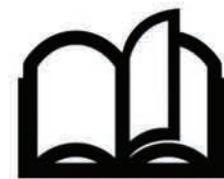


O JOGO DA ADEQUAÇÃO



Direitos do Consumidor

Lideradas por empresas globais, plataformas que conectam usuários e fornecedores pela internet se popularizam no mundo inteiro e levantam questões sobre a aplicação dos direitos do consumidor nesses novos serviços



"Como a proteção ao consumidor pode se manter nesse cenário de inovações e de empresas globais na economia do compartilhamento? (...) Empresas como Airbnb e Uber estão remodelando o mercado e desafiando o *status quo*. Eles estão mudando inclusive a noção do que é ser consumidor." A questão foi levantada por Amanda Long, presidente da *Consumers International*, em seu discurso na abertura do Congresso Mundial da entidade, em novembro do ano passado em Brasília (DF).

UBER

Em sua fala, Long destacou que 120 mil pessoas utilizaram o Airbnb para se hospedar no Brasil durante a Copa do Mundo de 2014, e que essa empresa é atualmente uma multinacional maior do que qualquer rede de hotel do globo. O exemplo da plataforma de locação de imóveis ou quartos por curta duração deixa claro o quanto esses serviços da chamada "economia do compartilhamento" estão se popularizando no Brasil e no mundo.

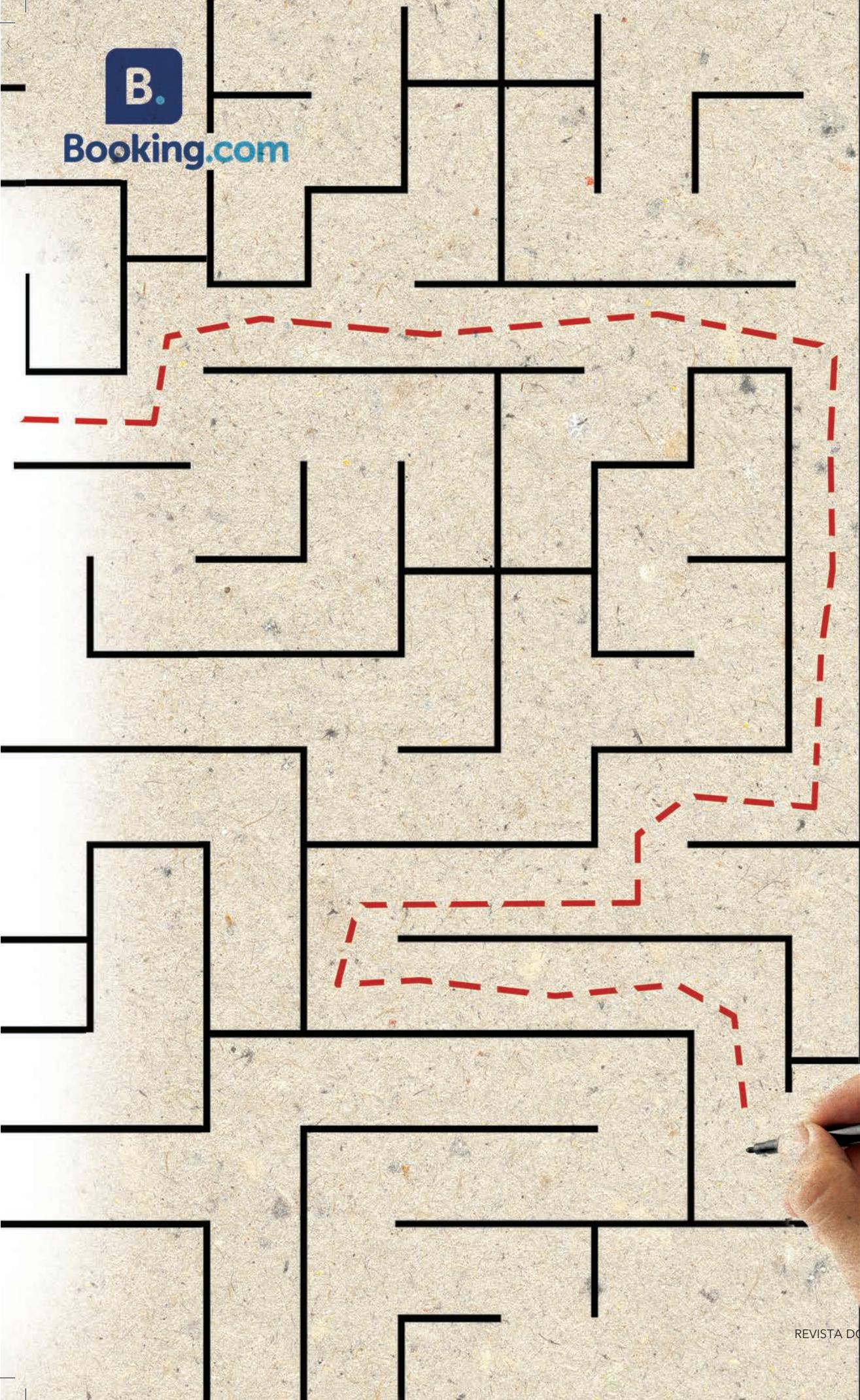
Inicialmente idealizada para promover o consumo de forma mais colaborativa, a economia do compartilhamento se caracteriza por plataformas que, através de sites ou aplicativos, conectam usuários interessados em um serviço e empresas ou pessoas comuns que se dispõem a prestar o serviço em questão – seja ele de hospedagem, de transporte, de limpeza doméstica, de empréstimo de ferramentas, até outros mais inusitados, como "babá" de cachorro.

Se por um lado as inovações oferecem a possibilidade de se usufruir de produtos e serviços de um jeito diferente do habitual – muitas vezes de forma mais prática e mais barata –, por outro elas alteram alguns parâ-





Booking.com



metros das relações de consumo tradicionais e, conseqüentemente, da aplicação dos direitos do consumidor. “Na economia do compartilhamento, os modelos de negócios são mais fluidos, não há figuras tão estanques de consumidor e de fornecedor. A identificação do sujeito varia conforme cada modelo”, diz o advogado Bruno Miragem, presidente do Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor (Brasilcon) e professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Essa “fluidez” traz uma série de questionamentos em relação aos direitos do consumidor. Por exemplo: quando há, do outro lado, uma pessoa física e não uma empresa, existe ainda uma relação de consumo? Em caso de problemas na prestação do serviço por esse terceiro, a plataforma é responsável por resolvê-los e reparar eventuais prejuízos?

Para o advogado e pesquisador do Idec Rafael Zanatta, existe, sim, uma relação de consumo, mesmo que o serviço em si seja prestado por uma pessoa física. “É inegável que empresas como Uber e Airbnb prestam serviços e se enquadram na definição do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor [CDC]. Essas plataformas organizam a informação, possuem algoritmos sofisticados e possuem sistemas integrados de pagamento por serviços de terceiros.” Já a responsabilidade da plataforma varia de

acordo com o grau de organização e controle que ela tem do negócio. “Se o site ou aplicativo gerencia todas as informações sobre o serviço e auferir lucro com a intermediação em si, ele tem clara responsabilidade por eventuais prejuízos sofridos pelo consumidor na prestação do serviço”, afirma Zanatta.

Bruno Miragem concorda. “Quando o site atua como *gatekeeper*, ou seja, como guardião de acesso ao negócio, isso reforça os seus deveres, pois, mais do que intermediação, ele organiza o sistema, os serviços que estão à disposição. Nesse caso, a sua responsabilidade é plena”, destaca. É o caso de plataformas como os já citados Airbnb e Uber e também o Booking.com, gigantes da economia do compartilhamento que controlam todo o processo de contratação do serviço que ofertam. Mas nem só de novos serviços é feita essa categoria: velhos conhecidos do consumidor brasileiro, como Mercado Livre, também se enquadram nessa definição, já que o site

FIQUE ATENTO AOS SEUS DIREITOS

- Em caso de problemas na prestação do serviço, você **pode acionar a empresa “intermediária”** principalmente se toda a transação ocorreu “dentro” da plataforma, **como no caso do Airbnb, da Uber ou do Mercado Livre**. A responsabilidade da empresa, nesse caso, é plena.

- Se ao clicar para a compra/contratação, você for direcionado para outra página, específica do fornecedor, **é um indício de que a plataforma não lucra com a intermediação**. Nesse caso, ela dificilmente poderia ser responsabilizada por problemas na prestação do serviço ou defeitos no produto adquirido. Há exceções. Por exemplo, se o site intermediário der informação falha que possa confundir o consumidor.

- Os termos de uso e políticas da empresa **não podem se sobrepor ao CDC**. Caso a empresa se recuse

a respeitar seus direitos, reclame no Procon, no site consumidor.gov.br (do Ministério da Justiça) ou entre com uma ação na Justiça.

- **Entrar na Justiça também pode ser o caminho em caso de problemas no exterior**. Caso o serviço tenha sido contratado por meio de uma plataforma que opera no Brasil, ela é solidariamente responsável por reparar eventuais prejuízos.

- Conforme o Marco Civil da Internet, **a empresa estrangeira que atua no Brasil pode ser acionada judicialmente no país**, mesmo que o site seja hospedado no exterior. Além disso, a maioria das grandes empresas da economia do compartilhamento tem escritório aqui. Se o site/aplicativo não fornecer dados como CNPJ e endereço, é possível obtê-los consultando a junta comercial local para ingressar com a ação.

impede o contato direto do usuário com o anunciante e o pagamento se dá ali dentro.

Já nos casos em que a plataforma apenas faz uma ponte entre o anunciante e o usuário, obtendo lucro de publicidade ou de outras fontes que não a venda do produto ou serviço em si, não pode ser responsabilizada pela qualidade do produto ou serviço ofertado. “As decisões da Justiça brasileira têm seguido essa linha de raciocínio e fixado alguns critérios, como o auferimento de renda e a existência ou não de mecanismos que possam favorecer ou desfavorecer anunciantes e influenciar a escolha do consumidor”, aponta Zanatta. Exemplos desse tipo de plataforma são sites de classificados, como OLX, Zap Imóveis etc., e buscadores de preço, como Buscapé.

TERMOS DE USO X CDC

Ao ler os termos de uso ou navegar por uma dessas plataformas, o consumidor brasileiro pode imaginar que, ao contratar o serviço, abre mão de seus direitos, pois há uma série de cláusulas restritivas. Por exemplo: ofertas do Airbnb e Booking.com preveem que o usuário não tem direito a reembolso ou só terá devolução de uma pequena parte do pagamento em caso de cancelamento da reserva.

Essas regras estão expostas de forma bem clara, é verdade, mas são arbitrárias e contrárias ao CDC. O artigo 51, II, do Código veda expressamente cláusulas contratuais que retirem o direito de reembolso do consumidor. Segundo o advogado do Idec, os termos de uso não podem se sobrepor ao CDC. “A ideia de que essas regras definidas pelas empresas são absolutas não tem nenhum fundamento jurídico no Brasil”, atesta Rafael Zanatta.

As empresas tentam se esquivar, dizendo que as políticas de cancelamento são definidas pela própria hospedagem: “O site não vende quartos. Ele facilita o processo de reservas entre a acomodação e o cliente. Os hotéis são livres para oferecer quartos reembolsáveis ou não”, diz a assessoria de imprensa

do Booking.com. No entanto, pelo Direito brasileiro, as plataformas são, sim, responsáveis pelas condições de oferta e de prestação do serviço.

Já o Airbnb diz que sua “atuação global demanda regras harmônicas, o que nem sempre é tarefa simples à luz da multiplicidade de regulações e entendimentos ao redor do globo”. O Booking.com também admite que as regras são as mesmas e aplicadas para consumidores do mundo inteiro, independentemente da legislação local. “Os termos de uso dessas empresas de tecnologia não podem simplesmente ser traduzidos para o português quando a empresa decide prestar o serviço no Brasil; eles têm de ser totalmente adaptados às leis brasileiras, inclusive ao CDC”, reforça Zanatta. “É uma questão de tempo e de pressão da sociedade e do poder público para que essas políticas sejam readequadas”, aposta o advogado.

Por enquanto, a conclusão que se tira é que essa nova economia, que vem sendo dominada por grande e valiosas empresas multinacionais, quer “compartilhar” com consumidores (e trabalhadores) muito mais o ônus do que o bônus dos modelos bem sucedidos.

REGULAÇÃO EM DEBATE

Para Bruno Miragem, as regras e práticas abusivas das empresas de tecnologia devem ser fiscalizadas e coibidas pelos órgãos públicos de defesa do consumidor, como Procons e o próprio Ministério da Justiça. Ele reconhece, porém, que essa não é uma tarefa fácil. “Em geral, esses sites são hospedados fora do Brasil. Há uma dificuldade prática de aplicar multa em empresas que não têm patrimônio no país, por exemplo. A execução da multa se tornaria complicada e cara”, ressalva. A Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), do Ministério da Justiça, foi procurada para comentar o assunto, mas não respondeu aos diversos pedidos de entrevista.

O advogado da Brasilcon afirma que tem se discutido um modelo de cooperação internacional para a regulação



OS TERMOS DE USO NÃO PODEM SE SOBREPOR AO CDC. A IDEIA DE QUE ESSAS REGRAS SÃO ABSOLUTAS NÃO TEM FUNDAMENTO JURÍDICO NO BRASIL

Rafael Zanatta, advogado do Idec

dos serviços pela internet em nível global. O assunto foi pauta da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) em 2015. “Mas isso é ainda um projeto de futuro, falta muito a ser discutido”, diz Miragem.

Ainda no âmbito internacional, em junho deste ano vai ocorrer um seminário da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) para debater a regulação dos serviços da economia do compartilhamento. “Um dos pontos que poderá ser discutido é a criação de critérios para a exibição de informações ao usuário, como as avaliações sobre os serviços. Hoje, a exibição é feita de forma discricionária pelas empresas, não se sabe se elas favorecem comentários e avaliações de acordo com seus interesses particulares, por exemplo”, destaca Rafael Zanatta.

Os países, individualmente, também têm debatido a regulação do tema. No ano passado, a *Federal Trade Commission*, agência de proteção do consumidor dos Estados Unidos, realizou um seminário para discutir a regulamentação da Uber e a garantia dos direitos dos usuários. Para o advogado do Idec, uma discussão semelhante merece ser feita no Brasil. Um ponto que ele considera central nesse debate é a proteção de dados pessoais dos usuários, ainda mais porque não há lei sobre o tema no Brasil. “As empresas estão entrando no mercado com velocidade enorme, captando dados dos usuários, e ainda não temos regras específicas sobre o uso desses dados”, alerta Zanatta.

Para além dos direitos do consumidor, ainda está em aberto uma regulação geral dessas empresas pelo Estado que fixe regras de tributação, por exemplo. A questão central que vem sendo discutida no mundo inteiro é se essas novas plataformas são empresas de tecnologia ou de transporte, de hotelaria etc. “Fato é que elas estão disputando o mesmo mercado com as ‘antigas’ empresas desses setores em condições mais favoráveis e tributadas de forma desigual”, cita o especialista.

A polêmica é gigantesca. Várias cidades do mundo já chegaram a proibir alguns desses serviços, outras começam a regulamentar. Em Amsterdã, por exemplo, o Airbnb é regulamentado e há normas para o recolhimento de impostos dos cidadãos que alugam suas casas pela plataforma.

No Brasil, a Uber é quem tem gerado mais controvérsias, travando debates sobre a regulação do transporte individual nas Câmaras municipais e também na Justiça. Independentemente de toda a polêmica, o serviço não é ilegal no Brasil. “A Uber é uma empresa legalmente constituída no país. A discussão sobre como o serviço será regulamentado não interfere nos direitos do consumidor, nem mesmo o fato de ter sido proibido em algumas cidades. Ao utilizá-lo, o consumidor não abre mão de seus direitos, que são garantidos pelo CDC”, ressalta o advogado do Idec. ■

PROBLEMAS CONCRETOS

Como qualquer outro tipo de serviço, os da economia do compartilhamento estão sujeitos a falhas. O que costuma surpreender os consumidores é que a praticidade típica dessas plataformas não se mantém quando um problema precisa ser resolvido. Veja o relato de duas consumidoras que tiveram problemas com o Airbnb e com a Uber:

“Reservei um apartamento pelo Airbnb em Viña del Mar, Chile, onde passaria minhas férias em outubro do ano passado. Escolhi pagar via boleto, mas o pagamento não foi computado e recebi uma mensagem do anfitrião dizendo que a reserva seria cancelada. Fiquei desesperada, entrei em contato com o Airbnb, mas eles me repassaram para outra empresa, responsável pelos pagamentos. Uma ficou empurrando o problema para a outra. A única alternativa dada foi pagar novamente o boleto e aguardar o reembolso. Fiz isso para garantir a reserva, mas foi um gasto totalmente inesperado que poderia atrapalhar minha viagem. O valor acabou sendo estornado, mas só depois de muito tempo e de muita insistência.”

LÍVIA GERASIMCZUK, ADVOGADA, SANTO ANDRÉ (SP)

“Me cadastrei na Uber, utilizei o serviço na manhã seguinte para ir ao aeroporto, mas nesse mesmo dia meu cartão de crédito foi clonado e tive de bloqueá-lo. Como o aplicativo só aceita cartão como forma de pagamento, a corrida ficou em aberto. Enviei vários e-mails para o SAC, pois não existe comunicação por telefone. Quando finalmente responderam, disseram que o cartão era a única forma de pagamento, não me deram nenhuma alternativa. Eu mesma tive de achar uma saída: a cobrança foi feita no cartão de um amigo, também cadastrado na Uber, e eu o reembolsei. Fiquei extremamente insatisfeita com o atendimento ao cliente e não pretendo usar Uber nunca mais. O serviço pode ser rápido e mais barato, mas não é seguro – não sabemos quem está do outro lado recebendo nossos dados.”

**CARLA MENDES, ORGANIZADORA DE EVENTOS,
SÃO PAULO (SP)**