.zendesk.com/hc/pt-br/articles/211375569-Termos-de-Uso-e-Privacidade>> Acesso em: 02 dez. 2018.

Disponível em: <<https://www.ebay.com/pages/br/help/policies/user-agreement.html>> Acesso em 02 dez. 2018.

Disponível em: <https://www.mercadolivre.com.br/ajuda/Termos-e-condicoes-gerais-de-uso_1409> Acesso em: 02 dez. 2018.

Disponível em: <<https://www.submarino.com.br/contrato-compra-e-venda>>. Acesso em: 02 dez. 2018.

Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106768>>. Acesso em: 02 Dez. 2018.

Disponível em:

<https://leismunicipais.com.br/a/ba/s/salvador/decreto/1997/1174/11747/decreto-n-11747-1997-altera-o-regimento-da-secretaria-municipal-de-servicos-publicos-e-da-outras-providencias> Acesso em: 02 nov. 2018

Disponível em: <https://projudi.tjba.jus.br/projudi/>, através de busca com o nome “Uber Do Brasil Tecnologia Ltda”, razão social da Uber. Acesso em: 02 nov. 2018

Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/?logo=1> Acesso em: 02 dez. 2018

Disponível em: <https://www.uber.com/pt-BR/about/>. Acesso em: 02 dez. 2018

Disponível em: https://www.uber.com/a/drive-pp?utm_source=AdWords_Brand&utm_campaign=search-google-brand_25_-99_br-national_d_txt_acq_cpc_pt-br_%2Buber%20%2Bsite_kwd-297152676186_207355078076_46882898329_b_c&cid=873391832&adg_id=46882898329&fi_id=&match=b&net=g&dev=c&dev_m=&cre=207355078076&kwid=kwd-297152676186&kw=%2Buber%20%2Bsite&placement=&tar=&gclid=EAlaIQobChMI4Om6JG43glVhoCRCh3QiQUSEAAYASAAEgKflfD_BwE Acesso em: 21 out. 2018.

Disponível em:

http://esaj.tjba.jus.br/cpopg/trocarPagina.do?paginaConsulta=1&paginaConsulta=2&dadosConsulta.localPesquisa.cdLocal=-1&cbPesquisa=NMPARTE&dadosConsulta.tipoNuProcesso=UNIFICADO&dadosConsulta.valorConsulta=Uber+Do+Brasil+Tecnologia+Ltda&vI_Captcha=dbeps Acesso em: 02/11/2018

Disponível em:

<<http://www.cnj.jus.br/files/conteudo/arquivo/2018/08/44b7368ec6f888b383f6c3de40c32167.pdf>> Acesso em: 02.11.2018.