



FACULDADE BAIANA DE DIREITO

CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

CAIO MELO BARBOSA SAMPAIO DE ALMEIDA

**O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E O MODELO DE
NEGÓCIO DO AIRBNB**

Salvador
2020

CAIO MELO BARBOSA SAMPAIO DE ALMEIDA

**O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E O MODELO DE
NEGÓCIO DO AIRBNB**

Monografia apresentada ao curso de graduação em Direito, Faculdade Baiana de Direito, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Direito.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Flávia da Fonseca Marimpietri,

Salvador
2020

TERMO DE APROVAÇÃO

CAIO MELO BARBOSA SAMPAIO DE ALMEIDA

**O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E O MODELO DE NEGÓCIO DO
AIRBNB**

**Monografia aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de
bacharel em Direito, Faculdade Baiana de Direito, pela seguinte banca
examinadora:**

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Salvador, ____/____/ 2020

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar as relações jurídicas presentes na plataforma digital *peer to peer* Airbnb, e refletir sobre as formas de resolução de conflito e a necessidade de uma disciplina jurídica específica para as novas demandas virtuais, notadamente envolvendo relações de consumo. Para tanto, a metodologia utilizada compreendeu a análise de dados destacando-se as legislações brasileiras e os projetos de lei, bem como os artigos científicos e doutrina sobre o tema. Inicialmente, procurou-se compreender os elementos da relação de consumo e as modificações trazidas com a evolução tecnológica, seguido da análise de princípios que norteiam essa relação, e de direitos básicos do consumidor. Analisou-se ainda a teoria do risco e sua aplicação na economia compartilhada, bem como os mecanismos de proteção para a plataforma. Seguiu-se refletindo as relações jurídicas presentes nesse modelo de economia compartilhada, bem como as práticas dela decorrentes na relação de consumo e os métodos de resolução de conflitos das demandas virtuais. Concluiu-se, ainda, que é necessária uma alteração legislativa que contemple essa modalidade de negócios, abrangendo a complexidade dos contratos virtuais, as três relações jurídicas autônomas, que abrange o anfitrião, o hóspede e o Airbnb.

Palavras-chaves: Airbnb; economia compartilhada; consumidor; responsabilidade

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	
2 RELAÇÃO DE CONSUMO E O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	
2.1 CONSUMIDOR.....	
2.2 FORNECEDOR.....	
2.3 OBJETO DA RELAÇÃO DE CONSUMO.....	
2.4 PRINCÍPIOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO E DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR.....	
3 TEORIA DO RISCO NA ECONOMIA COMPARTILHADA.....	
3.1 RESPONSABILIDADE DE FATO OU VÍCIO DO SERVIÇO.....	
3.2 MECANISMOS DE PROTEÇÃO NA PLATAFORMA.....	
4 RESPONSABILIDADE E NATUREZA CONTRATUAL DO AIRBNB.....	
4.1 A RELAÇÃO DE CONSUMO NO AIRBNB.....	
4.2 PUBLICIDADE, PRÁTICAS ABUSIVAS E DIREITO DE ARREPENDIMENTO NO AIRBNB.....	
4.3 RESOLUÇÃO DE DISPUTAS ONLINE.....	
5 CONCLUSÃO.....	
REFERÊNCIAS.....	

1 INTRODUÇÃO

A globalização, decorrente do desenvolvimento das civilizações e da integração mundial, propicia enfrentamento de novas questões jurídicas, considerando ser o Direito instrumento de pacificação social e de resolução de conflitos. Nesse sentido, a evolução tecnológica proporciona o surgimento de novos modelos de negócios jurídicos, destacando-se a economia compartilhada, a exemplo da plataforma digital Airbnb.

A aderência de grande números de usuários a esse tipo de plataforma emerge a necessidade de análise acerca não só das relações contratuais existentes, mas também das responsabilidades que incidirão em caso de violação contratual, envolvendo o proprietário (anfitrião), hóspede (consumidor) e o Airbnb, à luz dos princípios e regras basilares do ordenamento jurídico pátrio.

Desta forma, conforme já salientado, na medida em que a sociedade se desenvolve, deve o Direito evoluir na mesma proporção para acompanhá-la. E no Brasil, a falta de regulamentação legal desse modelo negocial ocasiona insegurança jurídica, notadamente acerca da incidência da legislação específica para os casos. Diante desse cenário, buscou-se responder ao seguinte problema de pesquisa: quais as relações jurídico-normativas existentes entre anfitrião, hóspede e a plataforma digital Airbnb?

Com efeito, depreende-se assim a grande relevância social da matéria em questão, haja vista a necessidade de serem observados os pressupostos para fixação da responsabilidade em caso de violação em todas as fases contratuais, notadamente, face ao desenvolvimento de novas práticas abusivas nas relações de consumo, a exemplos de práticas discriminatórias de preço e geolocalização, explicitadas ao longo da pesquisa, e a necessidade de proteger o consumidor, parte mais vulnerável das relações.

Nesse sentido, se objetiva apresentar as relações jurídicas presentes na plataforma digital *peer to peer* Airbnb, e refletir sobre as formas de resolução de conflito e a necessidade de uma disciplina jurídica específica para as novas demandas virtuais, notadamente envolvendo relações de consumo.

Para tanto, a metodologia utilizada compreendeu a análise de dados destacando-se as legislações brasileiras e os projetos de lei, bem como os artigos científicos e doutrina sobre o tema.

Desta forma, o presente trabalho estrutura-se em três capítulos, o primeiro trata dos elementos da relação jurídica de consumo, seguido da análise de princípios que norteiam essa relação, e de direitos básicos do consumidor. O segundo capítulo traz a teoria do risco e sua aplicação na economia compartilhada, bem como os mecanismos de proteção para a plataforma. O último capítulo, por seu lado, apresenta as relações jurídicas presentes nesse modelo de economia compartilhada, bem como as práticas dela decorrentes na relação de consumo e os métodos de resolução de conflitos das demandas virtuais.

2 RELAÇÃO DE CONSUMO E O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (CDC)

As crescentes demandas sociais ocasionaram o surgimento de novas demandas, ocasionando a necessidade de regulação normativa para os conflitos advindos, ensejando a elaboração de um regime jurídico que previsse a responsabilidade dos profissionais prestadores de bens e serviços.

Com a evolução do capitalismo, das demandas sociais, e da busca pelo aumento do poder econômico dos países, foi essencial investir na circulação da moeda, no trabalho e na produção, inclusive em países em desenvolvimento. Uma vez que, era essencial para o crescimento econômico o incentivo à comercialização, tornou-se imprescindível sua regulamentação prevendo regras, soluções, responsabilização às partes para que fossem dirimidos conflitos que poderiam surgir. De modo a gerar confiança da população do sistema e investir na circulação de bens e serviços.

Após a Revolução Francesa, foi elaborada a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, que inaugurou a proteção universal dos direitos humanos¹, promulgado o “Pacto Internacional sobre Direitos Econômicos, Sociais e Culturais”, aprovado pela Assembleia das Nações Unidas no século XX. Tais normativas foram fruto da terceira geração dos Direitos Humanos, onde foi abordado normas que visavam à segurança, saúde, direito de reclamar contra abusos cometidos pelos fornecedores de bens e serviços, dentre outros.

A ONU – Organização das Nações Unidas – a Resolução nº 39/248 aprovada em 1985, traz uma política geral de proteção ao consumidor que deve ser seguida por todos os Estados soberanos a ela filiadas.²

Essa normativa visava justamente, fomentar a economia para equilibrar a relação jurídica existente entre consumidor e fornecedor criando confiança e fortalecendo as relações entre eles.

¹ FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 14 ed., rev., atual e ampl. São Paulo: Editora Atlas, 2016, p. 05.

² FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 14 ed., rev., atual e ampl. São Paulo: Editora Atlas, 2016, p. 06.

Para além, a ONU ainda se preocupou em determinar que os Estados filiados passem a proteger o consumidor³, uma vez que era perceptível o avanço econômico de todos os países o incentivo ao consumo, evolução histórica e social que se preparava para um mundo capitalista. Outrossim, a Organização elaborou uma previsão atinente aos riscos políticos, econômicos e sociais decorrentes da aceleração econômica sem a devida proteção e regulamentação de consumo.

Com a promulgação da Constituição Federal vigente, o Direito do Consumidor ganha status de direito fundamental, previsto no artigo 5º, XXXII⁴, bem como de princípio geral da ordem econômica, conforme se extrai do artigo 170, V⁵ da Constituição Federal de 1988.

Posteriormente, foi editado o Código de Defesa do Consumidor, Lei n. 8.078, em 11 de setembro de 1990, inovador na ordem jurídica, ao “estabelecer normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social”⁶.

Registre-se que, o Código de Defesa do Consumidor, ante a sua importância normativa, é consagrado como microsistema jurídico, posto que estabelece regras, princípios e direitos básicos norteadores das relações de consumo, abrangendo normas de direito material e processual.⁷

³ FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 14 ed., rev., atual e ampl. São Paulo: Editora Atlas, 2016, p. 06.

⁴ Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor. (BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF. 05 out. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10 maio. 2019.)

⁵ Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: [...] V - defesa do consumidor. (BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF. 05 out. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10 maio. 2019)

⁶ BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.

⁷ CERVO, Fernando Antônio Sacchetim. Codificação, descodificação e recodificação: do monossistema ao polissistema. **Lex Magister**. Disponível em: http://www.lex.com.br/doutrina_26099622_CODIFICACAO_DESCODIFICACAO_E_RECODIFICACAO_DO_MONOSSISTEMA_AO_POLISSISTEMA_JURIDICO.aspx#:~:text=%C3%89%20o%20que%20se%20convencionou,de%20princ%C3%ADpios%20e%20regras%20que. Acesso em: 04 abr. 2020.

Importante salientar que, a existência de um microssistema jurídico não elide a aplicação de outras normas subsidiárias ou complementares no que não seja contrário a proteção do consumidor.⁸

A relação clássica de consumo baseada na oferta e demanda de produtos e serviços no mercado, antes das inovações tecnológicas, consistia na seguinte estruturação polarizada, qual seja, de um lado o consumidor, o objeto da relação jurídica e o fornecedor⁹, com a presença eventual de terceiros e intermediadores dessa relação.

Hodiernamente, com o advento das plataformas que exploram prestação de serviços e vendas de produtos, a presença dos intermediadores entre os fornecedores e os consumidores vem ganhando destaque¹⁰, ampliando ainda mais a globalização comercial. Contudo, com essa crescente alteração no padrão de consumo faz se imprescindível a análise das relações jurídicas existentes nessas plataformas, com fulcro na legislação consumerista brasileira e na responsabilidade civil.

Destaca-se, duas modalidades de transações virtuais, que posteriormente serão explicitadas, quais sejam, a relação entre uma empresa e consumidor, intitulada *bussiness to consumer – B2C*, e o mercado entre pares, intitulado, *peer to peer – P2P*.

Para tanto, faz-se necessário explicitar os conceitos basilares da relação de consumo, bem como o processo negocial decorrente de um contrato firmado entre as partes¹¹. De imediato, é possível perceber que as relações originadas em meio virtual ocasionam, ao menos em um primeiro momento, a desburocratização dos negócios jurídicos celebrados e a dinamicidade da relação de consumo.

2.1 CONSUMIDOR

O principal elemento subjetivo da relação de consumo, que se destina a normativa existente, é o consumidor. O microssistema jurídico apresenta conceitos legais acerca

⁸ NETTO, Felipe Braga. **Manual de Direito do Consumidor**: à luz da jurisprudência do STJ. 15 ed. Rev., atual. e ampl. Salvador: Editora Juspodivm, 2020.

⁹ MARIMPIETRI, Flávia da Fonseca. **Concessão irresponsável de crédito e superendividamento do consumidor: estudo comparativo à luz dos microssistemas de consumo do Brasil e da Argentina**. Salvador: Faculdade Baiana de Direito, 2016, p. 37.

¹⁰ Schwartz, Fabio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 111, ano 26, mai./jun. 2017, p. 222.

¹¹ KLAUSNER, Eduardo Antonio. **Para uma teoria do direito internacional do consumidor**: a proteção do consumidor no livre comercio internacional.

desse elemento, notadamente, através das definições de consumidor padrão, e do consumidor por equiparação delineados na Lei nº 8078/1990.

Por consumidor padrão, também denominado como consumidor standard, entende-se aquele que adquire para si ou utiliza de determinado produto ou serviço, seja ele pessoa física ou jurídica, como um destinatário final.¹²

O doutrinador Bruno Miragem¹³ entende que o dispositivo jurídico supra mencionado se refere a destinatário final como aquele que utilizar o produto ou serviço em questão de forma não profissional, o que lhe enquadra como vulnerável na relação aqui estabelecida.

Ou seja, pode-se utilizar como exemplo uma empresa que possui como objeto social a venda de computadores e realiza compra destes aparelhos para que seja revendido em sua loja física ou digital, esta empresa não poderá ser considerada consumidora final, uma vez que a aquisição do produto em questão possui a finalidade de revenda que sustenta o fim jurídico da sua existência que é a própria venda destes computadores.

No exemplo acima citado evidencia-se o porquê da preocupação doutrinária em classificar o consumidor destinatário final do produto como um vulnerável. Uma empresa especializada na venda de computadores deve possuir amplo conhecimento técnico sobre especificidades, funcionamento, qualidade e uso do aparelho adquirido, tanto quanto a empresa que lhe vendeu.

Não há entre elas vulnerabilidade, ambas estão em par de igualdade técnica e com o objetivo de lucro, não de uso. A relação entre elas é cível, regida pelo Código Civil Brasileiro e não de consumo. Nas palavras do doutrinador Bruno Miragem¹⁴:

Nosso entendimento é de que consumidor é pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final fático e econômico, isto é, sem reempregá-lo no mercado de consumo com o objetivo de lucro. Admite-se, todavia, em caráter excepcional, que agentes econômicos de pequeno porte, quando comprovadamente vulneráveis, e que não tenham o dever de conhecimento sobre as características de um determinado produto ou serviço, ou sobre as consequências de uma

¹² MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 156.

¹³ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 156.

¹⁴ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 260.

determinada contratação, possam ser considerados consumidores para efeito de aplicação das normas do CDC.

A existência do consumidor por equiparação disposto do artigo 2º, parágrafo único¹⁵ do Código de Defesa do Consumidor que busca salvaguardar a coletividade, cumulado com o artigo 17º¹⁶ disposto no mesmo diploma jurídico que equipara a consumidor aquele que for vítima de acidente consumo e as pessoas que forem expostas a práticas abusivas conforme expressa o artigo 29º¹⁷ e seguintes do mesmo dispositivo legal.

É possível observar que tanto quando se trata do consumidor padrão quanto dos três tipos de consumidores equiparados, a todo tempo temos um indivíduo envolvido em uma relação de consumo que carece de proteção pelo Código de Defesa de Consumidor¹⁸.

No caso da coletividade (artigo 2º, § único CDC), o consumidor por equiparação não precisa ativamente ter praticado ato de contratação ou fruição do produto ou serviço objeto da relação de consumo.

A partir do momento em que através da relação de consumo tende a uma potencial lesão a coletividade que pode sofrer com eventuais efeitos ou consequências do produto ou serviço objeto da relação, o objetivo de tal norma é a tutela coletiva, esses sujeitos são vulneráveis e carecem de proteção pela legislação consumerista que os coloca na condição de consumidores equiparados¹⁹ com base no artigo 2º, § único do Código de Defesa do Consumidor.

¹⁵ Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo; (BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.)

¹⁶ Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento. (BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.)

¹⁷ Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas. (BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.)

¹⁸ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 139.

¹⁹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 139.

Outro tipo de consumidor equiparado é definido pelo artigo 17 Código de Defesa do Consumidor, trata-se da vítima por acidente de consumo ainda que não sejam parte nossa relação de consumo, situação está que acontece quando um consumidor ocorre nos casos de responsabilidade do fornecedor por fato do produto ou serviço, cujo objeto possa causar danos à saúde, segurança e vida do consumidor pode se estender a um terceiro²⁰.

Entende-se que ao colocar um produto ou serviço no mercado, há um agente denominado de fornecedor que será responsável pela sua produção ou fornecimento. Logo, essa atividade deve ser prestada em conformidade com as respectivas regulamentações técnicas que cria a premissa de que todo serviço ou produto lançado ao mercado está em perfeitas condições de uso ou funcionamento.

É entendimento pacificado que ao violar essa premissa, ou seja, ao fornecer um produto ou serviço que possui defeitos, violando a garantia que é dada pelo responsável, aqueles que eventualmente forem vítimas que quaisquer acidentes derivados deste defeito, são equiparados a consumidores e devem ser reparados pelos danos sofridos²¹.

Nesse sentido, o artigo 29 do Código de Defesa do Consumidor também equipara a consumidor todos aqueles que estiverem expostos as práticas abusivas, enganosas ou cláusulas contratuais extremamente onerosa, elencadas em rol exemplificativo no referido diploma legal, objetivando a proteção desses indivíduos em todas as etapas do contrato, inclusive a pré-contratual.²².

Registre-se ainda, a divergência doutrinária existente sobre o momento em que se encerra a cadeia de consumo. Parte da doutrina considerada a adoção de uma teoria maximalista, enquanto que outros doutrinadores adotam a teoria finalista, havendo ainda outra corrente que busca apresentar mitigações a essa última, sendo a corrente adotada pelo Superior Tribunal de Justiça.

20 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 140.

21 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 140.

22 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 142.

A interpretação finalista, pretende definir que no ato da atividade comercial o consumidor destinatário final do produto ou serviço é aquele cuja destinação está vinculada ao uso próprio ou familiar,²³ sem nenhum interesse econômico ou profissional. Desse modo, não seria possível ser enquadrado como consumidor aquele que compra para fins comerciais, pois entende-se que não carece de proteção e não usufrui do produto ou serviço.²⁴

A interpretação maximalista vem em uma construção oposta a interpretação finalista. Se a primeira trata de uma interpretação mais restritiva, esta possui um conceito abrangente. Entende-se aqui como destinatário final os consumidores protegidos pela doutrina finalista, bem como todos os consumidores equiparados presentes nos artigos 2º, parágrafo único²⁵, 17²⁶ e 29²⁷ da Lei nº 8.078/1990.

Por tanto, os maximalistas percebem uma nova necessidade diante do cenário mercadológico e negocial da época, onde surge a teoria do destinatário final fático, independente dos critérios técnicos ou econômicos, cuja a mera retirada do produto do mercado passava a ser consumidora. É necessário apenas o consumo fático do bem não importando o fim dado ao produto ou serviço²⁸.

O finalismo mitigado ou aprofundado possui critérios para sua definição. Deve-se utilizar os conceitos de consumidores equiparados legalmente de forma excepcional ante o reconhecimento de vulnerabilidade da parte equiparada²⁹.

23 MARQUES,; MIRAGEM, Antonio Herman V. Bejjamin, **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4 ed., rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013, p. 116.

24 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 146-147.

25 Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.)

26 Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento. (BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.).

27 Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas. **Código de Defesa do Consumidor**.

28 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 149.

29 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 151.

No que concerne aos critérios dispostos anteriormente, implica numa interpretação para enquadrar no conceito de consumidor a uma pessoa jurídica que diante de outra empresa (relação de consumo entre empresas) quando restar configurado uma vulnerabilidade.

Ou seja, para além da análise do destinatário final é imprescindível uma verificação em conjunto da vulnerabilidade, que abrange não apenas a econômica, a hipossuficiência, bem como da boa-fé na relação contratual.³⁰

Hodiernamente, os juristas passam a observar outros tipos de vulnerabilidade, que pode ser entendida com sob alguns vieses, a vulnerabilidade técnica, a jurídica, fática e informacional³¹.

Nessa perspectiva, a vulnerabilidade é uma condição de todo e qualquer consumidor, diferentemente da hipossuficiência, aplicada as situações em que o consumidor apresenta dificuldade na produção das provas, sendo cabível ao magistrado determinar a inversão do ônus da prova, disposta no do artigo 6º, VIII da legislação consumerista, visando a facilitação da defesa dos seus direitos.³²

Já a vulnerabilidade técnica é aquela em que o consumidor não tem instrução, conhecimento suficiente sobre as especificidades do produto ou serviço objeto da relação de consumo.

Por sua vez, a vulnerabilidade jurídica é a ausência de conhecimento do consumidor sobre seus direitos e demais desdobramentos da relação jurídica ali estabelecida. Já a vulnerabilidade fática é definida como residual, de forma abrangente, passa a se considerar as condições econômicas, físicas e psicológicas do consumidor³³.

Nesse sentido, o Superior Tribunal de Justiça entende ser possível a aplicação do microssistema jurídica consumerista quando evidenciada alguma das espécies de

30 MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. - 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p.154.

31 MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 323.

32 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 156.

33 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 113.

vulnerabilidade, ainda que o sujeito não destinatário final, conforme se extrai do julgado abaixo:

AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. PROCESSUAL CIVIL. CONSUMIDOR. AÇÃO DE COBRANÇA. CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE CONSULTORIA E ASSESSORAMENTO EM TELECOMUNICAÇÕES. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. INAPLICABILIDADE. SERVIÇOS EFETIVAMENTE PRESTADOS. SÚMULA 7/STJ. AGRAVO DESPROVIDO. 1. **Para fins de aplicação da legislação consumerista, adota-se a teoria finalista ou subjetiva, de maneira que, se o consumidor não é o destinatário final do produto ou serviço, mas o intermediário, "por adquirir produto ou usufruir de serviço com o fim de, direta ou indiretamente, dinamizar ou instrumentalizar seu próprio negócio lucrativo", não se enquadrará na definição constante do art. 2º do CDC.**

2. Na hipótese dos autos, a sociedade empresária não ostenta a condição de destinatária final do serviço de consultoria e assessoramento por ela contratado, visando à redução dos custos na utilização de linhas telefônicas, pois **a contratante tem como objeto social o serviço de cobrança extrajudicial** e, conforme assinalado pela instância ordinária, atua no ramo de telemarketing. Desse modo, o **serviço de assessoramento visando à redução dos gastos de telefonia, ferramenta utilizada para o desenvolvimento de suas atividades, estava diretamente ligado ao incremento de seu negócio, auxiliando-a na obtenção de lucros.** Assim, relativamente ao serviço contratado com a recorrida, a ora recorrente **não ostenta a condição de destinatária final.**

3. **Em situações excepcionais, esta Corte Superior tem mitigado tal entendimento, de modo a estender a incidência das regras do Código de Defesa do Consumidor para a parte que, embora não detenha condição de destinatária final, apresenta-se em situação de vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica, capaz de equipará-la à figura do consumidor,** o que, contudo, não ocorre na hipótese em exame.

5. Agravo interno a que se nega provimento.

(AgInt no AREsp 1212302/PR, Rel. Ministro RAUL ARAÚJO, QUARTA TURMA, julgado em 21/11/2019, DJe 19/12/2019³⁴ [Grifos adotados])

Importante salientar ainda, a vulnerabilidade que emerge a partir das plataformas virtuais sejam de compras ou serviços. Isso porque, a utilização de *e-commerce* e páginas da internet destinadas ao consumo se utilizam de *cookie*, programa cuja funcionalidade é registrar as atividades de um computador e ou *website*, permitindo a capacidade de armazenamento de informações de cada consumidor, muitas vezes com o completo desconhecimento do usuário.³⁵

34 FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O consumidor contemporâneo no Show de Truman: a geodiscriminação digital como prática ilícita no Direito brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 124, ano 28, jul./ago. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019.

35 FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O consumidor contemporâneo no Show de Truman: a geodiscriminação digital como prática ilícita no Direito brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 124, ano 28, jul./ago. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019.

Nesse sentido, o acesso em determinados sites gera uma sequência de dados de que vem a ser armazenados de modo a estabelecer um padrão de pesquisa associado ao usuário, a exemplo do que ocorre com aumento dos preços de hospedagem a determinados locais quando o usuário anteriormente realiza buscas sobre o destino. Desta forma, se estabelece uma associação do consumidor associado aos preços dos locais mais procurados pelo consumidor.

Essas informações de pesquisa, que tendem a se repetir através dos *cookies*, se valem da psicopolítica digital, cujo finalidade é usufruir da suposta liberdade proporcionada pelo meio virtual, enquanto utilizam-se, sutilmente, de técnicas com capacidade para induzir e controlar os usuários³⁶. Assim, mesmo após o encerramento da navegação virtual, o consumidor recebe diversos estímulos cerebrais, por meio de sites e aplicativos através de anúncios, propagandas e avisos involuntários, impulsionados pelo marketing digital associados a buscas realizadas anteriormente.³⁷

A referida padronização dos aplicativos e sites de bens ou serviços revelam uma hipervulnerabilidade tecnológica do consumidor, considerando que estes são expostos exaustivamente a informações rasas e de origens desconhecidas, que estimulam a produção desenfreada do consumo, algumas vezes com preços altamente variáveis para um mesmo bem, indução inconscientemente a capacidade e o discernimento do consumidor de maneira abusiva, além de acarretar ônus financeiros e até mesmo possível endividamento.

Nesse ecossistema digital surge o *geoblocking* que é a utilização desses dados acessíveis aos *players*, grandes empresas, com a finalidade de restrição ou discriminação baseada na geolocalização do usuário em rede. De modo similar, há o

36 CARVALHO, Alexandre Perazo Nunes de; SOUSA, Raphaella Prado Aragão de. A influência da psicopolítica digital nas contratações virtuais e seus reflexos no aumento da vulnerabilidade do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 123, ano 28, set./out. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019.

37 CARVALHO, Alexandre Perazo Nunes de; SOUSA, Raphaella Prado Aragão de. A influência da psicopolítica digital nas contratações virtuais e seus reflexos no aumento da vulnerabilidade do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 123, ano 28, set./out. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 291.

o *geopricing*, que ao invés de utilizar a localização para restringir determinado tipo de serviço, usa *da* geolocalização para estabelecer critérios de fixação de preço.³⁸

Por sua vez, tais práticas podem gerar condutas abusivas e ofender diversos princípios constitucionais como a isonomia e a razoabilidade, dispostos no artigo 5º, caput da Constituição Federal de 1988³⁹, além de violar a previsão expressa no Código de Defesa do Consumidor ao abordar no artigo 6º, o direito básico do consumidor que assegura a igualdade nas contratações, bem como o acesso à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.⁴⁰

No tocante à isonomia faz-se necessário uma abordagem multidisciplinar, abrangendo não só a legislação consumerista, mas também a Ordem Econômica, notadamente, no que se refere a tutela ao direito concorrencial, considerando que o acesso e a manipulação de dados permite não só a possível violação dos dados dos usuários, mas também a um controle de determinado setor do mercado.

Registre-se que, a Constituição Federal em seu artigo 170, nos incisos IV e V firma como princípios indispensáveis à ordem econômica, respectivamente, livre concorrência e direito do consumidor.⁴¹ Tais princípios constitucionais devem também ser observados para um equilíbrio de políticas intervencionistas e liberais no ambiente dos novos modelos negociais digitais.

38 MORASSUTTI, Bruno Schmitt. Responsabilidade civil, discriminação ilícita e algoritmos computacionais: breve estudo sobre práticas de geoblocking e geopricing. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 124, ano 28, jul./ago. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 220.

39 BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF. 05 out. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10 maio. 2019

40 BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.

41 Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: IV - livre concorrência; V - defesa do consumidor; (BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.)

Neste contexto, é necessário um justo equilíbrio do efeito pendular entre teorias de um Estado mais liberal e políticas mais intervencionistas do Estado,⁴² que a depender do cenário o pêndulo tende para uma política mais liberal ou mais intervencionista. Não obstante, a tecnologia surge com uma ideologia mais liberal com o intuito de desburocratizar, facilitar o acesso a novos modelos negociais.

Nessa perspectiva, a Lei Federal 12.965/14, intitulada como Marco Civil da Internet, dispõe em seu artigo 9º que: “*O responsável pela transmissão, comutação ou roteamento tem o dever de tratar de forma isonômica quaisquer pacotes de dados, sem distinção por conteúdo, origem e destino, serviço, terminal ou aplicação*”⁴³.

Vê-se, portanto, que as práticas de geodiscriminação constituem condutas vedadas pelo Código de Defesa do Consumidor, conforme se extrai do seu artigo 39, ao dispor que é considerada como abusiva a conduta de “*prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços*”⁴⁴, havendo ainda previsão correspondente a abusividade das propagandas comerciais, conforme artigo 37, §1º do mesmo texto legal⁴⁵.

Registre-se ainda que, reconhecendo a hipervulnerabilidade do consumidor frente as novas tecnologias, foi editada a Lei 13.709/2018, intitulada como Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, que está parcialmente vigente, a qual dispõe sobre práticas discriminatórias quanto a coleta, seleção e divulgação de dados pessoais no âmbito digital. A mencionada lei vem com o fito de regulamentar o exercício da referida

42 SIMÕES, Thiago Felipe Vargas. Autonomia privada e direitos fundamentais: uma incursão nas limitações à liberdade individual. **Revista de Direito Privado**, vol. 97, ano 20, jan./fev. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 195.

43 BRASIL. **Lei Federal nº 12.965**, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. Brasília, DF. 23 abr. 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 10 abr. 2020.

44 Art. 39. Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento. (BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.)

45 Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva. § 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. (BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.)

prática tecnológica, uma vez que se trata de uma novidade a nível mundial. Para tanto, a exemplo do *BigData*, tem-se inúmeros algoritmos que realizam a coleta, seleção ou divulgação de dados pessoais com inúmeras finalidades e de diversas bases diferentes.

Considerando que a inovação legislativa busca suprir lacuna jurídica existente no ordenamento jurídico pátrio sobre o uso de dados obtidos por meio da inteligência artificial, e que há o desconhecimento não só da proteção jurídica, mas também da utilização destes dados, mostra-se de grande importância os princípios trazidos pela legislação, ainda que de cunho informativo, porquanto não esteja totalmente em vigor. Destacam-se os princípios elencados na referida lei, em seu artigo 6º, abaixo transcritos:

Art. 6º As atividades de tratamento de dados pessoais deverão observar a boa-fé e os seguintes princípios:

I - **finalidade**: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades;

II - **adequação**: compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento;

III - **necessidade**: limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados;

IV - **livre acesso**: garantia, aos titulares, de consulta facilitada e gratuita sobre a forma e a duração do tratamento, bem como sobre a integralidade de seus dados pessoais;

V - **qualidade dos dados**: garantia, aos titulares, de exatidão, clareza, relevância e atualização dos dados, de acordo com a necessidade e para o cumprimento da finalidade de seu tratamento;

VI - **transparência**: garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial;

VII - **segurança**: utilização de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão;

VIII - **prevenção**: adoção de medidas para prevenir a ocorrência de danos em virtude do tratamento de dados pessoais;

IX - **não discriminação**: impossibilidade de realização do tratamento para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos;

X - **responsabilização e prestação de contas**: demonstração, pelo agente, da adoção de medidas eficazes e capazes de comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados pessoais e, inclusive, da eficácia dessas medidas.⁴⁶ Grifos adotados

⁴⁶ BRASIL. **Lei nº 13.709**, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF. 14 ago. 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.

Ante a evidente preocupação do legislador em proteger condição de vulnerabilidade apresentada pelos usuários, criou-se inclusive formas de se disseminar informações essenciais aos contratos ali citados, há novas propostas sobre a forma de apresentação de termos e condições de uso para as mais diversas plataformas digitais, principalmente por se tratar de um contrato de adesão.

Além de trazer também formas e divulgar as informações sobre os contratos firmados, todas as condições apresentadas devem obedecer aos princípios do direito digital associados ao consumerista. As informações devem estar expostas de forma clara e precisas, em cláusulas que permitam ao consumidor a identificação precisa dos seus termos, de modo a evitar o automático clique de aceitação nos termos virtuais, sem a exata ciência do que está sendo aceito.

Efetivadas tais medidas, busca-se diminuir a transmissão dos dados a terceiros não presentes na relação de consumo efetivada, bem como evitar as práticas de geolocalização e geodiscriminação, ocultas muitas vezes em cláusulas redigidas de forma ilegíveis e em fontes inferiores ao mínimo legal exigido⁴⁷.

Assim, constata-se que a legislação brasileira, paulatinamente, avança em alguns aspectos atinente a proteção de dados. Não obstante, ainda seja necessário realizar o cotejo de diversos dispositivos legais voltados as relações não virtuais para demandas no âmbito da *e-commerce*, a exemplo das relações envolvendo o AIRBNB e das possíveis práticas de geolocalização e geodiscriminação, em atendimento a hipervulnerabilidade do consumidor, originária da sua condição vulnerável somada a sua hipossuficiência para produção de provas por falta de capacidade técnica tecnológica, fática e informacional.

Desse modo, é visível o reflexo dessa sociedade de consumo numa lógica capitalista, principalmente no que tange ao consumidor como agente econômico ativo do mercado⁴⁸ e a perspectiva de que a felicidade absoluta pautada na necessidade de consumir⁴⁹. No que tange ao enquadramento da teoria sobre o consumidor revela as

⁴⁷ BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.

⁴⁸ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 303.

⁴⁹ BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70 LTDA., 2011, p. 37. Disponível em:

modificações nas relações, onde o objetivo da legislação consumerista continua prezando pela proteção justa e equilibrada.

2.2 FORNECEDOR

O fornecedor conforme disposto no caput do artigo 3º, *caput*⁵⁰ do Código de Defesa do Consumidor, é toda pessoa, seja ela de natureza jurídica ou física, que pratica determinada atividade de comércio com fim lucrativo. Insta salientar, o cuidado com fornecedores que buscam não se enquadrar nesta categoria se valendo da gratuidade, mas ao se verifica cobrança de taxas e remunerações indiretas⁵¹.

Desta forma, cria-se uma relação complementar entre o fornecedor e consumidor, uma vez que a existência destes com a contratação do objeto, seja produto ou serviço, concretiza a relação de consumo – sendo estes indissociáveis.

Observa-se a abrangência do legislador ao considerar fornecedor todo aquele que fornece produto ou serviço ao mercado de consumo. Como é sabido, em regra, uma mercadoria para chegar ao consumidor passa por uma série de empresas, que formam a cadeia de fornecimento. Desta forma, se fornecedor é todo aquele que desenvolve atividade que fornece o produto ou serviço ao mercado de consumo, é fornecedor todo aquele que participar da cadeia de consumo⁵².

O artigo 3º, §2º do Código de Defesa do Consumidor⁵³, traz um complemento que viabiliza a identificação do fornecedor de serviço ao apresentar o conceito de serviço.

https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/613769/mod_resource/content/1/BAUDRILLARD_1995_A_so_ciedade_de_consumo.pdf. Acesso em: 10 nov. 2019.

50 Art. 3º Fornecedor é 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. (BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.)

51 MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Antonio Herman V. Bejjamin, **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4 ed., rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013, p. 180.

52 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 177.

53 Art. 3º Fornecedor é 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. § 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as

Uma vez que podemos ter caracterizado todos os elementos de uma relação de consumo, subsunção do fato a norma, se torna viável analisar as demais implicações jurídicas da relação obrigacional ali formalizada.

É o que ocorre quando na análise do artigo 12, *caput* e §3º da mesma lei⁵⁴, primeiro prevendo a regra da responsabilização do fornecedor por erro ou vício do produto ou serviço que fora posto ou movimentado no mercado, no segundo prevendo as exceções à regra de responsabilidade do fornecedor.

Desta forma, pode-se observar que há uma preocupação do legislador em assegurar o cumprimento da prestação obrigacional nestes negócios jurídicos assegurando maior confiabilidade da relação de consumo, para que o consumidor esteja confortável em firmar novos contratos.

Ressalte-se que o Brasil vive sob o sistema econômico capitalista que prescinde a existência de uma rotatividade da moeda através do comércio, e, uma das principais vias para tanto é a relação de consumo. Em razão do avanço tecnológico vivido no mundo globalizado foram criados novos modelos de negócio através da internet, a exemplo do Airbnb, Booking, Uber e outros são os meios mais utilizados agregando atualmente um grande valor de mercado e uma grande circulação de renda.

O fornecedor pode ser uma empresa nacional ou não, de forma a abarcar todo aquele que realiza atividade de fornecimento de produto ou serviço. Em suma, as características percebidas são a habitualidade com evidente expertise e finalidade de auferir lucro, sendo assim, é imprescindível averiguar se o fornecedor exerce tal atividade maneira habitual ou não para se enquadrar no referido conceito.

decorrentes das relações de caráter trabalhista. (BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.)

54 Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos. § 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar: I - que não colocou o produto no mercado; II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste; III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro. (BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.)

Por conseguinte, é imperioso salientar a da cadeia de fornecimento de produtos e serviços. A questão basilar sobre a cadeia circunda sobre o modo de produção e organização do comércio, de sua produção ao momento em que o consumidor consome aquele produto ou serviço.

O artigo 7º, parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor trouxe a regra geral da solidariedade que gravita sobre os diversos fornecedores diretos e indiretos da relação de consumo podendo posteriormente exercer o direito de regresso do agente que realmente culpado pelo dano causado.⁵⁵

Nesta toada, para além do artigo que inaugura a responsabilidade solidaria objetiva, pois o fornecedor arca com os riscos no negócio, ou seja, não precisa analisar o elemento da culpa podendo posteriormente exercer o direito de regresso. Consequentemente, o intermediário de relações de consumo pode ser enquadrado como fornecedor equiparado⁵⁶

Diante do exposto que reside a dificuldade de enquadramento do Airbnb como fornecedor ou não. O Airbnb reconhece e sua atividade como uma mera plataforma que liga os usuários, locador e locatários, com a intenção de alugar imóveis por temporada⁵⁷ estipulando um período específico de locação para o consumidor usar e gozar do serviço, na grande maioria das vezes em períodos festivos como ano novo, carnaval entre outras.

Deste modo, é perceptível o cuidado com o enquadramento do Airbnb na relação de consumo, sendo demandado como responsável solidário em conjunto com o locador do bem, somente pelo argumento de que a plataforma é utilizada de modo a escusar a sua responsabilização pelo Código de Defesa do Consumidor sob a alegação de ser apenas uma plataforma de intermediação de locação.

55 MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 424.

56 FARIAS, Cristiano Chaves. **Curso de Direito Civil: responsabilidade civil**. 4ª ed. Salvador: Editora Juspodivm, 2017, p. **458-460**.

57 AGHIARAIAN, Hérculas. **Curso de Direito Imobiliário**. 12 ed., rev., ampl., e atual. São Paulo: Editora Atlas, 2015, p. 378.

Ocorre que, a compreensão deste modo, não retira do aplicativo a sua natureza de agente econômico nesse mercado de economia compartilhada,⁵⁸ pois existe cobrança de taxa de reserva pela utilização da plataforma o que torna o Airbnb um fornecedor.

Portanto, resta indubitável a análise dos tópicos seguintes para desvendar se o Airbnb se enquadra em algum tipo específico de fornecedor ou não e sob quais os fundamentos, quer seja como relação de consumo entre locador e Airbnb, locatário e Airbnb, locador e Airbnb e o locatário, ou locador e locatário dirimida pela lei de locações, bem como quais teses e projetos sobre esses tipos de relações jurídicas.

2.3 OBJETO DA RELAÇÃO DE CONSUMO

As transformações da sociedade e do mercado de consumo ante o mundo digital, não fica restrito a logística de fornecimento de produtos e serviços via internet, mas busca ressignificar os objetos da relação de consumo numa nova dinâmica e acaba criando produtos e fornecendo novos serviços ao consumidor.

A definição de produto como objeto da relação de consumo está definida no artigo 3º §1 do Código de Defesa do Consumidor, como bem jurídico seja ele “bem móvel ou imóvel, material ou imaterial”⁵⁹ cujas definições estão presentes na normativa do nosso Código Civil Brasileiro.

Nessa linha, um apartamento ou uma casa, é indiscutivelmente um bem jurídico imóvel e material, perfeitamente possível integrar a reação jurídica de consumo como produto objeto da relação. Contudo, tal aplicação não deve se dar de forma automática e imediata, mas, sim, após uma minuciosa análise acerca da existência dos demais elementos que devem compor a referida relação.

58 PEREIRA JÚNIOR, Antônio Jorge; JEREISSATI, Catherine Santa Cruz; MIRANDA, Mário de Quesado. Impacto do modelo de negócio do Airbnb no mercado de hospedagem. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 119, ano 27, set./out. 2018, p. 276.

59 BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.

No que tange a locação de imóveis não há aqui incidência da legislação consumerista, uma vez que há legislação específica sobre a locação (Lei nº 8.245/1991) em que prevê expressamente em seu artigo 1º, §único, alínea a⁶⁰, abaixo transcrito:

**Art. 1º A locação de imóvel urbano regula - se pelo disposto nesta lei:
Parágrafo único. Continuam regulados pelo Código Civil e pelas leis especiais:**

a) as locações:

1. de imóveis de propriedade da União, dos Estados e dos Municípios, de suas autarquias e fundações públicas;
2. de vagas autônomas de garagem ou de espaços para estacionamento de veículos;
3. de espaços destinados à publicidade;
4. em *apart-* hotéis, hotéis - residência ou equiparados, assim considerados aqueles que prestam serviços regulares a seus usuários e como tais sejam autorizados a funcionar; Grifos aditados

Para além, ainda que o imóvel locado não esteja previsto nos itens acima listados esse também é o entendimento do doutrinador Bruno Miragem que afirma:

[...] trata-se de relação jurídica regulada por lei especial (Lei de Locações), não se constituindo relação de consumo, mas sim relação puramente civil. As razões para este entendimento variam desde a inexistência pressuposta de uma desigualdade fática entre os contratantes, até a ausência do requisito de profissionalidade do locador-proprietário do bem imóvel locado⁶¹ Grifos aditados

Ressalte-se que no entendimento do doutrinador a relação não se configura em razão da inexistência de fornecedor na relação acima apontada Insta salientar, conforme já explicado que os elementos da relação de consumo aqui tratados são interdependentes para que se configure validamente a relação de consumo.

Desta feita, uma vez que haja a igualdade fática entre os contratantes e profissionalidade do locador-proprietário bem como os demais requisitos anteriormente esmiuçados quanto a caracterização de consumidor e fornecedor, é sim o imóvel um bem jurídico material e validamente um possível objeto da relação de consumo sobre a locação do imóvel desde que resguardadas as especificidades das legislações específicas e não estando em nenhuma hipóteses do já citado art.1,

60 BRASIL. **Lei nº 8.245**, de 18 de outubro de 1991. Dispõe sobre as locações dos imóveis urbanos e os procedimentos a elas pertinentes. Brasília, DF. 18 out. 1991. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8245.htm. Acesso em: 14 mar. 2020.

61 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 181.

Único, alínea a da lei de locação⁶², poderá existir a incidência do Código de Defesa do Consumidor.

Logo, o tema é complexo e passível de controvérsia. Como complementa próprio doutrinador Bruno Miragem⁶³, um exemplo que se discute o reconhecimento ou não da relação de consumo no caso das imobiliárias ou locadoras de imóveis.

A evolução é muito célere e a abertura conceitual da lei permite um espaço para o enquadramento, por exemplo, de bens digitais que são amparados no artigo 3º, §1º do Código de Defesa do Consumidor⁶⁴, afirmado que produto também pode ser um bem imaterial.

Tem-se exemplos de bens digitais muito utilizados, são exemplos as redes sociais, fotos, e-mail, livros digitais, games, havendo ainda a possibilidade de reivindicar o domínio virtual.

Hodiernamente, o consumo de produtos eletrônicos precisa de aparelhos eletrônicos, notebook, tabletes, que por sua vez precisam da contratação de um serviço de internet para viabilizar o uso dos objetos e requisitar diversos serviços pelo telefone.⁶⁵

Destarte, os objetos da relação de consumo já mencionados são partes de uma relação jurídica obrigacional de dar e fazer seja produto ou serviço, exigindo uma investigação da extensão da responsabilidade dos fornecedores.

O fator que reforça o quão imperioso analisar os produtos, serviços e negócios no mundo digital como é o caso de legado digital pode variar atualmente na composição de acessos a portais utilizados pelo falecido, como milhas de viagens, plataformas

62 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 181.

63 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 181.

64 Art. 3º Fornecedor é 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. § 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial. BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.

65 MIRAGEM, Bruno. O novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, Editora Revista dos Tribunais, vol. 125, ano 28, set./out. 2019, 36.

financeiras como a rico, xp investimentos, aspectos esses que doutrina pontua que um testamento virtual seria a melhor opção.⁶⁶

Insta salientar, que o Airbnb nasce no âmbito digital, ou seja, é uma empresa digital, diferentemente de outras empresas que surgem como lojas físicas, com marcas conhecidas que migram para o meio digital é intitulada como extensão digital.⁶⁷

O Airbnb é o intermediador da maior prestação de serviço de locação imobiliária do mundo. O objeto em si é a plataforma que foi criada através de um software com a finalidade de intermediar o mercado de locação imobiliária entre os usuários, denominados de anfitrião/proprietário e o hospede/locatário.

Desse modo, o Airbnb em si é um modelo negócio que surge de um software, considerado como um bem incorpóreo⁶⁸ que surge de uma linguagem de programação de acordo com a Lei nº 9.609/98 no seu artigo 1º⁶⁹, conforme dispõe:

Art. 1º Programa de computador é a expressão de um conjunto organizado de instruções em linguagem natural ou codificada, contida em suporte físico de qualquer natureza, de emprego necessário em máquinas automáticas de tratamento da informação, dispositivos, instrumentos ou equipamentos periféricos, baseados em técnica digital ou análoga, para fazê-los funcionar de modo e para fins determinados

O enquadramento do software como produto ou serviço depende de alguns fatores, quais sejam, o modo de comercialização, se o programa vai prescindir de atualizações e o tipo de tributo incidente como o ISS.

Assim, extrai-se que o Airbnb é proprietária de um software que permite o serviço de locação imobiliária e necessita de atualizações de tempos em tempos para manutenção do sistema e proteção dos seus usuários através dos mecanismos de defesa. Outrossim, sua acessibilidade como aplicativo de dispositivos móveis sujeita-se a lei de software, na qual deve orientar a política de proteção de dados em

66 SARLET, Gabrielle Bezerra Sales. Notas sobre a identidade digital e o problema da herança digital: uma análise jurídica acerca dos limites da proteção póstuma dos direitos da personalidade na internet no ordenamento jurídico brasileiro. **Revista de Direito Civil**, vol. 17, ano 5, out./dez. 2018, p. 45. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018, p. 45.

67 PINHEIRO, Patrick Peck. **Direito Digital**. São Paulo: Editora Saraiva, 2016, p. 159.

68 PINHEIRO, Patrick Peck. **Direito Digital**. São Paulo: Editora Saraiva, 2016, p. 209.

69 BRASIL. **Lei nº 9.609**, de 19 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre a proteção da propriedade intelectual de programa de computador, sua comercialização no País, e dá outras providências. Brasília, DF. 19 fev. 1998. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9609.htm. Acesso em: 07 jun. 2020.

conformidade com o Código de Defesa do Consumidor e com o Marco Civil da Internet.⁷⁰

No que tange a estrutura de negócio do Airbnb não cobra o valor do aluguel, contudo cobra uma taxa para a reserva de locação pela plataforma. Desse modo, percebe-se dentro dessa dinâmica de relações criada pela plataforma existe outro objeto, qual seja, o acesso a plataforma⁷¹ do Airbnb e o serviço de locação imobiliária entre os usuários.

O objeto da relação de consumo chegou a um nível transnacional, pois com a utilização da tecnologia é possível que uma empresa funcione totalmente online. Sendo assim, os serviços e produtos dispostos expressamente no artigo 3º, §1º e §2º do Código de Defesa do Consumidor⁷², podem estar em jurisdições diferentes.

Nestes casos é necessário que esses objetos ofertados pelas diversas plataformas da economia compartilhada estejam condizentes com a legislação pátria de cada nação,⁷³ almejando sempre a harmonização dos ditames legais nas relações jurídicas prezando sempre pela proteção do consumidor⁷⁴.

2.4 PRINCÍPIOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO E DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

O microsistema de consumo surge com a promulgação do Código de Defesa do Consumidor, também conhecida como Lei nº 8078/1990. Notadamente, a finalidade precípua do direito do consumidor possui uma amplitude que multidisciplinar que dialoga com outros ramos do direito.

70 PINHEIRO, Patrick Peck. **Direito Digital**. São Paulo: Editora Saraiva, 2016, p. 219.

71 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**, vol. 111, ano 26, maio/jun. 2017. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017, p. 249.

72 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**, vol. 111, ano 26, maio/jun. 2017. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017, p. 249.

73 DAN, Wei. A proteção do consumidor no contexto global: a situação actual e algumas novas tendências. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 114, ano 26, nov./dez. 2017. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017, p. 353.

74 SANTOS, Gustavo Ferreira. O processo administrativo como garantia de proteção aos consumidores no modelo de economia compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 120, ano 27, nov./dez. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018, p. 274.

Desta forma, é indiscutível que a relação de consumo seja composta obrigatoriamente pelo consumidor, objeto (produto ou serviço) e fornecedor, cuja aplicação deve ser observada a luz de princípios e direitos básicos de caráter protetivo.⁷⁵

Desse modo, o direito do consumidor é um direito fundamental disposto no artigo 5º, XXXII da Constituição Federal de 1988⁷⁶, sendo assim possui princípios norteadores para resolução de questões práticas.

A boa fé objetiva é um princípio que deve ser observado em todas as relações jurídicas, principalmente quanto a sua função integrativa que trouxe os deveres anexo⁷⁷, usualmente aplicáveis para evitar as condutas inadequadas dos fornecedores para além do cumprimento da obrigação principal.

A boa fé se divide em boa-fé objetiva e subjetiva. Insta salientar que quando se trata da boa-fé como um princípio basilar do direito refere-se a boa-fé objetiva, uma vez que a subjetiva é aquela psicológica⁷⁸.

O princípio da transparência importa na boa-fé objetiva e de informação pode ser considerado como uma fonte do direito que engloba a existência de deveres anexos, como aqui os também chamados de deveres de conduta. Tratam-se de deveres oriundos de relações obrigacionais que não precisam necessariamente estar expressos em lei ou em nos negócios jurídicos com informações necessárias para colaboração entre consumidor e fornecedor⁷⁹.

75 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 43-44.

76 Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor; (BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF. 05 out. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10 maio. 2019)

77 FARIAS, Cristiano Chaves, de; ROSENVALD, Nelson. **Curso de Direito Civil: obrigações**. 9 ed., rev., ampli. e atual. Salvador: Editora Atlas, 2015, p. 98.

78 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 145.

79 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 146.

A existência desse princípio possui três funções, quais sejam, a função interpretativa a qual a interpretação dos negócios deve prezar por condutas à luz da boa-fé objetiva, sendo assim, também possui uma função delimitadora vedando algumas condutas⁸⁰.

Por fim, é da função integrativa que decorre os deveres anexos, onde a sua violação no âmbito contratual gera inadimplência, quando não observado os deveres de informação, cuidado e lealdade, e, tais critérios interpretação e integração dos negócios jurídicos⁸¹

Tais funções são previstas no nosso Código Civil Brasileiro, conforme podemos observar no artigo 113 do referido diploma normativo está definido o dever de celebrar o negócio jurídico de acordo com a boa-fé⁸², no art.187 prevê que será considerado ato ilícito aquele que violar os limites impostos pela boa-fé⁸³, e, por fim, mas não menos importante, no art. 422 o Código Civil⁸⁴ prevê que todo negócio jurídico seja na sua contratação ou na sua execução deve ter como critério a boa-fé, o que coloca o referido princípio como fonte autônoma dos deveres jurídicos.

Desta forma, a relação de consumo é tida como uma relação obrigacional dinâmica em que se tem o negócio jurídico objeto da relação entre fornecedor e consumidor acompanhado dos deveres implícitos a essa relação para que tenha lealdade⁸⁵ na conduta que viabilizará o cumprimento da relação obrigacional ali pactuada que fomenta a confiança da relação estabelecida e estimula a lógica do mercado de consumo.

80 BICHARA, Maria Carolina. A responsabilidade civil pós-contratual. **Revista do Direito Privado**, vol. 100, ano 20, jul./ago. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 45.

81 BICHARA, Maria Carolina. A responsabilidade civil pós-contratual. **Revista do Direito Privado**, vol. 100, ano 20, jul./ago. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 45.

82 Art. 113. Os negócios jurídicos devem ser interpretados conforme a boa-fé e os usos do lugar de sua celebração. **Código Civil Brasileiro**

83 Art. 187. Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes. (BRASIL. **Lei nº 10.406**, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, DF. 10 jan. 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm. Acesso em: 04 mar. 2020.)

84 Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé. (BRASIL. **Lei nº 10.406**, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, DF. 10 jan. 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm. Acesso em: 04 mar. 2020.)

85 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 146.

Um dos deveres que acompanham a boa-fé é o dever de informar qualificado⁸⁶, principalmente antes de formalizar os deveres jurídicos, no que tanges a relação de consumo, insta salientar que no momento de oferta o dever de informação é crucial, de modo que deve se dar de forma clara.

Esse direito também está expressamente previsto no inciso III do artigo 6 do Código de Defesa do Consumidor que diz “a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;” complementada pelo parágrafo único que seja acessível às pessoas com deficiência.⁸⁷

Entende-se como um dever qualificado pois, em uma relação civil comum, o dever de informar é voltado para manter a clareza sobre os termos e condições do negócio ali pactuados, prezando pela transparência da relação.

Quando se trata de uma relação de consumo, o dever de informar é estendido, de modo que não se preza apenas pela mera transparência, como também, se possui o ônus do fornecedor para estar vinculado a oferta nos termos que estão informados.

Em que pese se tratar de um dever anexo decorrente do normativas do Código Civil Brasileiro, sua importância é constantemente reforçada pelo legislador quando da análise do Código de Defesa do Consumidor, não só no artigo supracitado, como também ao destinar um capítulo para tratar da “Proteção da saúde e segurança”.

Sendo o dever de informar o principal instrumento à efetivação dessa proteção, ao passo que no seu artigo 8º, caput e §1º está previsto expressamente que no caso de serem colocados no mercado produtos ou serviços que se possam vir a causar perigo ao consumidor, seja quanto a sua saúde ou sua segurança, tal informação deve ser prestadas, devendo estar no rótulo do produto.

86 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 146.

87 BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.

Não obstante, o princípio da vinculação da oferta norteia a divulgação e anúncios dos fornecedores no que concerne ao valor do produto ou serviço, obrigando a manutenção da oferta feita ao consumidor, desde que não implique em erro grosseiro. Isto posto, à luz do princípio da harmonização das relações jurídicas tem-se a busca pela proteção dos vulneráveis consagrado no artigo 4º, I do Código de Defesa do Consumidor⁸⁸, independentemente da fase em que se encontre o negócio jurídico, quais sejam, pré-contratual, contratual e pós-contratual.

Vale lembrar que os negócios jurídicos independentemente de sua evolução com o tempo se baseiam e dependem principalmente na confiança das relações e segurança jurídica, porque sem a confiança fica inviável a aderência dos novos usuários e manutenção daqueles que já usufruem.

Ou seja, os negócios realizados no âmbito digital ressignificam e elevam o patamar da tutela da confiança para a continuidade das relações negociais, o que implica na vedação de comportamentos contraditórios.⁸⁹

Por quanto, a vulnerabilidade se apresenta de diversas maneiras cujo desequilíbrio da relação é flagrante e devem ser analisadas de maneira pormenorizadas, respectivamente, técnica, jurídica, fática e informacional⁹⁰. Lembrando que a vulnerabilidade é presumida pela legislação consumerista com o intuito de proteção ao consumidor.

A vulnerabilidade técnica é aquela em que o consumidor não profissional encontra uma situação de desequilíbrio de forças numa relação que requer uma expertise em certas relações como seria o caso da falta de conhecimento na seara tecnológica de produtos ou serviços⁹¹.

88 FRANZOLIN, Cláudio Jose; Favaretto, Natália. Contratos de consumo de venda e compra de aparelhos móveis (celulares) e deveres pós-contratuais a partir do diálogo entre direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 120, ano 27, nov./dez. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018, p. 509.

89 SCHEREIBER, Anderson. O princípio da boa-fé no direito de família. **V Congresso Brasileiro de Direito de Família**. P. 08. Disponível em: <http://www.ibdfam.org.br/assets/upload/anais/6.pdf>. Acesso em: 07 jun. 2020.

90 MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 323.

91 MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 324.

A vulnerabilidade jurídica ou científica nas quais cada área do conhecimento a exemplo de profissionais como advogados, contadores, programadores ante algumas situações práticas possuem paridade de armas, enquanto a maioria dos consumidores diante do fornecedor se encontraria em uma posição menos favorável.⁹²

A vulnerabilidade fática ou socioeconômica é perceptível principalmente quando os consumidores ficam numa posição de submissão diante em grandes empresas com alto poder econômico, possuindo monopólio do produto ou serviço em razão de sua essencialidade como fornecimento de água e energia elétrica.⁹³

A vulnerabilidade informacional é latente na área de alimentos onde a informação sobre características específicas como produtos transgênicos, alimentos sem adição de açúcar e rótulos com o máximo de informações possíveis para não interferir negativamente na escolha do consumidor.⁹⁴

Por fim, os tipos de vulnerabilidade acabam se acumulando diante de grandes empresas, cuja vulnerabilidade técnica dos usuários possui maior veemência na análise da plataforma do Airbnb. No âmbito digital, o impacto psicológico causado pelos novos modelos de negócio surge em concomitância desburocratização para facilitar o acesso aos consumidores.

A facilidade proporcionada pelo Airbnb no âmbito das locações imobiliárias conquistou a adesão de uma grande quantidade de usuário pela perspectiva de um retorno financeiro para o locador/proprietário ao dispor de algum imóvel para o locatário (hóspede).

Desse modo, os usuários em sua grande maioria não possuem expertise no âmbito da locação imobiliária, e, por vezes, não fazem uma avaliação real, mais aprimorada, sobre os riscos por trás do negócio.

A dinâmica da vulnerabilidade técnica precisa de uma maior atenção envolvendo as relações jurídicas das plataformas. Sendo assim, para além do Airbnb, outras plataformas transferem o risco das operações para os usuários sob a argumentação

92 MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 323.

93 MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 330.

94 MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 337.

de serem somente intermediários da relação jurídica composta pelo locador e locatário, buscando de todas as maneiras se ausentar de responsabilidade.

Desse modo, a hipervulnerabilidade existe mais comumente em crianças e idosos e na atual conjuntura é possível afirmar uma hipervulnerabilidade técnica do consumidor, ante as tecnologias das plataformas e os seus mecanismos, pois o modelo de plataformas digitais desprioriza o fornecedor e o contato direto para celebração do contrato, sendo que no Airbnb o contrato possui nuances importantes.⁹⁵

95 CARVALHO, Alexandre Perazo Nunes de; SOUSA, Raphaella Prado Aragão de. A influência da psicopolítica digital nas contratações virtuais e seus reflexos no aumento da vulnerabilidade do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 123, ano 28, set./out. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 297.

3 TEORIA DO RISCO NA ECONOMIA COMPARTILHADA

A mudança na responsabilidade civil que se deu em virtude da massificação e universalização das relações humanas ante as novas formas das atividades à luz da teoria do risco. Dessa forma, a alteração de perspectivas dos critérios da responsabilidade subjetiva, quais sejam, conduta, nexos causal e dano, sendo imperioso a avaliação a existência de conduta culposa para compor o tripé e gerar o dever de reparar o dano causado. De maneira diametralmente oposta a teoria objetiva de modo pragmático busca a reparação na ocorrência de um dano sem a avaliação da culpa fundada no risco da atividade⁹⁶.

Logo, todo aquele que exerce qualquer tipo de atividade, possui atualmente uma rede de multiplicidade de relações com base em atividades essenciais ou não se expõem ao risco em potencial. O exercício de comércio de produtos ou serviços possui a finalidade principal a obtenção de lucro ou não, ou seja, deve estar disposto a arcar com os prováveis riscos e responsabilidades decorrentes da atividade.

Notadamente, ao transportar a lógica da responsabilidade objetiva concretizada no artigo 927 do Código Civil com o intuito de reparar o dano sem avaliar a conduta culposa do agente, passa a ser adotada pela seara consumerista a teoria do risco-proveito e aplicável principalmente aos fornecedores que guarnecem os consumidores de produtos e serviços, sendo assim, devem ser obstados o potencial lesivo nas esferas da saúde, segurança, vida e patrimonial.

Analogamente, a ideologia da responsabilidade objetiva se coaduna perfeitamente com os direitos básicos do Código de Defesa do Consumidor nos moldes do artigo 6º, V, prezando pela reparação integral do dano do consumidor.

Por conseguinte, é visível a evolução de métodos e técnicas de venda cujo objetivo é acessar e influenciar o subconsciente do consumidor como é clássico caso das empresas de alimentos que fazem uso de cores em suas marcas e no próprio local de venda com a capacidade de induzir a fome ou fazer a pessoa perder a noção de tempo.

96 ASSUMPÇÃO, Daniel Amorim. **Manual de Direito do Consumidor**: direito material e processual. 6 ed., rev., atual. e ampli. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2017, p. 12.

Outrossim, os shoppings se valem da estrutura arquitetônica para fazer com o que o cliente tenha que passar por diversas lojas antes de ir embora. Ou seja, importa o conhecimento por trás de tais técnicas são importantes para não aumentarem os riscos para os consumidores que podem ter seu discernimento alterado para consumir um produto ou serviço desnecessariamente.

Desse modo, a tecnologia permite uma ampliação de utilização das técnicas com a capacidade de alterar o processo cognitivo de escolha do consumidor, sendo assim, o risco é extremamente agravado. Logo, é imprescindível o amparo e proteção dos consumidores visivelmente vulneráveis e hipossuficientes diante da expertise dos novos fornecedores no ambiente virtual.

A Lei nº 8.078/1990 consegue alcançar as situações de responsabilização da cadeia de consumo com o objetivo de salvaguardar os consumidores e a extensão serve para a responsabilização solidaria dos envolvidos na cadeia em questão, sendo analisada caso a caso. Em regra, aplica-se a responsabilidade solidaria, conforme o artigo 7º, parágrafo único da referida legislação, desde que, exista uma relação de consumo.

Nesta toada, vale pontuar a questão específica dos profissionais liberais no que concerne a imputação da responsabilidade solidaria, qual seja, a possibilidade de não incidência da teoria do risco proveito de acordo o artigo 14, parágrafo 4º da Lei nº 8.078/1990 deve ser apurada a culpa do profissional liberal.

3.1 RESPONSABILIDADE DE FATO OU VÍCIO DO SERVIÇO

A complexidade do Airbnb, incide justamente em algumas situações específicas que residem na análise da incidência ou não do Código de Defesa do Consumidor ou responsabilidade civil. Logo, é necessário por menorizar responsabilidade de fato e distinguir da responsabilidade de vício.

A responsabilidade de fato é mais grave, porque o bem lesado pode ser a saúde, vida e segurança, cujo o responsável no caso do produto é o fabricante, construtor, importador, produtor nos moldes do artigo 12 do Código de Defesa do Consumidor⁹⁷,

97 BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.

contudo no caso de responsabilidade pelo fato do serviço, todos os envolvidos vão responder de acordo como o artigo 14⁹⁸ do mesmo texto legal.

Logo, infere-se que a responsabilidade implicada em razão do vício do serviço é menos gravosa do que a responsabilidade por fato do serviço. Desta forma, quando houver a incidência de responsabilidade de vício do serviço a responsabilidade será solidária conforme o art. 18, *caput*⁹⁹ e art. 20 da legislação consumerista.

Destarte, a responsabilidade de fato ou vício do serviço segue as premissas da aplicação solidaria na cadeia de consumo. Nesta toada o Código de Defesa do Consumidor possui hipóteses de excludentes de responsabilidade de produtos e serviços respectivamente analisados diante caso concreto, quais sejam, o produto não foi disponibilizado nas prateleiras das lojas, alegação de um defeito que não existe e quando o próprio consumidor é exclusivamente responsável pelo problema do produto por negligência ou má utilização.

Analogamente, é possível se eximir de responsabilidade sobre serviços prestados, quando conseguir provar inexistência de problemas, devendo utilizar todos os meios de provas legais permitido por lei, bem como a culpa exclusiva do consumidor.

3.2 MECANISMOS DE PROTEÇÃO NA PLATAFORMA

A plataforma de economia compartilhada do Airbnb, assim como a de outras plataformas com objetivos diversos, prescindem de mecanismos de proteção. A

98 Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos. § 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais: I - o modo de seu fornecimento; II - o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam; III - a época em que foi fornecido. 2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas. § 3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar: I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste; II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro. §4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa. (BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.)

99 Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas. (BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.)

proteção da plataforma na execução de venda de serviços ou produtos pela internet, possuem um caráter de especialidade no mundo digital, como é o caso da locação de imobiliária do Airbnb, o serviço de transporte da Uber, venda de produtos pelas Americanas ou Magazine Luiza em plataformas específicas das respectivas empresas entre outros.

Os mecanismos de proteção possuem uma dupla finalidade, a primeira é voltada aos interesses da plataforma e posteriormente ao do usuário. Um sistema de segurança é indissociável do principal critério no âmbito do *e-commerce* para o consumidor, qual seja, a confiança dos usuários¹⁰⁰.

Conseqüentemente, os consumidores que experimentam o Airbnb acabam sendo fidelizados pela confiança no sistema de segurança, ponto este que gera uma cadeia de divulgação em massa para outros potenciais consumidores.

Dessa maneira uma das formas mais interessante para empresa que presta esses serviços online é implantar um sistema de monitoramento, de avaliação dos usuários e da própria plataforma, sistemas de *feedback* cujo usuário logado pode fazer críticas sobre a prestação de serviço do outro usuário¹⁰¹, no caso do Airbnb se as condições dos imóveis são compatíveis com a descrição da plataforma.

O problema dessa primeira ferramenta é o controle e exposição das avaliações negativas e positivas atreladas ao posicionamento que deve ser tomado tanto pelos gestores da plataforma, quanto para os usuários em seu âmbito cível ou consumerista envolvendo a plataforma.

O sistema de avaliação auxilia os gestores do aplicativo a verificarem aqueles usuários com baixa pontuação ou com uma péssima avaliação, que por muitas vezes acaba desligando o usuário pela má prestação do serviço na plataforma.

Em específico, o Airbnb oferece garantias ou seguros para inquilinos e proprietários como o fito de cobrir acidentes, depredação do bem imóvel e possíveis furtos.

100 OLIVEIRA, Amanda Flávio de. Economia colaborativa e desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 115, ano 27, jan./fev. 2018. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018, p. 486.

101 OLIVEIRA, Amanda Flávio de. Economia colaborativa e desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 115, ano 27, jan./fev. 2018. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018, p. 486.

Mecanismo esse que cria uma segurança interessante aos consumidores locatários.¹⁰²

No momento de cadastro numa plataforma, os consumidores usuários e fornecedores do serviço de locação muitas vezes tem dificuldade de comunicação, pois é imprescindível saber se quem está no outro lado é quem realmente está ofertando o serviço de locação, e, se o imóvel realmente existe, pois sempre existe o risco de incidência de golpes no mundo cibernético.

Logo, é decisivo para uma boa aderência ao negócio a verificação de identidade do usuário, a real condição do imóvel fornecido na plataforma através de fotos.

Na contratação do serviço um dos principais receios dos consumidores é a eventual ocorrência de algum problema relacionado com o pagamento efetuado via transferência. Para se evitar esses problemas e desconfiança do consumidor com pagamento é muito comum que plataformas busquem utilizar sistemas de pagamento seguros.

Sistemas esses que fazem bloqueio do valor do negociado até o momento em que o consumidor confirma o cumprimento integral da obrigação, no caso de plataformas de vendas de produtos como a OLX, mercado livre, é possível acompanhar aonde o produto se encontra através da plataforma e só libera o dinheiro para o vendedor quando o produto se encontra nas mãos dos consumidor.

Desse modo, o Airbnb ao invés de utilizar algum tipo de intermediário no pagamento entre os usuários a plataforma avançou ainda mais e utiliza atualmente um sistema de pagamentos próprios, além de trazer mais facilidade para o controle de eventuais problemas, chamado de Airbnb payments.¹⁰³

Realmente o Airbnb surge com grandes inovações, não somente com o seu modelo de negócio, pois a pouco tempo o e-commerce utiliza um sistema de split funciona como um intermediador de pagamento, cuja efetuação do pagamento direciona o valor

102 AIRBNB. **Termos de serviço.** Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/terms>. Acesso em: 12 jun. 2020.

103 AIRBNB. **Termos de serviço:** pagamentos. Disponível em: https://www.airbnb.com.br/terms/payments_terms. Acesso em: 13 jun. 2020.

devido para cada parte envolvida, desde que, com a contraprestação recebendo um valor sobre tais transações.¹⁰⁴

Tal como ocorre na plataforma de venda de produtos, a intermediação de um sistema de pagamentos ou o sistema próprio do Airbnb possui a finalidade de impedir que a transferência entre contas dos usuários do Airbnb, de maneira automática sem nenhuma verificação.

Isto posto, é um verdadeiro mecanismo o fito de obstar o ingresso de estelionatários na plataforma, utilizando de meios escusos para ludibriar o consumidor e conseguir um proveito econômico ilícito. Ponto esse que iria gerar uma alta desconfiança dos usuários da plataforma impedindo o bom andamento e divulgação do negócio.

No rol de direitos básico do artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor¹⁰⁵ busca alcançar estimular a educação e a informação dentre outros direitos e princípios básicos cumprido em sua integralidade pelas empresas fornecedoras, sendo assim, é perceptível a tendência ao cumprimento de direitos básicos com a finalidade eliminar

104 NEGRI, Patrick. Como funciona o *split* de pagamentos no marketplace? Confira! **Blog Iugu**. 08 nov. 2018. Disponível em: <https://iugu.com/blog/como-funciona-split-pagamento/>>. Acesso em: 13 jun. 2020.

105 Art. 6º São direitos básicos do consumidor: I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos; II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações; III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012) Vigência IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços; V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas; VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos; VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados; VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências; IX - (Vetado); X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral. Parágrafo único. A informação de que trata o inciso III do **caput** deste artigo deve ser acessível à pessoa com deficiência, observado o disposto em regulamento. (Incluído pela Lei nº 13.146, de 2015) (Vigência). (BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.)

os riscos reais, antes de emergir uma nova necessidade regulatória que possa comprometer o crescimento da economia compartilhada¹⁰⁶.

A nova estrutura de negócios da *e-commerce* pelas plataformas online conseguiu absorver a ideia e verificaram que é importante passar informações para os usuários, bem como atender a todos os direitos básicos para fidelizar o consumidor e dar continuidade a atividade comercial.

106 OLIVEIRA, Amanda Flávio de. Economia colaborativa e desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 115, ano 27, jan./fev. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018, p. 489.

4 RESPONSABILIDADE E NATUREZA CONTRATUAL DO AIRBNB

A responsabilidade civil é um dever jurídico sucessivo que advém do descumprimento de uma obrigação, seja pelo inadimplemento da obrigação principal, ou pela violação de deveres anexos. De acordo com os ensinamentos de Sergio Cavalieri¹⁰⁷:

Em seu sentido etimológico, responsabilidade exprime a ideia de obrigação, encargo, contraprestação. Em sentido jurídico, o vocábulo não foge dessa ideia. A essência da responsabilidade está ligada à noção de desvio de conduta, ou seja, foi ela engendrada para alcançar as condutas praticadas de forma contrária ao direito e danosas a outrem. Designa o dever que alguém tem de reparar o prejuízo decorrente da violação de um outro dever jurídico. Em apertada síntese, responsabilidade civil é um dever jurídico sucessivo que surge para recompor o dano decorrente da violação de um dever jurídico originário.

Nesta toada, a responsabilidade subjetiva possui critérios que podem ser identificados na leitura do art.186 do Código Civil¹⁰⁸, quais sejam, conduta culposa do agente por ação ou omissão voluntária, negligência ou imperícia, nexos causal e o dano. Consequentemente, a responsabilidade busca reparar o “*status quo ante*” decorrente do dano, cujo presente caso em análise vai observar a reparação decorrente do inadimplemento de um negócio jurídico.

A fonte das obrigações para Fernando Noronha é o fato jurídico, ou seja, a lei só serve como suporte fático, cujas verdadeiras fontes das obrigações são: negócios jurídicos como contratos e alguns atos jurídicos unilaterais, responsabilidade civil e enriquecimento ilícito¹⁰⁹.

Dessa forma, o Airbnb que possui função primordial a facilitar a concretização do negócio jurídico entre os usuários respeitando a manifestação de vontade no momento de firmar o contrato. O contrato deve observar os preceitos do artigo 104, do Código Civil, quais sejam, sujeitos capazes, objeto lícito, possível, determinado ou determinável e forma não prescrita ou proibida em por lei.

107 CAVALIERI FILHO, Sergio Cavalieri. **Programa de Responsabilidade Civil**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 2.

108 BRASIL. **Lei nº 10.406**, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, DF. 10 jan. 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm. Acesso em: 04 mar. 2020.

109 NORONHA, Fernando. **Tripartição fundamental das obrigações negociais, responsabilidade civil e enriquecimento sem causa**. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/3220214/fernando-noronha-triparticao-fundamental-das-obrigacoes-negociais-responsabilidade>. Acesso em: 04 maio. 2020.

Invoca-se, de modo geral, a imperatividade do respeito às normas, ao lado de argumentos ligados à transnacionalidade das novas grandes empresas comerciais em ascensão pelo e-commerce em a em uma economia globalizada ou a uma importação algo abrangente da teoria do *stream of commerce*, segundo a qual quem direciona seu comércio aos consumidores de certos países assume o ônus de ter sua atividade disciplinada pelas respectivas leis nacionais.¹¹⁰

A teoria do diálogo das fontes tem a finalidade de solucionar conflitos sobre qual legislação aplicar, quer seja pela sua hierarquia, cronologia ou especialização, com capacidade para compatibilizar as normas ora conflitantes de maneira simultânea de maneira complementar ou subsidiária à luz dos preceitos constitucionais.¹¹¹

Nesta toada, o Código Civil prevê expressamente a responsabilidade das empresas, independentemente de culpa pelos danos causados pelos produtos postos em circulação, ressalvadas as previsões em legislação especial.”¹¹²

Vê-se que, ao dispor sobre a responsabilidade civil, o Código não exclui a aplicação de outras normas existentes. Por conseguinte, o dialogo das fontes é um instrumento útil para verificação e aplicação legislativa do Airbnb. Isso porque, presente três relações jurídicas distintas em um mesmo contrato, e inexistindo regulamentação legal específica sobre os modelos de negócio atinentes a economia compartilhada, faz-se imprescindível utilizar, em dialogo das fontes, tanto o Código Civil quanto o Código de Defesa do Consumidor.

Frise-se ainda, que de maneira complementar é cabível ainda a aplicação da Lei de Turismo e Lei do Inquilinato, quando forem insuficientes os referidos Códigos, no que tange a dificuldade de enquadramento de exteriorização do contrato do Airbnb.¹¹³

110 SCHREIBER, Anderson. **Contratos eletrônicos no Direito Brasileiro**: formação dos contratos eletrônicos e direito de arrependimento. Disponível em: <http://schreiber.adv.br/downloads/artigo-contratos-eletronicos.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2020.

111 MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 6 ed., rev., atual. e ampli. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 630.

¹¹² BRASIL. **Lei nº 10.406**, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, DF. 10 jan. 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm. Acesso em: 04 mar. 2020.

113 RIQUETI, Guilherme Augusto. **Aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor aos contratos de locação urbanos**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito). Faculdade de Direito, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, 2019, p. 24. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/203516/APLICABILIDADE%20DO%20C%C3%93DIGO%20DE%20DEFESA%20DO%20CONSUMIDOR%20AOS%20CONTRATOS%20DE%20LOC>

Dentre as diversas classificações acerca dos contratos civis, encontra-se a que subdivide, classicamente, em contratos típicos, sendo aqueles regulamentados por leis, e em contratos atípicos, aqueles que não possuem tal regulamentação. Ressalte-se que, a inexistência de previsão legal não torna o contrato ilícito, conforme o artigo 425 do Código Civil¹¹⁴, ao revés, a autonomia da vontade e as novas tendências de mercado e tecnologia propiciam uma maior utilização dos contratos atípicos, devendo, no entanto, observância as regras e princípios que integram a normativa sobre os contratos.¹¹⁵

Outra classificação relevante refere-se a distinção entre contratos de adesão e contratos paritários, sendo o primeiro definido como “aqueles em que o estipulante impõe o conteúdo do negócio restante a outra parte apenas aceitá-lo ou não”¹¹⁶ e o segundo como espécie de contrato “em que as partes encontram-se em igualdade de condições para discutir os termos do ato do negócio e fixar as cláusulas e condições contratuais”.¹¹⁷

Em regra, a forma contratual do Airbnb se amolda como contrato atípico e de adesão, firmado eletronicamente, considerando não só a inexistência de previsão legal expressa bem como a ausência de igualdade de condições na confecção dos termos contratuais, que são disponibilizados de forma automática na plataforma, dispondo apenas ao anfitrião e ao hospede aceitar e concretizar o negócio, ou recusa-lo.¹¹⁸

A%C3%87%C3%83O%20URBANOS%20-%20TCC-%20Guilherme%20Augusto%20Riqueti.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 15 jun. 2020.

114 Art. 425. É lícito às partes estipular contratos atípicos, observadas as normas gerais fixadas neste Código. (BRASIL. **Lei nº 10.406**, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, DF. 10 jan. 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm. Acesso em: 04 mar. 2020.)

115 FARIAS, Cristiano Chaves. **Curso de Direito Civil: contratos**. 7 ed., rev. e atual. Salvador: Editora Juspodivm, 2017, p. 420.

116 TARTUCE, Flávio. **AMP 881/19 (liberdade econômica) e as alterações do Código Civil: segunda parte – teoria geral dos contratos, direito de empresa e fundos de investimento**. 07 maio. 2019. Disponível em: [https://www.migalhas.com.br/depeso/301761/a-mp-881-19-liberdade-economica-e-as-alteracoes-do-codigo-civil-segunda-parte-teoria-geral-dos-contratos-direito-de-empresa-e-fundos-de-investimento#:~:text=A%20norma%20trata%20dos%20contratos,take%20it%20or%20leave%20it\).&text=No%20primeiro%20caso%2C%20a%20liberdade,que%20justifica%20a%20interven%C3%A7%C3%A3o%20legislativa](https://www.migalhas.com.br/depeso/301761/a-mp-881-19-liberdade-economica-e-as-alteracoes-do-codigo-civil-segunda-parte-teoria-geral-dos-contratos-direito-de-empresa-e-fundos-de-investimento#:~:text=A%20norma%20trata%20dos%20contratos,take%20it%20or%20leave%20it).&text=No%20primeiro%20caso%2C%20a%20liberdade,que%20justifica%20a%20interven%C3%A7%C3%A3o%20legislativa). Acesso em: 10 jun. 2020.

117 BRAMBILLA, Leandro Vilela. No que consistem os contratos paritários? **JusBrasil**. Disponível em: <https://fg.jusbrasil.com.br/noticias/2189247/no-que-consistem-os-contratos-paritarios-leandro-vilela-brambilla>. Acesso em: 10 jun. 2020.

118 MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 77.

Logo, no âmbito do comércio eletrônico as características do contrato de adesão se amoldam perfeitamente pela massificação de relações negociais, em que pese o comprometimento da liberdade contratual,¹¹⁹ seu conteúdo pode ser controlado com o intuito de proteção do consumidor nos moldes do artigo 54 do Código de Defesa do Consumidor. Outrossim, no que concerne ao elemento do consentimento ora vedado pela falta de negociação sobre as cláusulas contratuais, em caso de evidente prejuízo ou abuso.

Os contratos no comércio eletrônicos evidenciam as mudanças de elementos contratuais como a desterritorialização, cujo contrato é firmado no âmbito de um site, plataforma ou aplicativo onde as partes encontram-se em localidades extremamente distintas. A despersonalização das partes no contrato onde a distância impossibilita o contanto mais próximo emana mais confiança para consolidação de um negócio jurídico.

Interessante mencionar o Enunciado 171 do Conselho da Justiça Federal - CJF, que ao dispor sobre os contratos de adesão estabelece que estes não se confundem com os contratos de consumo,¹²⁰ de modo que a inexistência de discussão acerca das cláusulas contratuais entre as partes, notadamente, entre o anfitrião e hospede que usufruem do serviço da plataforma, por si só, não configura uma relação de consumo devendo ser analisadas caso a caso.

A falta de percepção clara sobre qual relação jurídica incide entre o anfitrião e o Airbnb repercute na relação entre o anfitrião e o hóspede. Isto porque, a ausência de legislação específica e a presença de múltiplas relações jurídicas autônomas atinentes a mesma acomodação, pode ensejar a responsabilidade solidária entre o anfitrião e o Airbnb para com o hóspede, ao mesmo tempo que se configura possível uma relação de consumo entre o anfitrião e a plataforma digital.

Logo, é imprescindível no caso específico do Airbnb, cuja plataforma da prestação dos serviços de locação imobiliária pode ocasionar certa confusão ao consumidor, por

119 FARIAS, Cristiano Chaves. **Curso de Direito Civil: contratos**. 7 ed., rev. e atual. Salvador: Editora Juspodivm, 2017, p. 325.

¹²⁰ BRASIL. Conselho da Justiça Federal. Enunciado 305. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/305>. Acesso em: 14 jun. 2020.

não prever claramente os termos reais de sua responsabilidade com base na legislação consumerista, a respeito da solidariedade com o anfitrião.

Não obstante, a plataforma ora analisada apresenta outra particularidade contratual ao permitir que os proprietários dos imóveis possam modular o contrato que vai ser pactuado, notadamente, sobre as regras do imóvel e as comodidades oferecidas.¹²¹

Por fim, o maior problema para responsabilização do Airbnb, além do tipo de plataforma utilizada, qual seja, *peer to peer* - P2P, enfrenta desafios no que concerne a exteriorização do contrato firmado, questão extremamente relevante para a responsabilização ou não da plataforma. Pois, a qualificação como contrato de adesão não obsta dúvidas acerca do enquadramento como contrato de hospedagem ou contrato de locação.

Nessa senda, o contrato de locação de imóveis urbanos é disciplinado pela Lei nº 8.245/91, que em seu artigo 1º prevê que as locações devem ser reguladas pelo Código Civil e a referida Lei do Inquilinato versa sobre locações em apart-hotéis, hotéis residência ou equiparados, assim considerados aqueles que prestam serviços regulares a seus usuários e como tais sejam autorizados a funcionar.¹²²

Desse modo, é possível a analogia do contrato efetivado no Airbnb como contrato de locação por temporada não superior a 90 dias, usufruindo dos bens moveis constantes no imóvel conforme o artigo 48 da Lei do Inquilinato.

Por outro lado, o contrato de hospedagem é atípico, misto que funde a prestação de serviços, depósito e locação. Ou seja, surge da cessão dos elementos de uso e gozo do bem, possuindo alguma regulação pela Lei nº 11.771/2008 (Lei de turismo), onde em seu artigo 23 considera hospedagem a prestação de serviços de hospedagem em unidades mobiliadas e com cobrança diária.

Conseqüentemente, a referida lei impõe que o cadastramento para exercer a hospedagem conforme o artigo 24.¹²³ Notadamente, a mera permissão numa

121 AIRBNB. **Termos de serviço**. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/terms>. Acesso em: 12 jun. 2020.

122 BRASIL. **Lei nº 8.245**, de 18 de outubro de 1991. Dispõe sobre as locações dos imóveis urbanos e os procedimentos a elas pertinentes. Brasília, DF. 18 out. 1991. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8245.htm. Acesso em: 10 jun. 2020.

123 BRASIL. **Lei nº 11.771**, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro

convenção de condomínio com o objetivo de locação não é o suficiente para funcionar como meio de hospedagem.

A natureza contratual do Airbnb que se exterioriza no mundo dos fatos e o problema que surge da omissão legislativa sobre a temática, causam as evidentes dúvidas sobre qual lei aplicar.

Por essas e outras razões, a jurisprudência brasileira tem caminhado no sentido de afirmar que o Código de Defesa do Consumidor se aplica às relações de consumo estabelecidas entre fornecedores eletrônicos e o consumidor brasileiro.¹²⁴

Outrossim, diversos projetos de lei vêm sendo apresentados para alterar a Lei de Inquilinato, a exemplo do Projeto de Lei n 2.474/2019, de autoria do Senador Ângelo Coronel¹²⁵ que propõe inclusão artigo 50-A, conforme se extrai abaixo:

“Art. 50-A. É vedada a locação para temporada contratada por meio de aplicativos ou plataformas de intermediação em condomínios edifícios de uso exclusivamente residencial, salvo se houver expressa previsão na convenção de condomínio prevista no art. 1.333 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil).

§ 1º Caso a convenção do condomínio autorize, a locação para temporada contratada por meio de aplicativos ou plataformas de intermediação sujeita-se às seguintes regras:

I – o prazo da locação será expresso em dias, semanas ou meses, observado o limite do art. 48 desta Lei.

II – o locador, independentemente de culpa, é, perante o condomínio edifício e os demais proprietários ou moradores, civilmente responsável pelos danos causados por pessoas que, em razão da locação, tenham tido acesso ao imóvel ou às áreas comuns do condomínio edifício, ainda que essas pessoas não constem formalmente do contrato de locação.

III – a locação poderá ter por objeto uma unidade imobiliária parte de condomínio edifício ou apenas um ou mais cômodos ou recintos.

IV – o locador é considerado consumidor perante o titular do aplicativo ou plataforma de intermediação.

§ 2º Não se aplica ao locador, seja proprietário ou apenas possuidor, a obrigação do cadastro prevista no art. 22 da Lei nº 11.771, de 17 de setembro

de 1986 e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. Brasília, DF. 17 set. 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm#:~:text=%C2%A7%201o%20Os%20empreendimentos,Lei%20e%20ao%20seu%20regulamento. Acesso em: 10 jun. 2020.

124 SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. STJ aplica, caso a caso, CDC em relações de consumo intermediário. Disponível em: <https://stj.jusbrasil.com.br/noticias/2383770/stj-aplica-caso-a-caso-cdc-em-relacoes-de-consumo-intermediario> Acesso em: 10 jun. 2020.

125 BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei nº 2.474**, de 2019. Altera a Lei nº 8.245, de 18 de outubro de 1991, para disciplinar a locação de imóveis residenciais por temporada por meio de plataformas de intermediação ou no âmbito da economia compartilhada. Brasília, DF. 2019. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/136443>. Acesso em: 15 jun. 2020.

de 2008, desde que não realize a atividade de locação do imóvel profissionalmente (art. 966 do Código Civil).”

Vê-se que a proposta de alteração da Lei do Inquilinato possui o poder de concretizar a natureza do contrato firmado no Airbnb como contrato de locação por temporada, não podendo a locação ser superior a um período de 90 dias.

Em um primeiro momento aparenta ser mais favorável a aplicação da Lei do Inquilinato nas relações desenvolvidas no Âmbito da plataforma do Airbnb, pois os litígios provenientes dessa relação devem ser dirimidos na seara cível entre o locador e locatário, quando a tentativa de solução amigável de conflitos não for possível, isentando a responsabilidade do Airbnb nessa relação.

Não obstante, a proposta busca uma compatibilização com a Lei de Turismo no que concerne ao cadastro obrigatório do proprietário que deseja utilizar o imóvel para locação por aplicativo. Principalmente que a regularização e cadastramento proporciona maior fiscalização e arrecadação sobre a atividade.

Extrai-se, portanto, que as relações jurídicas evidenciadas envolvem em um primeiro momento o Airbnb com o locador/fornecedor/consumidor e em outro, o consumidor/locatário/anfitrião que usufrui do acesso a plataforma do Airbnb e do serviço de locação pelo anfitrião.

Conseqüentemente, a ausência de legislação específica destinada as intermediações por plataformas virtuais entre pares – P2P - ocasiona uma insegurança jurídica, posto que poderá incidir, a depender da interpretação adotada, a Lei do inquilinato, que afastaria a responsabilidade do Airbnb, ou a Lei do Turismo, que configuraria um contrato de hospedagem, permitindo dentro de uma interpretação finalística, nas bases na proteção do consumidor, a responsabilidade, em regra, objetiva e solidária.

4.1 A RELAÇÃO DE CONSUMO DO AIRBNB

A configuração de consumidor, com base na teoria do finalismo aprofundado, sofre alterações no âmbito do *e-commerce*, pois a relação de consumo observada em seu conceito clássico é modificada, para enquadrar essa nova dinâmica de relação, que

tem a figura do intermediador virtual, dentro do modelo de economia compartilhada no fornecimento de produtos ou serviços.

Nesta perspectiva, os modelos de negócios na internet através de sites ou aplicativos, evidenciam novas formas de negociação, onde tais modelos digitais implicam em mudanças paulatinas para aderência de usuários no decorrer do tempo.

Inicialmente, é necessário observar os diversos modelos de plataformas de negociação que surgiram no mundo digital, quais sejam, o B2C (*business to consumer*) que trata da relação entre empresa e consumidor e o B2B (*business to bussiness*)¹²⁶ relação entre empresas.

Outrossim, a compreensão sobre o sistema do B2C também se faz necessário, porque resta evidente uma disparidade no que concerne a vulnerabilidade do fornecedor e consumidor, a plataforma também possui uma responsabilidade objetiva e solidaria. Insta salientar, que o Código de Defesa do Consumidor apesar de não tratar dessas plataformas expressamente, é plenamente cabível após uma interpretação da regra geral do artigo 7º na defesa da solidariedade na cadeia de fornecedores.

Desse modo, exemplos evidentes de plataformas B2C são as lojas Américas e Magazine Luiza.

Ressalte-se que, é possível a aplicação do Código de Defesa do Consumidor na plataforma B2B quando averiguar vulnerabilidade de uma das empresas anfitriãs, com fulcro na teoria do finalismo aprofundado.

Algumas legislações e projetos são objetos de importantes questionamentos para regulação das plataformas digitais. Inicialmente, o Decreto 7.962/13 surge para regular a contratação no meio eletrônico, corrobora e reforça ainda mais os aspectos da informação, acesso do consumidor aos responsáveis pelo comércio eletrônico, bem como respeitar o direito de arrependimento do consumidor.¹²⁷

126 MIRAGEM, Bruno. O novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, Editora Revista dos Tribunais, vol. 125, ano 28, set./out. 2019, 26.

127 BRASIL. **Decreto nº 7.962**, de 15 de março de 2013. Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Brasília, DF. 15 mar. 2013. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm. Acesso em: 17 jun. 2020.

Destarte, na mesma linha do Decreto anteriormente abordado, o Projeto de Lei 3514/2015 elaborado por Cláudia Lima Marques, Antônio Herman entre outros, busca acrescentar na Lei nº 8.078/90 um capítulo exclusivo sobre o comércio eletrônico, versa nitidamente sobre as plataformas B2C e B2B e quer acrescentar direitos básicos no art. 6º, XI e XII, respectivamente versando sobre os direitos básicos no ambiente eletrônico sobre privacidade, segurança das informações e dados dos usuários, bem como a liberdade de escolha e situações de discriminação e assédio nas relações de consumo.¹²⁸

O projeto tem a finalidade de regular os contratos eletrônicos impondo uma quantidade mínima de vendas necessárias, identificação dos produtos e dos serviços, bem como concluir pela solidariedade das plataformas B2B e B2C, conforme se extrai da proposta de inclusão da Seção VII – Do Comércio Eletrônico no Código de Defesa do Consumidor, in verbis:

“Art. 45-A. Esta seção dispõe sobre normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico e a distância, visando a fortalecer sua confiança e assegurar sua tutela efetiva, mediante a diminuição da assimetria de informações, a preservação da segurança nas transações e a proteção da autodeterminação e da privacidade dos dados pessoais.”

“Art. 45-B. Sem prejuízo do disposto neste Código, os sítios e demais meios eletrônicos, bem como as comunicações remetidas ao consumidor, utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, entre outras, as seguintes informações:

I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica;
II - endereços físico e eletrônico e demais informações necessárias para sua localização e contato;

III - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega;

IV - condições integrais da oferta, incluindo modalidades de pagamento, disponibilidade e forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto ou serviço;

V - características essenciais do produto ou serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;

VI - prazo de validade da oferta, inclusive do preço; VII - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.”¹²⁹

128 BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº ___, de 2015. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico, e o art. 9º do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro), para aperfeiçoar a disciplina dos contratos internacionais comerciais e de consumo e dispor sobre as obrigações extracontratuais. Brasília, DF. 2015. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1408274&filename=PL+3514/2015. Acesso em: 15 jun. 2020.

¹²⁹ BRASIL, Op cit.

De antemão frisasse pela diferenciação das plataformas B2C e P2P. A diferença se revela no comportamento da plataforma, cujo B2C se comporta no modo ativo, contudo o atual cenário fez com que algumas empresas com plataformas digitais como é o caso da Magazine Luiza permitindo o ingresso de outros fornecedores para utilizarem a plataforma. O P2P se afasta da relação comercial que liga os usuários, sendo que a sua responsabilidade primordial é cuidar da criptografia e segurança na plataforma.¹³⁰

Por último, o modelo de negócio adotado pelo Airbnb que é conhecido como C2C (*consumer to consumer*) modalidade entre consumidores ou P2P (*peer to peer*) pelo fato da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) preferir denominar dessa forma.¹³¹

Assim, a plataforma do Airbnb funciona com o cadastro do proprietário do imóvel (anfitrião) que disponibiliza o bem no site ou aplicativo com as devidas especificações e o hospede (consumidor) precisa fazer o cadastro ou acessar o aplicativo para escolher o imóvel que deseja fazer a sua locação, ou seja, o Airbnb é uma plataforma com o desígnio de intermediar o maior serviço de locação de imóveis do mundo atualmente.

Registre-se que não obstante as outras nomenclaturas, a P2P tende ser a mais acertada, porque a estruturação não seria a ligação de entre consumidores (C2C) e os reflexos de litígios âmbito jurídico seriam caracterizar a plataforma como fornecedor do serviço.

Nesta toada, que o mercado entre pessoas altera a dinâmica jurídica deixando explícito o caráter de plataforma como uma vitrine de imóveis com preços acessíveis no mundo todo atraindo uma grande quantidade de usuários (consumidores) que podem entrar em contato com os proprietários - fundamento este que descaracterizaria a plataforma como fornecedora.

130 VALIM, Thalles Ricardo Alciati. *Natura jurídica e formação dos contratos eletrônicos*. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 123, ano 28, maio/jun. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 279.

131 OLIVEIRA, Amanda Flávio de. *Economia colaborativa e desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões*. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 115, ano 27, jan./fev. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018, p. 483.

A partir da análise feita anteriormente, o Airbnb pode figurar nas seguintes relações de consumo, quais sejam, Airbnb e proprietário (anfitrião) e Airbnb e o consumidor usuário em algumas situações que devem ser analisadas com cuidado, principalmente para não se aplicar a legislação consumerista em uma situação que seria resolvida no âmbito da responsabilidade civil nos moldes da Lei do Inquilinato.

Em sua grande maioria o tipo de locação adotada pelo Airbnb defende uma locação por temporada não superior a 90 dias, onde o prazo de locação é bem curto e normalmente firmado épocas festivas como Carnaval, São João, ano novo ou alguma viagem de férias¹³².

O grande problema para qual legislação aplicar no caso concreto consiste em averiguar a responsabilidade da plataforma observando a dinamicidade da plataforma com seus usuários conforme a exteriorização da locação do Airbnb como contrato de locação amparado pela lei do inquilinato ou pela legislação consumerista a partir da análise da vulnerabilidade e hipossuficiência dos usuários.

Note-se que é possível verificar que o usuário pode ser ou não hipossuficiente perante o outro, com é possível que ambos sejam hipossuficientes. Lembrando que o ponto fulcral é a configuração do Airbnb como fornecedor – guardião do acesso a plataforma, pautado nas bases protetivas de saúde e segurança do consumidor.

Portanto, o enquadramento como fornecedor – guardião, vai operar principalmente sobre o risco inerente ao acesso da plataforma em si, pois uma falha nos mecanismos de segurança pode causar os danos aos usuários/consumidores. Diferentemente, é a aplicação da lei do inquilinato quando presentes as características da individualização do contrato de locação no momento de averiguação de um contrato de locação alterado, modificado pelo locador em face do locatário, bem como a resolução de alguns litígios envolvendo os direitos e deveres do locador e do locatário.¹³³

Destarte, não é descabido entender que no caso de o locador infringir uma norma consumerista, sendo este fornecedor não vulnerável e adotando o Airbnb todas as medidas de segurança possíveis, pode ser excluída a sua responsabilidade, desde

132 AGHIARAIAN, Hérculas. **Curso de Direito Imobiliário**. 12 ed., rev., ampl., e atual. São Paulo: Editora Atlas, 2015, p. 378.

133 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**, vol. 111, ano 26, maio/jun. 2017. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017, p. 249.

que o seu serviço não tenha ensejado o litígio, sendo possível a não responsabilização solidária em virtude da configuração que será demonstrada a seguir.

Diante do exposto, é necessário esmiuçar as algumas hipóteses práticas de incidência do Código de Defesa do Consumidor. Lembrando que deve observar elemento da vantagem econômica direta ou indireta no momento da aderência ao Airbnb, como é o caso das taxas pagas pelo proprietário que anuncia o seu imóvel, bem como a taxa pagas por quem vai locar o bem. Sendo assim, essas taxas são um importante elemento de análise para configuração de uma responsabilização da empresa caracterizando a relação de consumo,¹³⁴ cujo Airbnb é o fornecedor-guardião de um serviço que disponibiliza o acesso um espaço, que permite o fornecimento do serviço de locação entre o locador/anfitrião e um locatário/hospede.¹³⁵

A aquisição direta de remuneração é resultante da contraprestação pecuniária, para poder adquirir o produto ou serviço desejado pelo consumidor no momento da celebração do contrato de consumo¹³⁶.

No viés prático, percebe-se o costume dos advogados de colocar no passivo da ação o locador/proprietário no momento da propositura da ação com se ali houvesse uma responsabilidade solidária, entretanto, como visto anteriormente o tipo de plataforma do Airbnb P2P só permite a responsabilização objetiva, como fornecedor, quando verificado em sua grande maioria problemas decorrentes dos princípios, direitos básicos e principalmente do dever anexo de informação e cuidado.

O fator primordial que embasa esse entendimento é justamente que a solução entre o locador e o locatário deve observar a Lei do Inquilinato, ou seja, de acordo com o sistema C2C entre consumidores, verifica-se que o proprietário que utiliza esse site ou o aplicativo não possui expertise, sendo este tão hipossuficiente quando o consumidor/hospede. Logo, nessas condições dificulta o enquadramento do proprietário como fornecedor.

134 AIRBNB. **Termos de serviço**. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/terms>. Acesso em: 12 jun. 2020.

135 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**, vol. 111, ano 26, maio/jun. 2017. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017, p. 249.

136 MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 156.

Destarte, existe a hipótese de um estelionatário utilizando documentos falsos ou inexistência do imóvel, fatos estes que impossibilitam o conhecimento desse fornecedor da locação. Desse modo, subsiste a responsabilidade objetiva da segunda relação que corre em paralelo com a locação imobiliária, qual seja, a prestação dos serviços da plataforma.

Vê-se que ao alegar a ilegitimidade é plenamente cabível a propositura de uma nova ação com base no seguinte fundamento, como a plataforma deve preservar ao máximo pela vida, saúde e segurança - tripé dos direitos básicos do consumidor, hipervulneráveis técnicos no âmbito digital, dos negócios jurídicos desenvolvidos no âmbito da plataforma é obrigatório uma verificação dos tipos mecanismos de segurança com o fito de compelir propagandas enganosas, verificação da veracidade das informações divulgadas pelos usuários e documentais, existência ou não dos imóveis cadastrados, alterações no contrato de adesão evidentemente abusivas entre outras situações.

Notadamente, as falhas oriundas da plataforma, independente no termo de serviço trazer de forma expressa que o Airbnb não possui nenhuma responsabilidade, o consumidor vai obter respaldo à luz do sistema consumerista que deve ser analisado caso a caso.

O ponto fulcral da análise do sistema da plataforma do Airbnb é entender que a base de proteção e defesa do consumidor, se valendo primordialmente da boa-fé e dos deveres anexos de informação cuidado e lealdade que dela decorrem, impondo um novo tipo de fornecedor, que possui uma responsabilidade objetiva diante dos problemas os mecanismos de segurança da plataforma deveriam evitar, além das atitudes durante e depois da prestação do serviço de locação, qual seja, o Airbnb é denominado de fornecedor guardião e vai ser responsabilizado objetivamente.

Não obstante, é imperioso ressaltar que para além da plataforma P2P, o modelo de negócio do Airbnb não padece de responsabilidade solidaria. No tocante as relações destrinchadas, ao se acionar solidariamente a plataforma e o locador, na prática o litígio em relação ao locador pode ser um caso de estelionato, logo, falha no sistema de segurança e o enquadramento do Airbnb como fornecedor-guardião responde objetiva e exclusivamente pelas relações de consumo autônomas uma como o

locador/anfitrião - que é o fornecedor/consumidor e outra com o locatário/hospede consumidor-verdadeiro.¹³⁷

Por conseguinte, é preciso avaliar se o locador pode ser enquadrado como fornecedor à luz da vulnerabilidade para enquadrar uma relação de consumo como, por exemplo, uma situação de falha do próprio locador ao disponibilizar o seu imóvel para duas pessoas por falta de organização que revela uma responsabilidade exclusiva, ou se o problema vai ser sanado no âmbito cível à luz da lei do inquilinato.

4.2 PUBLICIDADE, PRÁTICAS ABUSIVAS, DIREITO DE ARREPENDIMENTO NO AIRBNB

Hodiernamente, existem diversos sites com a finalidade de possibilitar uma aproximação da empresa com usuários, onde esses reportam de maneira pública observações, problemas e recebem um retorno da empresa com a solução do problema. Sendo assim, tais sites estabelecem notas para a interação com as reclamações e as respostas da empresa para sanar os problemas.

De acordo com o site “reclame aqui” é possível filtrar os problemas mais comuns entre os usuários e o Airbnb, como são os casos de estorno do valor do pago, propaganda enganosa e problemas na finalização do negócio.¹³⁸ Paralelamente, far-se-á necessário uma anamnese do Airbnb de acordo com as fases contratuais, quais sejam, pré-contratual, contratual e pós-contratual.

A proteção do consumidor ao modelo de economia compartilhada, consiste num modelo de responsabilização cooperativa¹³⁹. A responsabilidade nessa relação jurídica implica em toda uma análise das circunstâncias fáticas para auferir realmente se houve responsabilidade entre as partes locador e locatário que devem ser dirimidas

137 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**, vol. 111, ano 26, maio/jun. 2017. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017, p. 249.

138 AIRBNB. **Reclame aqui**. Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br/empresa/airbnb/>. Acesso em: 17 maio. 2020.

139 CARVALHO, Diógenes Farias de; CARDOSO, Alysson Godoy. Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de Pares-OECD. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 114, ano 26, nov./dez. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017, p. 261.

na esfera da responsabilidade cível ou consumerista. Analogamente, a verificação de certas situações práticas tende a responsabilizar o Airbnb como fornecedor.

Toda e qualquer atividade empresarial prescinde de uma efetiva divulgação do produto ou serviço prestado. Senso assim, no atual mundo do marketing digital e divulgação através de todos os tipos de redes sociais buscam atingir um público alvo. Dessa maneira, a continuidade das empresas digitais depende e preza pela boa prestação do serviço precisar dispor de informações transparentes e segurança do meio digital utilizados.

Analogamente, a propaganda de um imóvel com certas especificidades e com um preço atrativo, ocorre numa fase pré-contratual com o objetivo de atrair hóspedes, onde o anfitrião (locador) que paga a taxa de anúncio do Airbnb deve se atentar para os seguintes pontos: fotos que demonstrem o atual estado de conservação do imóvel, quais os bens que a disposição do hóspede, bem como o cuidado da proposta de locação sem uma análise de mercado podendo este ficar vinculado à oferta divulgada para os consumidores.

Por quanto, com a breve descrição feita anteriormente, entende-se que é possível o surgimento de certos litígios que devem ser dirimidos. De forma indubitável há a formalização de um negócio jurídico ali onde o Airbnb pode ser enquadrado na relação de consumo.

Primeiramente, em análise feita sobre o termo de uso e serviço elaborado pelo próprio Airbnb para estabelecer a relação contratual que existirá entre ele e o locador e locatário, é perceptível a busca a todo momento para deixar claro que o Airbnb não é responsável pelas publicações ou ofertas, porque sua função se resumiria a intermediar a comunicação entre o anfitrião e o hóspede.

Consequentemente, quando o anfitrião incorrer em publicidade enganosa nos moldes do artigo 37, §1º do Código de Defesa do Consumidor¹⁴⁰, o site possui

140 Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva. § 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. (BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.)

responsabilidade sobre seus usuários que de alguma forma são expostos a riscos à segurança ou saúde.

Deve bloquear o anfitrião imediatamente, comunicar outros hóspedes e fazendo o cancelamento e o reembolso. O consumidor lesado tem todo o direito de acionar o Airbnb como fornecedor pelo acesso ao site, quando da impossibilidade de acionar ou descobrir o dito anfitrião que acessou a plataforma com dados falsos, anunciando um imóvel que não era dele, principalmente necessidade de mecanismos de segurança da plataforma contra práticas abusivas dessa natureza com o intuito de lesar consumidores.

Vale salientar que se um indivíduo utiliza a plataforma nos moldes do P2P como no Airbnb, de maneira eventual sem o intuito de auferir lucro, não vai ser possível a incidência do código de defesa do consumidor. Conseqüentemente, a existência do consumidor vai estender a responsabilidade nos casos de inadimplemento contratual da prestação do serviço de locação ou por eventuais danos provenientes dessa relação¹⁴¹.

Logo, o papel intermediário da plataforma deve utilizar todos os meios possíveis para evitar práticas enganosas abusivas, injustas, desleais e enganosas. No caso da prestação de serviços de hospedagem é possível a responsabilização em face dos usuários

Na hipótese de cancelamento de reservas é necessário se atentar para a política de cancelamento do próprio Airbnb,¹⁴² principalmente que a ideia primordial do site/aplicativo seria fazer o papel de intermediador do serviço entre o consumidor e o proprietário, permite os anfitriões escolherem a política de cancelamento a ser utilizada que são subdivididas em: flexível, moderada, rigorosa, longa duração, super rigorosa de 30 dias e super rigorosa de 60 dias.¹⁴³

141 MIRAGEM, Bruno. O novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, Editora Revista dos Tribunais, vol. 125, ano 28, set./out. 2019, 36.

142 AIRBNB. **Qual a política de cancelamento do AIRBNB para acomodações?** Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/149/qual-%C3%A9-a-pol%C3%ADtica-de-cancelamento-do-airbnb-para-acomoda%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em: 28 maio. 2020.

143 AIRBNB. **Política de cancelamento.** Disponível em: https://www.airbnb.com.br/home/cancellation_policies. Acesso em: 28 maio. 2020.

Ressalte-se que, pode surgir um conflito entre o artigo 49 do CDC,¹⁴⁴ cujo prazo estabelecido para desistir do contrato é de 7 dias para exercer o direito de arrependimento e o as normas de política interna do Airbnb estabelecem prazos maiores, porém insta salientar que não é obrigatória a devolução de 100% do valor pago.

Em uma análise inicial tem-se que o prazo da política interna do Airbnb é mais vantajosa. Contudo, ao avaliar o aspecto do reembolso surge outro litígio, pois muitos consumidores querem o reembolso integral.

Quando a política de cancelamento utilizada for a flexível ou moderada, não haverá restituição da taxa de serviço. Na modalidade rigorosa, o cancelamento é gratuito pelo prazo de 48 horas após a reserva, sendo imprescindível a apresentar o horário e o e-mail de confirmação da hospedagem, pode ainda efetuar o cancelamento 7 dias antes do check-in e receber um reembolso de 50% do preço por noite e da taxa de limpeza, mas não da taxa de serviço.

Por conseguinte, as outras políticas de cancelamento são respectivamente, a de longa duração com reserva de 28 noites ou mais, onde o cancelamento possui o prazo de 28 dias antes da confirmação com possibilidade de reembolso integral.

Destarte, a política super rigorosa de 30 dias tem o mesmo prazo para fazer o cancelamento e o reembolso é de 50% esta modalidade só é disponível apenas por convite para determinados anfitriões em circunstâncias especiais

Consequentemente, tais tipos de políticas principalmente as com maior prazo de duração tem a finalidade de proteger o locador/anfitrião de eventuais prejuízos financeiros, pois poderia ter negociado o aluguel do imóvel com outros hóspedes

Não obstante, existe ainda a modalidade Super Rigorosa de 60 dias onde os hóspedes podem efetuar o cancelamento por igual período e receber um reembolso de 50% do preço por noite e da taxa de limpeza, mas não da taxa de serviço. A taxa de serviço do Airbnb não é reembolsável.¹⁴⁵

144 BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.

145 AIRBNB. **Como funcionam os cancelamentos para estadias**. Disponível em: https://www.airbnb.com.br/home/cancellation_policies#strict-with-grace-period. Acesso em: 14 jun. 2020.

Em observância as políticas de cancelamento, é possível extrair a conclusão de que o serviço do Airbnb de acesso e manutenção do sistema não é reembolsável, caracterizando dessa forma um tipo de relação diferente da firmada entre o anfitrião e o hospede.

Hodiernamente, a pandemia da COVID-19 ensejou que diversos países adotassem medidas de distanciamento social, quarentena e *lockdown*, desta forma houve um significativo impacto na área de turismo, hotelaria e demais contratos de locação uma vez que inúmeros contratos tiveram que ser adiados ou cancelados em razão de força maior.¹⁴⁶

Uma das medidas adotadas foi com relação as reservas entre 14 de março de 2020 e 15 de junho de 2020 para permitir aos hóspedes o cancelamento e reembolso, bem como uma estratégia em voga no atual cenário, qual seja, emissão de crédito para viagens futuras¹⁴⁷.

4.4 RESOLUÇÃO DE DISPUTAS ONLINE

A *e-commerce* busca soluções para resolução de conflitos existentes no plano da contratação dos negócios na oferta de produtos e serviço alternativos ao Poder Judiciário, considerando a demora em obtenção da prestação jurisdicional, o custo de um processo judicial e a divergência em entendimentos dos julgadores, considerando notadamente, a ausência de legislação uniforme para as questões envolvidas.¹⁴⁸

Surge então, a *Online Dispute Resolution*, instrumento de resolução de conflitos virtual, com múltiplas aplicabilidades, que possui um terceiro imparcial para auxiliar nas demandas, por meio da negociação, mediação ou arbitragem.

146 AIRBNB. **Qual é a política de cancelamento do AIRBNB para acomodações?** Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/149/qual-%C3%A9-a-pol%C3%ADtica-de-cancelamento-do-airbnb-para-acomoda%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em: 14 jun. 2020.

147 AIRBNB. **A política de causas de força maior e o coronavírus.** 15 jun. 2020. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/2701/a-pol%C3%ADtica-de-causas-de-for%C3%A7a-maior-e-o-coronav%C3%ADrus-covid19>. Acesso em: 28 maio. 2020.

¹⁴⁸ MEDIAÇÃO ONLINE. **Entenda o que é ODR e conheça seus benefícios para as empresas.** 06 ago. 2018. Disponível em: <https://www.mediacaonline.com/blog/o-que-e-odr/>. Acesso em: 20 maio. 2020.

Dentre as vantagens trazidas pelos meios alternativos de resolução de conflito, destacam-se o baixo custo quando comparados ao processos judicial, a celeridade na resolução das demandas, a ampliação da participação dos consumidores, considerando que o acesso virtual possibilita atingir locais que não possuem sede judiciária, flexibilidade nos procedimentos de solução e diminuição da litigiosidade, e consequente diminuição dos desgastes físicos e emocionais para as partes.¹⁴⁹

Registre-se ainda que, ao se dispensar até medidas judiciais ou mesmo extrajudiciais presenciais, há redução dos custos cartorários, por vezes aluguel de espaços, alto custo dos profissionais envolvidos. Adotando a modalidade de resolução de disputas via online ganha-se tempo para as partes uma vez que há uma maior celeridade na resolução de demandas além de ser um procedimento com baixo custo para ambas as partes.

Desta forma, há um movimento empresarial grande para investir em formas de resolução e contato com seus consumidores pela internet, seja dos seus próprios site e canais de comunicação ou na contratação de plataformas específicas à realização desse tipo de trabalho.

Importante ressaltar que, os métodos alternativos não reduzem a qualidade do trabalho prestado, uma vez que toda a estrutura montada visa atender aos ditames legais, prezando e respeitando o efetivo cumprimento das normas legais.

A criação de diversas plataformas de negociação assistida observando a lacuna no mercado atual e souberam aproveitar¹⁵⁰, utilizando dessa ferramenta para dirimir os conflitos entre os usuários de diversas plataformas do comércio digital, onde basta preenchimento de algumas informações e em seguida o próprio aplicativo de conflitos vai sugerir soluções.

Essa forma de negociação através de uma plataforma só é concebida quando as partes não contestam supostas falhas e de quem seria a responsabilidade para reparar o dano causado ao consumidor do serviço.

¹⁴⁹ AIRBNB. **A política de causas de força maior e o coronavírus**. 15 jun. 2020. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/2701/a-pol%C3%ADtica-de-causas-de-for%C3%A7a-maior-e-o-coronav%C3%ADrus-covid19>. Acesso em: 28 maio. 2020.

¹⁵⁰ PORTO, Antônio José Maristrello; NOGUEIRA, Rafaela; QUIRINO, Carina Castro. Resolução de conflitos on-line no Brasil: um mecanismo de construção. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 114, ano 26, nov./dez. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017, p. 307.

A ouvidoria, também chamado de *ombudsman online*, serve como uma ouvidoria para as empresas gestoras da plataforma se valerem das críticas dos usuários da plataforma para melhorar, dar uma resposta ao cliente e ao mesmo tempo manter sua fidelidade.

O método de resolução está pautado em quatro pilares, quais sejam, mediação online, negociação automatizada e assistida, arbitragem online e *ombudsman online*.¹⁵¹ Principalmente no que toca a arbitragem online é possível uma tendência a micro cortes de arbitragem para dirimir conflitos no mundo digital, entretanto a criação de mais um meio de resolução de conflitos apartado do judiciário e com legitimidade para tal como auxiliador ao acesso à justiça.

Desse modo, a definição clássica de arbitragem de Carlos Alberto Carmona:

A arbitragem é uma técnica para a solução de controvérsias através da intervenção de uma ou mais pessoas que recebem poderes de uma convenção privada, decidindo com base nesta convenção sem intervenção do Estado, sendo a decisão destinada a assumir eficácia de sentença judicial.¹⁵²

O Airbnb vem utilizando a arbitragem em seu termo de serviço de maneira inovadora, pressupõe a solução de alguns litígios via arbitragem vinculada a Associação Americana de Arbitragem (AAA), devendo o consumidor preencher a sua reclamação no site www.adr.org.¹⁵³

As regras seguem o mesmo viés da Lei de Arbitragem, quais sejam, árbitros imparciais e nenhuma parte poderá escolher um árbitro unilateralmente, os árbitros não podem demonstrar parcialidade ou interesse na causa. As partes detêm o direito de buscar soluções judiciais por meio de juizados especiais, a taxa inicial de um registro de um cliente tem o limite de 200 dólares, o cliente deve eleger o local da audiência e pode escolher participar pessoalmente, por telefone, vídeo conferência ou por reclamações

151 PORTO, Antônio José Maristrello; NOGUEIRA, Rafaela; QUIRINO, Carina Castro. Resolução de conflitos on-line no Brasil: um mecanismo de construção. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 114, ano 26, nov./dez. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017, p. 306.

152 CARMONA, Carlos Alberto. **Arbitragem e processo**: um comentário à Lei nº 9.307/96. 2 ed., rev., atual. e ampli. São Paulo: Editora Atlas, 2009, p. 33.

153 AIRBNB. **Termos de serviço**. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/terms>. Acesso em: 12 jun. 2020.

abaixo de 25 mil dólares, por envio de documento. Por fim, os árbitros podem conceder quaisquer soluções para as partes.¹⁵⁴

Todos os aspectos da arbitragem pontuados no termo de uso do Airbnb encontra respaldo legal na Lei nº 9.307/96, mais conhecida como Lei de arbitragem, principalmente no que concerne a função dos árbitros dispostos nos art. 13 ao art. 18¹⁵⁵, reiterando a importância da imparcialidade dos árbitros não devendo incorrer de forma alguma em hipóteses de impedimento ou que possua interesse direto ou indireto na causa e sua decisão, respeitando o princípio do juiz natural.

Em suma, a escolha da via arbitral se manifesta primordialmente pela manifestação de vontade de ambas as partes, reconhecendo a jurisdição arbitral, cuja sentença arbitral se equipara a sentença judicial, logo não fica sujeita a recurso ou homologação pelo poder judiciário.

No Brasil, registre-se ainda a plataforma desenvolvida pelo Ministério da Justiça, através da Secretaria Nacional do Consumidor, intitulada “consumidor.gov.br”, como instrumento relevante na resolução de conflitos de consumo pela internet, ao realizar a interlocução entre empresas e consumidores, de forma gratuita, objetivando reduzir as demandas judiciais e proporcionar uma resolução célere das demandas..¹⁵⁶

Outrossim, empresas virtuais de avaliação como o *Reclame aqui*, além de consagrarem uma política de resolução de conflitos on-line em conformidade com as premissas do artigo 4, V, da Lei nº 8.078/1990, permitem a comunicação direta entre os integrantes da relação e a visualização das demandas apresentadas para outros consumidores, que poderão previamente conhecer eventuais problemas existentes e se prevenirem .

Insta salientar, que por serem meios alternativos de conflito não substituem reclamações formais realizadas em órgãos destinados a proteção do consumidor, como o Procon.

154 AIRBNB. **Termos de serviço**. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/terms>. Acesso em: 12 jun. 2020.

155 BRASIL. **Lei Federal nº 9.307**, de 23 de setembro de 1996. Dispõe sobre a arbitragem. 23 set. 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9307.htm. Acesso em: 17 maio. 2020.

156 BRASIL. Consumidor.gov.br. Disponível em: <https://consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/1>. Acesso em: 14 jun. 2020.

Registre-se, no entanto, que em consulta a plataforma pública constata-se a não aderência do Airbnb ao programa.¹⁵⁷ Consequentemente, apesar da plataforma de locação possuir outros meios para a resolução de conflitos como fora abordada nos capítulos anteriores, a participação ativa em sites confiáveis e de grande circulação como os expostos aumenta a credibilidade da plataforma além de estimular uma melhoria na prestação de serviço. considerando o conhecimento das principais demandas dos consumidores.

Desta forma, verifica-se que com a inovação dos serviços de locação e hospedagem, pactuados de forma integralmente virtual, faz-se necessário também o desenvolvimento de ferramentas também virtuais que busquem solucionar eventuais demandas existentes. Nesse sentido, os meios alternativos de conflito *on-line*, notadamente face a escassa legislação específica sobre o tema, se mostram eficazes ao permitirem o contato direto entre as partes e a presença de um terceiro imparcial.

157 BRASIL. Consumidor.gov.br. Disponível em: <https://consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/1>. Acesso em: 14 jun. 2020.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo procurou analisar as legislações existentes aplicáveis ao modelo jurídico do Airbnb, notadamente, o Código de Defesa do Consumidor, e os reflexos na responsabilidade contratual diante dos novos modelos de negócio através de plataformas na internet.

Inicialmente, procurou-se compreender os elementos da relação de consumo e as modificações trazidas com a evolução tecnológica.

Verificou-se ainda que a consequência lógica pautada na teoria do risco proveito impõe uma responsabilidade objetiva das empresas por atos praticados cotidianamente, sendo assim o consumidor possui amparo legal contratual e extracontratual.

Desta maneira, o Código de Defesa do Consumidor consagra o preceito constitucional da proteção do consumidor, diante dos riscos que envolvem as atividades empresariais que guarnecem o mercado de produtos e serviços, essenciais ou não, num cenário extremamente competitivo sendo prescindível dos limites impostos pela legislação consumerista perante a percepção da relação de consumo.

Analogamente, salvaguardando o consumidor em fases anteriores a negociação, como é o caso de propagandas abusivas que alteram o discernimento e capacidade de escolha do consumidor, bem como os reflexos pós compra de produtos ou prestação de serviços.

Notadamente, há aplicação da regra da responsabilidade solidária nas plataformas B2C e B2B, pois apresentam a relação de consumo de forma mais evidente principalmente na atuação como intermediárias.

No que concerne a plataforma P2P, utilizada pelo Airbnb, existem relações autônomas, quais sejam, a plataforma com o anfitrião/locador e outra com o hospede/locatário, bem como a relação entre o anfitrião/locador/fornecedor com o hospede/locatário/consumidor do serviço.

Constatou-se o enquadramento do Airbnb como fornecedor-guardião, pautado na proteção dos direitos básicos e principalmente na saúde, segurança e vida do consumidor, pois a tecnologia utilizada pela plataforma P2P viabiliza o acesso a

plataforma, cujos usuários se comportam da seguinte maneira, o anfitrião é fornecedor e consumidor, enquanto o hospede é o consumidor-verdadeiro.

Dessa forma, o Airbnb tem responsabilidade objetiva e solidária, contudo existem situações onde a plataforma pode comprovar que não houve falha no sistema de segurança da plataforma da fase pré-contratual no cuidado com a verificação dos usuários, propagandas ao devido cumprimento da prestação do serviço de locação.

Outrossim, os aspectos do contrato eletrônico firmado na plataforma do Airbnb, possuem a característica de um contrato de adesão, contudo pela possibilidade de modificação contratual por parte do usuário anfitrião é necessário observar a exteriorização do contrato como de locação por temporada ou de hospedagem.

Na tentativa de solucionar o problema a proposta do Projeto de Lei n 2.474/2019 de autoria do Senador Ângelo Coronel propõe inclusão artigo 50-A, alterando a lei do inquilinato de forma que a natureza contratual do Airbnb seria contrato de locação por temporada, logo problemas envolvendo as locações no Airbnb devem ser resolvidas à luz da Lei do Inquilinato.

Desta forma, considera-se imprescindível uma alteração legislativa que contemple os novos modelos de economia compartilhada, notadamente, sobre o formato do negócio do Airbnb, considerando a existência de relações jurídicas distintas atinentes no mesmo contrato, marcadas pela característica da relação de consumo entre o hóspede e o Airbnb, deste com o anfitrião e do hóspede com o anfitrião, sendo que a essa última, por vezes, poderá ser regida cumulativamente por dispositivos atinentes a Lei do Inquilinato, enquanto não editada norma específica.

REFERÊNCIAS

AGHIARAIAN, Hérculas. **Curso de Direito Imobiliário**. 12 ed., rev., ampl., e atual. São Paulo: Editora Atlas, 2015, p. 378.

AIRBNB. **A política de causas de força maior e o coronavírus**. 15 jun. 2020. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/2701/a-pol%C3%ADtica-de-causas-de-for%C3%A7a-maior-e-o-coronav%C3%ADrus-covid19>. Acesso em: 28 maio. 2020.

_____. **Política de cancelamento**. Disponível em: https://www.airbnb.com.br/home/cancellation_policies. Acesso em: 28 maio. 2020.

_____. **Qual a política de cancelamento do AIRBNB para acomodações?** Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/149/qual-%C3%A9-a-pol%C3%ADtica-de-cancelamento-do-airbnb-para-acomoda%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em: 28 maio. 2020.

_____. **Termos de serviço**. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/terms>. Acesso em: 12 jun. 2020.

BICHARA, Maria Carolina. A responsabilidade civil pós-contratual. **Revista do Direito Privado**, vol. 100, ano 20, jul./ago. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 45.

BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº __, de 2015. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico, e o art. 9º do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro), para aperfeiçoar a disciplina dos contratos internacionais comerciais e de consumo e dispor sobre as obrigações extracontratuais. Brasília, DF. 2015. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1408274&filename=PL+3514/2015. Acesso em: 15 jun. 2020.

_____. Conselho da Justiça Federal. Enunciado 305. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/305>. Acesso em: 14 jun. 2020.

_____. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF. 05 out. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10 maio. 2019

_____. Consumidor.gov.br. Disponível em: <https://consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/1>. Acesso em: 14 jun. 2020.

_____. **Lei Federal nº 12.965**, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. Brasília, DF. 23 abr. 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/12965.htm. Acesso em: 10 abr. 2020.

_____. **Lei Federal nº 9.307**, de 23 de setembro de 1996. Dispõe sobre a arbitragem. 23 set. 1996. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9307.htm. Acesso em: 17 maio. 2020.

_____. **Lei nº 10.406**, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, DF. 10 jan. 2002. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm. Acesso em: 04 mar. 2020.)

_____. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. 11 set. 1990. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 10 mar. 2020.

_____. **Lei nº 8.245**, de 18 de outubro de 1991. Dispõe sobre as locações dos imóveis urbanos e os procedimentos a elas pertinentes. Brasília, DF. 18 out. 1991. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8245.htm. Acesso em: 10 jun. 2020.

_____. **Lei nº 9.609**, de 19 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre a proteção da propriedade intelectual de programa de computador, sua comercialização no País, e dá outras providências. Brasília, DF. 19 fev. 1998. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9609.htm. Acesso em: 07 jun. 2020.

_____. Senado Federal. **Projeto de Lei nº 2.474**, de 2019. Altera a Lei nº 8.245, de 18 de outubro de 1991, para disciplinar a locação de imóveis residenciais por temporada por meio de plataformas de intermediação ou no âmbito da economia compartilhada. Brasília, DF. 2019. Disponível em:
<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/136443>. Acesso em: 15 jun. 2020.

CARMONA, Carlos Alberto. **Arbitragem e processo**: um comentário à Lei nº 9.307/96. 2 ed., rev., atual. e ampli. São Paulo: Editora Atlas, 2009, p. 33.

CARVALHO, Alexandre Perazo Nunes de; SOUSA, Raphaella Prado Aragão de. A influência da psicopolítica digital nas contratações virtuais e seus reflexos no aumento da vulnerabilidade do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 123, ano 28, set./out. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019.

CAVALIERI FILHO, Sergio Cavaliere. **Programa de Responsabilidade Civil**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 2.

DAN, Wei. A proteção do consumidor no contexto global: a situação actual e algumas novas tendências. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 114, ano 26, nov./dez. 2017. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017, p. 353.

FARIAS, Cristiano Chaves, de; ROSENVALD, Nelson. **Curso de Direito Civil: obrigações**. 9 ed., rev., ampli. e atual. Salvador: Editora Atlas, 2015, p. 98.

_____. **Curso de Direito Civil: contratos**. 7 ed., rev. e atual. Salvador: Editora Juspodivm, 2017, p. 420.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 14 ed., rev., atual e ampl. São Paulo: Editora Atlas, 2016, p. 05.

FORTES, Pedro Rubim Borges; MARTINS, Guilherme Magalhães; OLIVEIRA, Pedro Farias. O consumidor contemporâneo no Show de Truman: a geodiscriminação digital como prática ilícita no Direito brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 124, ano 28, jul./ago. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019.

FRANZOLIN, Cláudio Jose; Favaretto, Natália. Contratos de consumo de venda e compra de aparelhos móveis (celulares) e deveres pós-contratuais a partir do diálogo entre direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 120, ano 27, nov./dez. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018, p. 509.

HAÜPTLI, Paulo. **O contrato social, segundo Rousseau**. Monografia (Graduação em Filosofia). Faculdade São Bento, Salvador, Bahia, 2004, p. 08.
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm#:~:text=%C2%A7%20o%20Os%20empreendimentos,L,ei%20e%20ao%20seu%20regulamento

KLAUSNER, Eduardo Antonio. **Para uma teoria do direito internacional do consumidor**: a proteção do consumidor no livre comercio internacional.

MARIMPIETRI, Flávia da Fonseca. **Concessão irresponsável de crédito e superendividamento do consumidor: estudo comparativo à luz dos microssistemas de consumo do Brasil e da Argentina**. Salvador: Faculdade Baiana de Direito, 2016, p. 37.

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**, vol. 111, ano 26, maio/jun. 2017. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017, p. 249.

_____. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 323.

_____; MIRAGEM, Antonio Herman V. Bejamin, **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4 ed., rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013, p. 116.

MEDIAÇÃO ONLINE. **Entenda o que é ODR e conheça seus benefícios para as empresas**. 06 ago. 2018. Disponível em: <https://www.mediacaonline.com/blog/o-que-e-odr/>. Acesso em: 20 maio. 2020.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 156.

_____. O novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, Editora Revista dos Tribunais, vol. 125, ano 28, set./out. 2019, 36.

MORASSUTTI, Bruno Schmitt. Responsabilidade civil, discriminação ilícita e algoritmos computacionais: breve estudo sobre práticas de geoblocking e geoprincing. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 124, ano 28, jul./ago. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 220.

NEGRI, Patrick. Como funciona o *split* de pagamentos no marketplace? Confira! **Blog Iugu**. 08 nov. 2018. Disponível em: <https://iugu.com/blog/como-funciona-split-pagamento/>>. Acesso em: 13 jun. 2020.

OLIVEIRA, Amanda Flávio de. Economia colaborativa e desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 115, ano 27, jan./fev. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018, p. 489.

PINHEIRO, Patrick Peck. **Direito Digital**. São Paulo: Editora Saraiva, 2016, p. 159.

PORTO, Antônio José Maristrello; NOGUEIRA, Rafaela; QUIRINO, Carina Castro. Resolução de conflitos on-line no Brasil: um mecanismo de construção. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 114, ano 26, nov./dez. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017, p. 307.

RIQUETI, Guilherme Augusto. **Aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor aos contratos de locação urbanos**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito). Faculdade de Direito, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, 2019, p. 24. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/203516/APLICABILIDADE%20DO%20C%3%93DIGO%20DE%20DEFESA%20DO%20CONSUMIDOR%20AOS%20CONTRATOS%20DE%20LOCA%20C%87%20C%83O%20URBANOS%20-%20TCC-%20Guilherme%20Augusto%20Riqueti.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 15 jun. 2020.

SANTOS, Gustavo Ferreira. O processo administrativo como garantia de proteção aos consumidores no modelo de economia compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 120, ano 27, nov./dez. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018, p. 274.

SARLET, Gabrielle Bezerra Sales. Notas sobre a identidade digital e o problema da herança digital: uma análise jurídica acerca dos limites da proteção póstuma dos direitos da personalidade na internet no ordenamento jurídico brasileiro. **Revista de Direito Civil**, vol. 17, ano 5, out./dez. 2018, p. 45. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018, p. 45.

SCHEREIBER, Anderson. O princípio da boa-fé no direito de família. **V Congresso Brasileiro de Direito de Família**. P. 08. Disponível em: <http://www.ibdfam.org.br/assets/upload/anais/6.pdf>. Acesso em: 07 jun. 2020.
Schwartz, Fabio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 111, ano 26, mai./jun. 2017, p. 222.

SIMÕES, Thiago Felipe Vargas. Autonomia privada e direitos fundamentais: uma incursão nas limitações à liberdade individual. **Revista de Direito Privado**, vol. 97, ano 20, jan./fev. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 195.

VALIM, Thalles Ricardo Alciati. Natura jurídica e formação dos contratos eletrônicos. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 123, ano 28, maio/jun. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019, p. 279.