

**UNIDADE DE ENSINO SUPERIOR DOM BOSCO - UNDB
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO**

CAMILLA CANUTO TANIOS

**ECONOMIA COMPARTILHADA: A RESPONSABILIDADE DA UBER POR DANOS
CAUSADOS PELOS MOTORISTAS AOS PASSAGEIROS**

**São Luís
2018**

CAMILLA CANUTO TANIOS

ECONOMIA COMPARTILHADA: A RESPONSABILIDADE DA UBER POR DANOS CAUSADOS PELOS MOTORISTAS AOS PASSAGEIROS

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Unidade de Ensino Superior Dom Bosco – UNDB - para obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Jose Murilo Duailibe Salem Neto

**São Luís
2018**

CAMILLA CANUTO TANIOS

**ECONOMIA COMPARTILHADA: A RESPONSABILIDADE DA UBER POR DANOS
CAUSADOS PELOS MOTORISTAS AOS PASSAGEIROS**

Monografia apresentada ao Curso de Direito da
Unidade de Ensino Superior Dom Bosco – UNDB -
como requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Direito.

Aprovada em ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Prof. Jose Murilo Duailibe Salem Neto
UNIDADE DE ENSINO SUPERIOR DOM BOSCO - UNDB

Tanios, Camilla Canuto

Economia compartilhada: a responsabilidade da Uber por danos causados pelos motoristas aos passageiros. / Camilla Canuto Tanios. __ São Luís, 2018.

73f.

Orientador (a): Prof. Jose Murilo Duailibe Salem Neto.
Monografia (Graduação em Direito) - Curso de Direito - Unidade de Ensino Superior Dom Bosco – UNDB, 2018.

I. Economia compartilhada. 2. Relação de consumo. 3. Prestação de serviço Uber. 4. Danos aos passageiros. 5. Defesa do consumidor. I. Título.

CDU 347.451.031

Dedico aos meus pais, razões de meu viver; aos meus amigos por me darem força suficiente para não desistir dessa jornada.

AGRADECIMENTOS

Agradeço inicialmente a Deus por ter me dado a oportunidade de seguir esse caminho e concluir esta fase, que será, com toda certeza, determinante para o meu futuro como pessoa e profissional.

Agradeço a minha mãe, Irma Canuto Tanios, uma mulher corajosa e determinada, que sempre está sempre com um sorrido no rosto a incentivar-me e dar forças para seguir em frente.

Agradeço ao meu pai, Miguel Tanios Neto, por todo o esforço dedicado na criação dos seus filhos, sempre com muito amor.

Agradeço aos meus irmãos Chebl Mikhael Tanios Neto e Waldez Borges Canuto Neto, por serem meus exemplos e palavras de incentivo.

Agradeço ao meu orientador, Jose Murilo Duailibe Salem Neto, pela paciência e dedicação. Apresentou-se, antes de tudo, como um amigo sempre disposto a ajudar.

Tudo posso naquele que me fortalece.
(Bíblia Sagrada. Filipenses: 13).

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo avaliar, diante da ausência de normas específicas que disciplinem as relações provenientes da economia compartilhada, a possibilidade de regulação destas pelas normas existentes, em específico o caso da empresa Uber em relação a sua responsabilidade pelos danos incorridos pelos motoristas aos passageiros. Para chegar a tal problemática, discorreu-se sobre a evolução do direito frente às novas formas de relações advindas da economia compartilhada, sobre a origem da economia compartilhada e a formação da relação de consumo proveniente da utilização do aplicativo Uber, caso em que será discutida a possibilidade de responsabilização da Uber com base na Lei do Marco Civil da Internet e no Código de Defesa do Consumidor de modo a enunciar qual deve ser a forma de responsabilidade aplicada à Uber.

Palavras-chave: Economia compartilhada. Uber. Responsabilidade.

ABSTRACT

The objective of this study is to evaluate, in the absence of specific norms that govern the relations coming from the shared economy, the possibility of regulating them by the existing norms, specifically the case of the Uber company in relation to its responsibility for the damages incurred by drivers to passengers. In order to arrive at such a problem, we discussed the evolution of the law in the face of the new forms of relations arising from the shared economy, the origin of the shared economy and the formation of the consumption relationship arising from the use of the Uber application, in which case it will be discussed the possibility of Uber being held accountable on the basis of the Internet Civil Law Law and the Consumer Protection Code in order to state what the form of liability applied to Uber should be.

Keywords: Shared economy. Uber. Responsibility.

LISTA DE SIGLAS

ADCT	Ato das Disposições Constitucionais Transitórias
Ag.Rg.	Agravo Regimental
Art.	Artigo
CC	Código Civil
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CF	Constituição Federal
DPVAT	Seguro de Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Vias Terrestres
INSS	Instituto Nacional da Seguridade Social
MA	Maranhão
REsp.	Recurso Especial
STJ	Superior Tribunal de Justiça
SP	São Paulo
TJ	Tribunal de Justiça
TRT	Tribunal Regional do Trabalho

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	A EVOLUÇÃO DO DIREITO FRENTE A ECONOMIA COMPARTILHADA.....	14
2.1	Origem do modelo de economia compartilhada.....	15
2.2	Conceito e modalidades de economia compartilhada.....	17
2.3	A empresa Uber.....	20
2.3.1	A regulamentação da Uber no Brasil por meio da Lei 13.640/2018.....	22
2.4	A aplicação da lei do marco civil da internet a empresa.....	24
3	A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO DECORRENTE DA PRESTAÇÃO E AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS POR INTERMÉDIO DA EMPRESA UBER.....	27
3.1	Princípios e direitos norteadores do direito do consumidor.....	27
3.1.1	A dignidade da pessoa humana.....	28
3.1.2	A transparência e do dever de informar.....	29
3.1.3	A vulnerabilidade do consumidor.....	30
3.1.4	A boa-fé.....	31
3.1.5	A proibição práticas e cláusulas abusivas.....	32
3.1.6	A prevenção e reparação dos danos.....	33
3.2	A aplicação do conceito de consumidor ao passageiro do serviço de transporte adquirido por intermédio da Uber.....	36
3.3	A aplicação do conceito de fornecedor a empresa Uber e ao motorista do serviço de transporte fornecido por intermédio da Uber.....	40
3.4	A aplicação do conceito de produto e serviço ao serviço de transporte prestado por intermédio da Uber.....	43
4	A RESPONSABILIDADE DA UBER PELOS DANOS CAUSADOS PELOS MOTORISTAS AOS PASSAGEIROS.....	47
4.1	A responsabilidade da Uber como provedora de aplicação de serviço de internet.....	47
4.2	A responsabilidade da Uber como fornecedora de serviço conforme CDC.....	54
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	65
	REFERÊNCIAS.....	67

1 INTRODUÇÃO

O crescente avanço tecnológico vivenciado nos últimos anos proporcionou uma grande alteração na forma de consumo vivenciada pela população que passou a basear-se não apenas pelo contato físico das partes envolvidas, como também no contato virtual. Se antigamente era necessário ir a uma loja ou falar com determinada pessoa para adquirir um produto ou serviço, isto passou a não ser mais necessário, podendo a contratação ou compra ser realizada simplesmente através da internet por meio de um contato virtual.

Assim a internet se apresentou como um marco inicial proporcionando e inspirando a criação de formas de venda ou aquisição de bens e serviços totalmente desconhecidas das formas até então praticadas, mas que hoje já estão presentes no nosso dia a dia, como no caso dos estabelecimentos virtuais acessados por meio de sites, o que ensejou na formação de novas formas de consumo que passaram a ser acobertadas pelo Código de Defesa do Consumidor e pela Lei 12.965/2014 que trata do Marco Civil da Internet, disciplinando sobre princípios e garantias, direitos e deveres para quem usa a rede de internet (BRASIL, 2014).

Porém o progressivo desenvolvimento tecnológico propiciou ainda o acesso à internet através de aparelhos celulares facilmente transportados pelas pessoas, instigando o surgimento de novos meios virtuais diferentes dos *sites*, ora denominados, aplicativos ou plataformas digitais, através dos quais as pessoas podem disponibilizar ou adquirir um produto ou serviço sem que haja necessariamente uma empresa em um dos polos da relação, o que transformou mais uma vez a forma das pessoas se relacionarem.

Em decorrência dessa nova modalidade econômica, surgiu uma nova forma de relação de consumo relacionado ao serviço de transporte com três partes envolvidas, que é o aplicativo ou plataforma digital, a pessoa que disponibiliza o produto ou serviço por intermédio da plataforma e a pessoa que adquire o produto ou serviço, como no caso da Uber, que é uma plataforma digital mundialmente conhecida por realizar a intermediação entre pessoas que podem oferecer um

serviço de transporte particular a outras, mediante remuneração, e pessoas que desejam adquirir esse serviço de transporte.

No entanto, esta nova forma de relação de consumo não possui regulamentação específica, sendo a utilização do aplicativo regulamentada recentemente no país por meio da Lei 13.640/2018, mas a resolução dos conflitos oriundos de sua utilização está sendo aplicadas até então, por analogia, normas jurídicas já existentes. Entretanto, considerando a existência de lides existente na utilização da Uber existem perguntas que ainda continuam sem resposta assertiva. Dentre elas, a objeto do presente estudo: a Uber deve ser responsabilizada pelos danos causados pelos motoristas aos passageiros?

Assim, o presente trabalho se propõe avaliar se a empresa Uber deveria ser responsabilizada pelos danos causados pelos motoristas aos passageiros no âmbito da prestação e aquisição de serviço por meio de seu aplicativo. Com vistas a levantar subsídios para contemplar, o objetivo geral é analisar com base na legislação vigente se a Uber pode ser responsabilizada por danos causados pelos motoristas aos passageiros. E os objetivos específicos têm por finalidade analisar a Lei do Marco Civil da Internet e o surgimento da economia compartilhada, realizar análise sobre a aplicação do Código de Defesa do Consumidor e a relação advinda da utilização da Uber e verificar se a Uber pode ser responsabilizada por danos causados pelos motoristas aos passageiros.

Por se tratar de um tema relativamente novo, a metodologia a adotada teve por base a pesquisa exploratória e o método dedutivo. Buscou-se informações através de fichamento de livros, textos, artigos de jornais e revistas, pesquisas na Internet, discussão com o Professor/Orientador do trabalho, pesquisa de doutrina, jurisprudência sobre o assunto, bem como o exemplo de casos concretos de processos judiciais em que se discute a matéria relacionada ao tema.

2 A EVOLUÇÃO DO DIREITO FRENTE A ECONOMIA COMPARTILHADA

É importante compreender que o profissional de todas as áreas, em especial do Direito, possui a obrigação de estar atento as transformações que ocorrem na sociedade. Sendo o nascimento da Internet um dos grandes fatores responsáveis por essas transformações na atualidade, é importante entender que essas transformações não advêm tão somente dos avanços tecnológicos, pois a Internet não é formada apenas por uma rede mundial de computadores, mas sim por uma rede mundial de indivíduos (PINHEIRO, 2013).

Tal conjuntura apontada por Patrícia Peck Pinheiro (2013) é essencial para compreensão e regulação dos conflitos advindos com o desenvolvimento tecnológico, visto que é necessário levar em consideração as relações formadas neste novo meio, seja elas realizadas por pessoas físicas ou jurídicas, com o objetivo de determinar as normas mais adequadas para sua regulação.

Nesse contexto, os avanços tecnológicos vivenciados nos últimos anos proporcionaram uma mudança na forma das pessoas se relacionarem, passando do contato presencial para o virtual, o que ensejou a produção de normas específicas para sua regulação, como a Lei 12.965/2014 (BRASIL, 2014) também conhecida como Lei do Marco Civil da Internet no Brasil, que dispõe sobre princípios e garantias do uso da internet no Brasil.

A celeridade e o dinamismo do desenvolvimento tecnológico vêm provocando no Direito um certo atraso em relação as novas relações advindas do desenvolvimento tecnológico (PINHEIRO, 2013) ou, em outras palavras, a defasagem do Direito convencional em relação as evoluções tecnológicas se traduzem em um fenômeno em que a norma estará sempre correndo atrás do fato. Assim, é necessário reconhecer que a legislação e as doutrina jurídica tradicionais são insuficientes para regular com precisão as novas relações advindas, as quais apresentam desafios constantes com novas perguntas e respostas em um ambiente desprovido de fronteiras, que é o virtual (ARAÚJO, 2017).

Assim, o Direito deve se desenvolver por uma hermenêutica diferenciada, lembrando que a própria Lei 12.965/2014 (BRASIL 2014), que dispõe sobre Marco Civil da Internet, preceitua, em seu artigo 6º, que, na interpretação desta lei, deverão

ser considerados, “além dos fundamentos, princípios e objetivos previstos, a natureza da Internet, seus usos e costumes particulares e sua importância para a promoção do desenvolvimento humano, econômico, social e cultural” (ARAÚJO, 2017).

Deste modo é necessário compreender de forma mais aprofundada as relações estabelecidas em decorrência da utilização dos chamados aplicativos ou plataformas digitais, que deram origem a uma nova forma das pessoas se relacionarem, através de um modelo econômico ora denominado, no presente estudo, de economia compartilhada com o objetivo de verificar normas a serem aplicadas na resolução de seus conflitos.

2.1 Origem do modelo de economia compartilhada

Quanto a origem desse novo sistema econômico, denominado de economia compartilhada, é possível realizar uma abordagem temporal, econômica e cultural. No aspecto temporal haja vista que tal modelo econômico possui como origem o desenvolvimento tecnológico e teve como marco inicial o surgimento da internet e em seguida dos aplicativos ou plataformas digitais acessadas por meio de telefones celulares e outros. Quanto a sua origem cultural, justifica-se por ter surgido a partir de uma tendência de reação ao consumismo exacerbado e adesão ao consumo sustentável. A abordagem econômica é em decorrência da diminuição de custos e otimização de diversos recursos em decorrência do compartilhamento de bens ou serviços (MIRAGEM, MARQUES, 2015).

Há, portanto, um entrelace entre as abordagens tecnológica, cultural e econômica já citadas, visto a mudança na mentalidade das pessoas em decorrência do consumismo imposto pelo capitalismo e a crise econômica vivenciada em 2008 (BOTSMAN, ROGERS, 2011), que fez florescer alternativas para o acesso à bens e serviços de maneira mais econômica, colaborativa e sustentável, sendo em regra realizadas no meio virtual o que facilita a interação entre as pessoas que possuem objetivos específicos. Essa interação pode ocorrer pelo modelo *peer to peer* (P2P)

ou pelo *business to business* (B2B), ou seja, entre pessoa e pessoa ou entre empresa e empresa (MIRAGEM, MARQUES, 2015).

Corroborando esse entendimento, Lisa Gansky (2011) afirma que existem quatro tendências globais que favorecem essa nova forma econômica a qual ela denomina de *Mesh*, mas apontada por econômica compartilhada ou colaborativa. Primeiro, a crise econômica mudou a forma das pessoas consumirem, fazendo-as experimentar novas marcas e novas formas de consumo economicamente mais vantajosas. Segundo, a crise fez com que as pessoas repensassem o que consideram valioso em suas vidas, como uma correlação ao ter e ao ser, se seria valioso ter o bem ou usufruir dele, o que tornou viável a abertura de novos modelos de negócios que ofereçam mais valor com menor custo. Terceiro, as mudanças climáticas e recursos escassos aumentam os riscos e custos de fazer negócios da forma antiga, assim a economia sustentável aparece como uma impulsora dessa nova onda econômica. Por fim, o aumento populacional acaba por favorecer esse novo modelo econômico à medida que várias pessoas passam a usufruir de um mesmo bem, produto ou serviço, de forma mais acessível a todos, como no caso do compartilhamento de automóveis.

Observa-se, assim, que o surgimento dessa nova modalidade econômica e nova forma de consumo da população decorreu em modos gerais da crise econômica enfrentada pela população, que passou a buscar novos meios de adquirirem os bens necessários, bem como avaliar a real necessidade destes. Não tendo sua origem como comumente ou unicamente como se imagina apenas pelo desenvolvimento de tecnologia móvel que passou a permitir a conexão de pessoas em tempo real, mas pela mudança no pensando da população.

Surgiu, assim, invertendo o sentido da palavra “posse” para “compartilhamento”, momento em que a pessoa paga para usufruir o benefício do objeto por meio de um empréstimo ou troca e não para ter a posse definitiva ou propriedade deste. Altera-se ainda a forma em que as pessoas vêm usando o seu tempo e troca de conhecimento (GANSKY, 2011).

A tendência é que esta modalidade econômica se expanda pela criatividade e desenvolvimento de novas plataformas de negócios na internet pelas denominadas empresas *startups*, que podem ser definidas como “uma organização

temporária desenhada para alcançar um modelo de negócio escalável de lucro para se transformar em uma companhia no futuro" (TEXEIRA, MAGALHÃES, 2018, p.13), reconhecidas pela formação e estruturação de negócios inovadores em diversos setores, visto que a prestação de serviços ou ofertas de bens podem ser realizadas por intermédio de uma plataforma digital, por pessoas que não sejam necessariamente profissionais e nem organizadas sob a forma empresarial (MIRAGEM, MARQUES, 2015).

2.2 Conceito e modalidades de economia compartilhada

Esse novo modelo de mercado conhecido, a princípio, como economia compartilhada ou economia colaborativa também é chamado de *Mesh* pela escritora Lisa Gansky (2011) por considerar esta palavra uma metáfora rica para descrever essa nova fase completa de prestação e aquisição de bens e serviços baseados em informações. Esse modelo descreve um tipo de rede em que é possível a conexão de diversas pessoas sejam elas, pessoas físicas ou empresas, com objetivos comuns e em torno do compartilhamento de recursos humanos e físicos, os quais incluem a criação, produção, distribuição, comércio e consumo compartilhado de bens e serviços.

Podem ser definidos também como negócios formados por meio de aplicativos ou plataformas digitais disponibilizadas com o objetivo de conectar compradores a vendedores, gerando uma transformação social que reforça o poder de interação, promovendo ainda a maior capacidade de compra dos consumidores em decorrência de maior acesso aos produtos e serviços (SEBRAE, 2017).

Nesse contexto, a definição central da economia compartilhada gira em torno das práticas de partilha, escambo seja ele pecuniário ou não, empréstimos comerciais, aluguéis e trocas, mediante a utilização de equipamentos tecnológicos (ALGAR, 2007). Além disso, é possível destacar dentre diversas características importantes, sendo quatro consideradas principais para o presente estudo, quais sejam, o compartilhamento de bens ociosos, o uso avançado da internet e redes

móveis, o comprometimento das partes da relação no uso e disponibilização do bem ou serviço e o sistema de avaliação dado para quem utiliza ou presta o serviço, bem como para o próprio aplicativo (PWC, 2015).

Estas características são importantes, já que a interação virtual por meio de aplicativos, a crise econômica vivenciada e ainda a mudança de pensamento da população fizeram com que utilizassem esse meio virtual de forma sustentável compartilhando em geral bens que não precisam ser necessariamente utilizados uma única vez ou por uma única pessoa por meio da confiança em que uma se dispõe a fornecer o produto ou serviço em troca de algo, sendo essa confiança reforçada pelos critério de avaliação tanto da prestação quanto da aquisição do bem ou serviço.

As formas de compartilhamento econômico podem ser bem visualizadas no modelo apresentado por Botsman e Rogers (2011), segundo o qual existem três modalidades de consumo compartilhado, que são: o de sistema de serviços e produtos, o de mercado de distribuições e o de estilo de vida colaborativos. O sistema de produtos e serviços é o mais conhecido, sendo aquele que se paga pela sua utilização sem a necessidade da aquisição. O mercado de distribuições, ainda em crescimento no Brasil, se refere a troca e doação em relação à propriedade, ou seja, ao compartilhamento de propriedade como no caso de aquisição de uma casa de praia por várias pessoas. No estilo de vida colaborativo existe uma propensão à divisão e troca de itens intangíveis, ou seja, não palpáveis, como tempo, conhecimento e habilidades.

Assim a economia compartilhada representa um novo modelo econômico apto a provocar alterações nos mais diversos setores, pois, embora apresentem serviços similares aos já existentes, este novo modelo precisa ser interpretado em suas particularidades e complexidades, especialmente se considerarmos que os consumidores são os mais atingidos tanto beneficamente ou maleficamente (MENDES, CEROY, 2015).

Ademais, esses novos modelos de negócios apresentam ainda vantagens não visíveis claramente nos modelos negociais tradicionais, como a possibilidade de feedback instantâneo dos clientes, permitindo que os fornecedores saibam se estão

ou não agradando o mercado de consumo e gerando vínculo de confiança (GANSKY, 2011). Esse enfoque na confiança é importante, visto que:

Através de crescentes interações, a Mesh oferece mais oportunidades de ganhar a confiança do cliente e mais ocasiões para colocá-la em risco. Embora a confiança seja fundamental para qualquer negócio, como é para qualquer relação humana, na Mesh ela é ainda mais importante. A confiança é social, o que torna todos os negócios sociais; os negócios Mesh são hipersociais. Quando o compartilhamento é central para a essência dos valores fundamentais de uma empresa, ela precisa estar constantemente alerta para a evolução das necessidades e tendências de uma cliente individual. Uma vez que a confiança do cliente foi ganha, as companhias Mesh de sucesso trabalham com cada interação para ganhar e reter sua lealdade de maneira nova (GANKY, 2011, p. 90).

Assim, em um modelo de negócio realizado por meio virtual, é evidente que sempre vai existir dúvidas quanto a veracidade e qualidade do serviço ou bem prestado, sendo a confiança oferecida no negócio a qualidade mais importante para o desenvolvimento deste, visto ainda a possibilidade de feedbacks instantâneos no mundo virtual permite que as pessoas tenham acessos aos comentários tantos bons quanto ruins do item posto no mercado. Por isso, ressalta-se que neste modelo de mercado a confiança se destaca ainda mais importante que no modelo de mercado de consumo comum.

Essa modalidade de economia compartilhada pode ser vista em diversos setores, como por exemplo, em aplicativos que visam à troca de livros, à disponibilização de carona ou até mesmo aos serviços de transporte em troca de dinheiro, aluguel de casas, apartamentos e quartos ou quaisquer outros equipamentos, como também na compra compartilhada de itens luxuosos, como carros de alto padrão e casas de praia ou inverno, e também em modelos de compartilhamento de conhecimento como a Wikipédia. Assim, diferencia-se da economia capitalista vivenciada até então e dos modelos tradicionais, pois preza pelo aproveitamento da funcionalidade e capacidades de bens (BOTSMAN, ROGERS, 2011), como no caso do aluguel de veículos ou imóveis, e também pelo uso de meio tecnológico que melhoraram a eficiência e qualidade do serviço ou produto, enquanto aquela preza pela propriedade do bem.

Nesse contexto de especificidades, passaremos a analisar em específico o serviço disponibilizado por meio do aplicativo da empresa Uber, que se enquadra em uma modalidade de economia compartilhada por permitir às pessoas cadastradas no aplicativo da empresa Uber a prestação e aquisição de serviço de transporte mediante remuneração.

2.3 A empresa Uber

Conforme o livro “As Upstars” escrito por Brad Stone (2017), a Uber foi idealizada por Garrett Camp, em meados de 2008, ao deparar-se com a frágil indústria de táxis existentes em São Francisco nos Estados Unidos da América, que não dispunha de uma quantidade necessária para possibilitar o atendimento adequado a toda população, além de se caracterizar pelo mal atendimento e altos preços. Assim, surgiu inicialmente a ideia de disponibilizar carros de aluguel por demanda com veículos cuja trajetória pudesse ser acompanhada pelos passageiros por meio de um mapa no celular, contexto em que tanto passageiro quanto motorista teriam um aplicativo em seu celular.

Em junho de 2010, os aplicativos da Uber se tornaram disponíveis para os aparelhos celulares *iOS* na *App Store*. Assim, no mesmo momento em que a revolução dos smartphone ganhava impulso, a Uber se espalhava silenciosamente pela cidade do São Francisco, despertando cada vez mais o interesse de passageiros, assim como de pessoas que iam até o escritório da Uber para se cadastrarem como motoristas (STONE, 2017).

Com o decorrer dos anos a Uber foi evoluindo e se adaptando as críticas e crises de mercado com soluções eficientes. Assim, no começo de 2014, passou a introduzir o serviço de compartilhamento de corridas em cerca de 28 cidades. Já no final de 2016, a Uber já tinha se estabelecido em mais de 450 cidades pelo mundo, pois permitir que motoristas não profissionais transportassem passageiros em seus próprios veículos de forma remunerada se tornou um fenômeno global, instaurando um novo tipo de trabalho flexível aos motoristas, diminuindo os preços do

deslocamento e alterando a forma das pessoas transitarem pela cidade. Assim, no final de 2016, a Uber já não se parecia mais com startups, mas sim com as grandes empresas, contando com escritórios e funcionários em muitas cidades (STONE, 2017)

Não obstante a algumas divergências sobre sua origem apontadas no referido livro e no site da Uber, temos que esta se identifica como uma empresa que oferece uma plataforma tecnológica para que muitos parceiros se conectem a usuários que buscam viagens acessíveis e confiáveis (UBER, 2018). Sendo possível observar que a empresa identifica os usuários do aplicativo como parceiros, conferindo-lhes segurança e ainda confiabilidade na utilização da Uber no uso da plataforma digital.

A empresa se declara ainda como uma empresa de tecnologia e não de transporte ou de táxi como comumente comparada, visto que apenas disponibiliza um aplicativo por meio do qual os motoristas, parceiros prestam o serviço de transporte privado. Esse é um motivo pelo qual alega não empregar nenhum motorista nem ser proprietária de nenhum veículo de transporte, mas que apenas oferece uma plataforma tecnológica para que os usuários encontrem motoristas confiáveis e desfrutem de viagens confortáveis (UBER, 2018).

Ao estabelecer tais afirmações em seu domicílio eletrônico, a Uber tem por objetivo se dissociar da prestação do serviço de transporte e da relação empregador e funcionário a qual muitos a vinculam. Assim, a Uber afirma buscar sempre ressaltar que apenas disponibiliza um aplicativo no qual as negociações referentes ao serviço de transporte ocorram.

Para que a pessoa se cadastre como motorista parceiro é necessário que tenha carta de motorista com autorização para desempenhar atividade remunerada. Assim, ao fazer o cadastro no aplicativo, a Uber checa as informações e realiza a identificação do carro ou dos carros que o motorista vai utilizar, bastando que o motorista ligue o aplicativo para começar a trabalhar. Já para o usuário, basta se cadastrar informando cartão em que deverá ser realizado pagamento e utilizar o aplicativo quando desejar se locomover (UBER, 2018), sendo, portanto, a sistemática do aplicativo muito fácil de ser utilizado tanto pelo motorista, quanto pelo passageiro.

A Uber afirma que garante o nível de confiança e qualidade na prestação dos serviços por meio de uma avaliação mútua realizada entre os parceiros motoristas e passageiros, contexto em que os que atingem nota mínima são desconectados da plataforma. Quanto à segurança, informa disponibilizar meios para que tanto o motorista quanto o passageiro acompanhem a localização exata um do outro, bem como disponibiliza foto, dados, detalhes do carro e a avaliação de outros usuários (UBER, 2018).

A avaliação realizada por meio de uma pontuação e comentário sobre o motorista e passageiro é muito importante, pois, conforme já visto, é tecnicamente a partir desta que a empresa demonstra sua confiabilidade no mercado, permitindo que os seus parceiros (motoristas e passageiros) accessem as informações um do outro antes mesmo de iniciarem a corridas.

Assim é possível observar nessa relação a existência de três sujeitos, quais sejam: a Uber, que é o aplicativo ou plataforma digital, consistindo no meio em que o negócio é realizado; o motorista que presta o serviço de transporte; e o passageiro que é quem adquire o serviço.

2.3.1 A regulamentação da Uber no Brasil por meio da Lei 13.640/2018

No dia 26 de março de 2018, foi publicada a Lei 13.640/ 2018 (BRASIL, 2018) alterando a Lei 12.587/2012 (BRASIL, 2012) que regulamenta o transporte privado individual de passageiros. Incluindo no art. 4º desta última, o inciso X afirma que, para fins de aplicação desta lei, considera-se como transporte individual remunerado de passageiros aqueles remunerados e realizados por meio de plataformas de comunicação em rede ou aplicativos, não aberto ao público, para realização de viagens individuais ou compartilhadas, no qual os usuários são previamente cadastrados.

Assim, é possível claramente observar que, por meio deste dispositivo, a disponibilização de um aplicativo pela Uber por meio do qual os usuários se

cadastram para realizar ou adquirir os serviços de transporte, sejam eles individuais ou compartilhados encontra-se legalmente previsto nas normas brasileiras.

Ademais, a referida lei estabeleceu algumas diretrizes segundo as quais os motoristas deverão cumprir, conforme artigo a seguir da Lei 13.640/2018:

Art. 11-B. O serviço de transporte remunerado privado individual de passageiros previsto no inciso X do art. 4º desta Lei, nos Municípios que optarem pela sua regulamentação, somente será autorizado ao motorista que cumprir as seguintes condições:

I - possuir Carteira Nacional de Habilitação na categoria B ou superior que contenha a informação de que exerce atividade remunerada;

II - conduzir veículo que atenda aos requisitos de idade máxima e às características exigidas pela autoridade de trânsito e pelo poder público municipal e do Distrito Federal;

III - emitir e manter o Certificado de Registro e Licenciamento de Veículo (CRLV);

IV - apresentar certidão negativa de antecedentes criminais.

Parágrafo único. A exploração dos serviços remunerados de transporte privado individual de passageiros sem o cumprimento dos requisitos previstos nesta Lei e na regulamentação do poder público municipal e do Distrito Federal caracterizará transporte ilegal de passageiros. (BRASIL, 2018)

Nesse contexto, para se considerar regular, o motorista deve conter Carteira de Habilitação Nacional que contenha a informação que realiza atividade remunerada, manter em dia o Certificado de Registro e Licenciamento de Veículos e ainda apresentar certidão de antecedentes criminais.

Embora tais exigências relacionadas aos motoristas tenham sido regulamentadas neste momento, cabe observar que a Uber já as praticava por ocorrência do cadastro do motorista no aplicativo, quanto às exigências relacionadas a carteira de habilitação com autorização para exercer atividade remunerada, bem quanto à checagem de antecedentes criminais realizado pela empresa em todo o território nacional e ainda quanto à certidão de registro e licenciamento do veículo, exigindo que esta última seja do ano corrente (UBER, 2018). Porém, com o advento da lei, a checagem de antecedentes criminais deverá ser exigida dos motoristas no momento do credenciamento, não devendo mais ficar a cargo da Uber nos âmbitos municipais e estaduais.

Fica estabelecido também no artigo 11-A da Lei 13.640/2018 (BRASIL, 2018) que os municípios e Distrito Federal no procedimento de regulamentação e fiscalização deverão obserar as seguintes diretrizes:

Art. 11-A. Compete exclusivamente aos Municípios e ao Distrito Federal regulamentar e fiscalizar o serviço de transporte remunerado privado individual de passageiros previsto no inciso X do art. 4º desta Lei no âmbito dos seus territórios.

Parágrafo único. Na regulamentação e fiscalização do serviço de transporte privado individual de passageiros, os Municípios e o Distrito Federal deverão observar as seguintes diretrizes, tendo em vista a eficiência, a eficácia, a segurança e a efetividade na prestação do serviço:

I - efetiva cobrança dos tributos municipais devidos pela prestação do serviço;

II - exigência de contratação de seguro de Acidentes Pessoais a Passageiros (APP) e do Seguro Obrigatório de Danos Pessoais causados por Veículos Automotores de Vias Terrestres (DPVAT);

III - exigência de inscrição do motorista como contribuinte individual do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), nos termos da alínea h do inciso V do art. 11 da Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991.

Nesse sentido, diante da fiscalização a ser realizada pelo município, deve a Uber ficar atenta quanto à regulamentação dos impostos a serem aplicados na prestação de serviço no âmbito de sua plataforma, bem quanto à necessidade de contratação do seguro obrigatório de danos pessoais causados por veículos automotores (DPVAT) e exigir que o motorista tenha inscrição no cadastro do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS).

Quanto a exigência para contratação de seguro de acidentes pessoais a passageiro, cabe observar que conforme declarado em seu domicílio eletrônico a Uber possui uma parceria com o grupo ACE, que informa ser uma das seguradoras líderes de mercado no Brasil, possuindo uma cobertura para proteção do usuário e motoristas parceiros no valor de até cem mil reais (UBER, 2018).

Ante o exposto, resta pouco para a Uber se adequar completamente às normas estabelecidas na presente Lei, devendo a mesma ficar atenta quanto a regulamentação municipal, diante das inúmeras vertentes que podem surgir em decorrência dos inúmeros municípios existentes no país.

2.4 A aplicação da lei do marco civil da internet à empresa Uber

A própria Uber se identifica como uma empresa que apenas disponibiliza a seus parceiros um aplicativo ou plataforma tecnológica por meio do qual é possível negociarem acerca do serviço de transporte, sendo, portanto, possível de normatização quanto a alguns aspectos pelas normas presentes na Lei 12.965/2014 conhecida como a Lei do Marco Civil da Internet no Brasil por meio da qual são estabelecidos os princípios, direitos e deveres para uso da internet no Brasil.

Na referida lei são identificados provedores de serviço de internet, que são aqueles que oferecem serviços ligados ao funcionamento da rede mundial de computadores ou por meio dela que, conforme decisão proferida pela Ministra Nancy Andrighi no REsp 1.316921/RJ em 26 de junho de 2012, temos que:

Os provedores dos serviços de internet são aqueles que oferecem serviços ligados ao funcionamento dessa rede mundial de computadores, ou por meio dela. Trata-se de gênero do qual são espécies as demais categorias, como: (i) provedores de backbone (espinha dorsal), que detêm uma estrutura de rede capaz de processar grandes volumes de informação. São os responsáveis pela conectividade da Internet, oferecendo a sua infraestrutura a terceiros, que repassam aos usuários finais acesso a rede; (ii) provedores de acesso, que adquirem a infraestrutura dos provedores de backbone e revendem aos usuários finais, possibilitando a estes a conexão com a Internet; (iii) provedores de hospedagem, que armazenam dados de terceiros, conferindo-lhes acesso remoto; (iv) provedores de informação que produzem as informações divulgadas na Internet; e (v) provedores de conteúdo, que disponibilizam na rede os dados criados ou desenvolvidos pelos provedores de informação ou pelo próprios usuários da web (BRASIL, 2012).

Mas, ocorre que a Lei 12.965/2014 (BRASIL, 2014) trata em especial de apenas dois tipos de provedores, apesar de o Supremo Tribunal de Justiça já ter reconhecido diversos tipos conforme destacados na citação acima, que são: aquele dedicado a promover o acesso à internet e aquele que disponibiliza as mais diversas aplicações na rede. No entanto, a lei não conceitua sobre o que são esses provedores, apenas exemplifica suas atividades conforme art. 5º, incisos V e VII, no qual a conexão de internet representa a habilitação de um terminal para envio e recebimento de pacotes de dados mediante a autenticação de um endereço IP e as aplicações de internet como sendo o conjunto de funcionalidades passíveis de serem acessadas por meio de um terminal conectado à internet (SOUZA, LEMOS, BOTTINO, 2017).

Nesse sentido, conforme expõe Bruno Miragem, temos que:

De outro modo, contudo, são as situações em que o consumo colaborativo pela internet utiliza-se de plataforma digital mantida por alguém que se dispõe a viabilizar espaço ou instrumento de oferta por intermédio de um site ou aplicativo. Quem explora o site ou aplicativo atua não apenas como facilitador, mas como aquele que torna viável e, por vezes, estrutura um determinado modelo de negócio. Em outros termos, o site ou aplicativo permite o acesso a internet e atua como guardião desse acesso, um gatekeeper (“guardião de acesso”) que assume o dever, ao oferecer o serviço de intermediação ou aproximação, de garantir a segurança do modelo de negócio, despertando a confiança geral ao torná-lo disponível pela internet. No direito brasileiro, estarão qualificados indistintamente como provedores de aplicações de internet, de acordo com a definição que estabeleceu o artigo 5º, VII c/c artigo 15 da Lei 12.965/2014. Exige a norma, que se constituam na forma de pessoa jurídica, exercendo a atividade de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos (MIRAGEM, 2018, p. 591 e 592).

Conforme já identificado por Bruno Miragem, a Uber se enquadra como provedora de aplicação de internet, visto que nos termos do inciso VII do art. 5º da referida lei temos que se considera por aplicações de internet: “o conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet”, descrição essa que deve ser combinada com o art. 15 que afirma que “provedor de aplicações de internet constituído na forma de pessoa jurídica e que exerça essa atividade de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos”. Assim, a empresa Uber, devidamente constituída na forma de pessoa jurídica, ao disponibilizar o aplicativo atua como uma intermediadora, tornando viável e estruturando o modelo de negócio. Deste modo, a Uber leva em consideração que atua ainda como guardião de acesso e ainda expõe em seu site que garante a confiabilidade e qualidade na prestação do serviço, restando, portanto, clara sua identificação como provedora de aplicação de internet consoante preceitua a Lei 12.965/2014 (BRASIL, 2014).

A respeito da Lei 12.965/2014 (BRASIL, 2014), que dispõe sobre princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet, é reconhecido em seu art. 6º que, na interpretação desta lei, deverão ser levados em considerações as demais normas, princípios e direitos fundamentais e ainda usos e costumes no âmbito da internet. Em seu art. 7º, a aplicação do CDC aos casos de aplicações de internet em geral garante uma proteção aos consumidores que adquirem produtos no sistema de comércio eletrônico, podendo ser aplicado por analogia aos

consumidores das economias compartilhadas ou colaborativas, que no presente caso é o passageiro da Uber.

3 A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO DECORRENTE DA PRESTAÇÃO E AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS POR INTERMÉDIO DA EMPRESA UBER

No bojo da relação advinda da utilização da Uber, é possível observar a existência de três sujeitos, quais sejam a Uber que é o aplicativo ou plataforma digital, o motorista que presta o serviço de transporte, e o passageiro que é quem adquire o serviço. No âmbito desta relação, há o surgimento de diversos conflitos envolvendo esses sujeitos, porém, diante da ausência de legislação específica, alguns conflitos estão gerando dúvidas quanto a sua normatização, dentre eles se a responsabilidade pelos danos causados pelos motoristas aos passageiros deve ser atribuída ao próprio motorista ou a empresa Uber.

Ante o exposto, é possível observar que a presente relação se encontra passível de normatização pelas normas consumeristas, visto que o passageiro se encontra na condição de consumidor do serviço prestado, o motorista e a empresa Uber na condição de fornecedores do serviço de transporte e o serviço de transporte na condição de produto ou serviço conforme definições estabelecidas no Código de Defesa do Consumidor.

Assim para que seja definida a relação de consumo, é necessária a identificação dos dois sujeitos relacionais, quais sejam o consumidor, fornecedor e o objeto da relação que é o produto ou serviço (ALMEIDA, 2018). Mas, antes de explorar tais conceitos, é necessário compreender sobre alguns princípios e direitos fundamentais norteadores do direito ao consumidor, os quais possibilitam a aplicação do referido diploma legal a relação de consumo envolvendo a Uber.

3.1 Princípios e direitos norteadores do direito do consumidor

A defesa do consumidor está balizada como direito fundamental conforme exposto no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal (BRASIL, 1988) ao determinar que: “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. Em consequência deste direito fundamental, o Ato das Disposições Constitucionais Transitórias – ADCT (BRASIL, 1988) - apresentou em seu artigo 48º que “o Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição,

elaborará código de defesa do consumidor”, sendo posteriormente o Código de Defesa do Consumidor – CDC -, normatizado por meio da Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990 (BRASIL, 1990).

Considerando a base constitucional de proteção ao consumidor, o CDC apresentou em seu texto normativo os principais princípios e direitos fundamentais norteadores das relações de consumo, não impedindo no âmbito das relações consumeristas o reconhecimento de outros princípios e direitos fundamentais, visto que tais normas possuem por objetivo promover a correta aplicação e interpretação do CDC (MIRAGEM, 2014).

Nesse contexto, será realizada uma breve explanação dos princípios e direitos fundamentais consumeristas considerados importantes para o desenvolvimento do presente estudo, como o da dignidade da pessoa humana, da transparência e do dever de informar, da vulnerabilidade, da boa-fé, da proibição das práticas e cláusulas abusivas e da prevenção e reparação dos danos.

3.1.1 A dignidade da pessoa humana

A dignidade da pessoa humana possui previsão na Constituição Federal em seu art.1º, inciso III (BRASIL, 1988), ao afirmar que a República Federativa do Brasil se constitui em um estado democrático de direito tendo como um dos fundamentos principais a dignidade da pessoa humana. Na norma de proteção ao consumidor possui previsão no artigo 4º, CDC (BRASIL, 1990), ao determinar que a Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento às necessidades dos consumidores e ao respeito a sua dignidade.

Nas palavras de Rizzato Nunes (2018, p.174), a dignidade da pessoa humana e do consumidor “é garantia fundamental que ilumina todos os demais princípios e normas e que, então, a ela devem respeito, dentro do sistema constitucional soberano brasileiro”. Assim, este deve ser utilizado como base na aplicação de qualquer norma no direito brasileiro, não apenas no âmbito do direito do consumidor.

Sobre a dignidade, é possível identificá-la como um direito relacionado à pessoa só pelo fato de ser pessoa, sendo, portanto, suficiente a qualidade de ser humano para ser apta a possuir dignidade, não sendo a sua difícil conceituação empecilho para que possa ser protegida, visto que sua violação é visível sempre que ocorre (NUNES, 2018).

Em mesmo sentido descreve a ministra Nancy Andrighi (2008) ao afirmar que se a dignidade da pessoa humana representa um valor em si mesmo, sendo este absoluto, nas relações de consumo, o fornecimento de produtos e serviços não pode implicar em deterioração da dignidade do homem, principalmente sobre os seus direitos inerentes a personalidade, como a honra, imagem, integridade psíquica e física, dentre outros.

Nesse contexto, tal princípio corresponde a proteção do consumidor em relação a qualquer fato que o ofenda enquanto ser humano, que desrespeite sua integridade seja ela física ou moral.

3.1.2 A transparência e do dever de informar

A transparência nas relações de consumo se encontra prevista do art. 4º do CDC (BRASIL, 1990) ao determinar que a Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo a transparência e harmonia nas relações de consumo.

Tal princípio se traduz na obrigação do fornecedor do produto ou serviço oferecer ao consumidor a oportunidade de conhecer melhor os produtos ou serviços negociados (NUNES, 2018), bem como o prévio conhecimento das cláusulas estabelecidas nos contratos conforme previsto no art. 46 do CDC (BRASIL, 1990) que discorre que os contratos de consumo não obrigarão os consumidores caso não lhe seja oferecido a oportunidade de conhecer sobre seu conteúdo.

O princípio da transparência é complementado pelo princípio do dever de informar que possui previsão no art. 6º, inciso III, também do CDC (BRASIL, 1990), ao garantir como direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre os serviços e produtos, bem como especificações corretas sobre outras

características como quantidade, composição, qualidade, tributos incidentes, riscos apresentados, dentre outros.

A combinação do princípio da transparência com o direito do dever de informar que possui grande relevância no âmbito das relações de consumo, pois, de acordo com ambos princípios, cabe às partes envolvidas na relação de consumo deixar claro sobre os mais diversos aspectos dos produtos ou serviços a serem contratados ou prestados evitando possíveis conflitos.

3.1.3 A vulnerabilidade do consumidor

O princípio da vulnerabilidade do consumidor encontra-se normatizado no art. 4º, inciso I do CDC (BRASIL, 1990), ao determinar o “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”.

Este princípio justifica a existência de normas de proteção ao consumidor e se pauta no reconhecimento do desequilíbrio existente entre os sujeitos da relação de consumo, que são o fornecedor e o consumidor, tendo por objetivo reequilibrar a relação e colocar o consumidor considerado vulnerável em situação de igualdade perante o fornecedor (TARTUCE, 2014).

Com base neste princípio o consumidor possui uma presunção legal absoluta de vulnerabilidade, determinando se as normas do direito do consumidor devem ser aplicadas e a forma na qual devem ser aplicadas (MIRAGEM, 2014). Mas, Flávio Tartuce (2014) ressalta que essa presunção só é aplicada ao consumidor pessoa física, devendo ser comprovada no caso de consumidor pessoa jurídica.

Fundamentado na vulnerabilidade do consumidor, a área de aplicação do CDC pode ser restringida ou ampliada. Restringida ao permitir a aplicação deste diploma legal apenas aos destinatários finais da relação de consumo, que é uma das características de consumidor definida pelo artigo 2º do CDC (BRASIL, 1990). E ampliada ao considerar como aptas a serem protegidas pelo CDC todas as relações em que esteja presente o desequilíbrio entre os sujeitos da relação, como dispõe o

art. 29º, CDC (BRASIL, 1990) ao estabelecer que as normas relativas à formação e execução dos contratos de consumo sejam aplicáveis a todos que estiverem expostos às práticas nestes descritas (MIRAGEM, 2014). Essa interpretação ampliada do âmbito de aplicação do CDC permite a proteção por este diploma legal de diversas relações contratuais que, embora não identificadas a princípio como relação de consumo, possuem em evidência um desequilíbrio entre as partes contratuais.

3.1.4 A boa-fé

O princípio da boa-fé possui previsão no art. 4º, inciso III do CDC, constituindo-se em um dos princípios norteadores da aplicação da defesa do consumidor (BRASIL, 1990).

No entanto, para fins de aplicação do CDC, é necessário realizar a distinção entre a boa-fé objetiva e a subjetiva, visto que a lei consumerista incorpora apenas a objetiva. A boa-fé subjetiva está relacionada a ignorância de uma pessoa a cerca de um fato que modifica, impede ou viola um direito. Já a boa-fé objetiva, que se encontra prevista no CDC, pode ser definida como uma regra de conduta, ou seja, como o dever dos sujeitos da relação de agirem conforme certos parâmetros de lealdade e honestidade com o objetivo de estabelecerem o equilíbrio nas relações de consumo (NUNES, 2018).

Assim, a boa-fé subjetiva está relacionada ao sujeito por não conhecer determinado fato ou pela falta da intenção de prejudicar a outra parte da relação, não se constituindo, portanto, de um princípio, mas sim de um estado psicológico da pessoa (MIRAGEM, 2014). Já a boa-fé objetiva é relacionada com a ação dos sujeitos da relação com o objeto de manterem um equilíbrio, sem causar lesão a ninguém, atingindo dessa forma o objetivo dessa relação (NUNES, 2018).

Rizzato Nunes (2018) assevera que a boa-fé objetiva funciona como um modelo a ser aplicado, não dependendo da verificação de má-fé subjetiva do fornecedor ou consumidor. Em outras palavras, a boa-fé objetiva estabelece um modelo abstrato, o qual as partes da relação devem seguir como se fosse um

modelo ideal daquela relação em que fossem garantidos todos os direitos para as duas partes.

3.1.5 A proibição de práticas e cláusulas abusivas

A norma destacada no art. 6º, inciso IV, do CDC (BRASIL, 1990) define a proibição das práticas e cláusulas abusivas no fornecimento de produtos ou serviços no âmbito das relações consumeristas.

Segundo Rizzato Nunes (2018), a ideia de abusividade possui relação com a doutrina do abuso do direito, que decorre da constatação de que o titular de um direito subjetivo pode abusar do mesmo. Assim, o abuso do direito capaz de causar dano ao outro sujeito da relação passou a ser tipificado com o objetivo de proteger a outra parte da relação.

As práticas abusivas correspondem a toda atuação do fornecedor no mercado de consumo que implique em desrespeito aos padrões de condutas negociais regularmente estabelecidos, ou seja, que se contrapõem a boa-fé e confiança dos consumidores, tanto na oferta de produtos ou serviços quanto na execução dos contratos de consumo e ainda na fase pós-contratual. A referência a estas práticas abusivas no CDC é apenas exemplificativa, visto que é permitido o reconhecimento de outras práticas como abusivas apesar de não estarem contempladas no mesmo (MIRAGEM, 2014).

As cláusulas abusivas podem ser identificadas como aquelas por meio do qual os consumidores são submetidos aos fornecedores em razão do seu conteúdo ou da maneira pela qual foram incluídas no contrato. Apresentando como característica que a distingue das demais cláusulas contratuais, o fato de prejudicarem o equilíbrio contratual apresenta vantagem benéfica exagerada ao fornecedor e prejudica o consumidor (MIRAGEM, 2014). Nesse contexto:

A proteção do consumidor em relação as cláusulas abusivas é realizada, segundo a previsão normativa do CDC, a partir de duas técnicas: a) o caráter numerativo ou exemplificativo (*numerus apertus*) das espécies de cláusulas abusivas previstas no art. 51º do CDC; b) a sanção de nulidade da cláusula, permanecendo válido o restante do contrato (a redução do

negócio jurídico), admitindo a invalidade total apenas quando, segundo art. 51º, § 2º,"(...) de sua ausência, apesar dos esforços de integração, decorrer ônus excessivo a qualquer das partes" (MIRAGEM, 2014, p. 204).

Assim, o conteúdo discriminado no CDC nos artigos que dispõem sobre as cláusulas abusivas são meramente exemplificativas, assim como em relação as práticas abusivas, permitindo que outras cláusulas ou práticas, apesar de não listadas no CDC, sejam consideradas abusivas de modo a prejudicar o consumidor.

Outro ponto relevante é a possibilidade prevista no §4º, do art. 51, CDC (BRASIL, 1990), que assegura ao consumidor a possibilidade de ajuizar ação competente para que seja declarada a nulidade de cláusula contratual que vá contra os preceitos estabelecidos no CDC ou que prejudique o justo equilíbrio entre os direitos e obrigações das partes.

Assim, tais normas que contemplam a proibição de práticas e cláusulas abusivas vão de encontro a princípios do direito como o da dignidade da pessoa humana e da vulnerabilidade do consumidor que possuem por objetivo manter a igualdade entre as partes nas relações de consumo.

3.1.6 A prevenção e reparação dos danos

A normatização da responsabilidade do dano moral e material a nível constitucional, conforme art. 5º, incisos V e X da CF (BRASIL, 1988), foi de suma importância para replicação desse direito nas demais normas. Exemplo disso é o CDC (BRASIL, 1990) que previu em seu artigo 6º, inciso IV, que são direitos básicos do consumidor “a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos”, não se limitando apenas a reparação do dano, abrangendo também a prevenção da ocorrência destes.

A prevenção enunciada pelo dispositivo legal de defesa ao consumidor traz o sentido de eliminar ou reduzir de forma antecipada as causas de produzir um determinado resultado. Portanto, o direito básico que o consumidor possui para efetiva prevenção de danos estimulou as demais normas de proteção estabelecidas no CDC (BRASIL, 1990) a descrever uma série de deveres e obrigações com o objetivo de eliminar ou reduzir os riscos impostos aos consumidores em decorrência

do mercado de consumo, necessitando verificar deveres e obrigações impostos não apenas aos fornecedores, em decorrência de sua condição de agente econômico do mercado de consumo, mas também ao Estado, visto a imposição da norma constitucional de defesa ao consumidor e reparabilidade do dano (MIRAGEM, 2014).

Para os fornecedores foram estabelecidos deveres positivos e negativos no CDC (BRASIL, 1990). Sobre os deveres positivos, que são os deveres de fazer, existe a obrigação à prestação de todas as informações referentes ao produto ou serviço disponibilizado, garantindo que os mesmos não acarretem riscos à saúde ou segurança dos consumidores conforme indicação dos artigos 6º, inciso III, e 8º do mesmo diploma legal. Para os deveres negativos de não fazer, tem-se o disposto no caput do art. 10º que é o de não introduzir no mercado produtos ou serviços que saiba ou deveria saber apresentar alto nível de periculosidade à saúde ou à segurança dos consumidores.

Para o Estado, o dever corresponde a competência específica dada aos diversos Órgãos dos Entes Federados que é o de exercício do poder de polícia durante a fiscalização e controle do mercado de consumo com o objetivo de evitar e impedir as violações aos direitos dos consumidores, dizeres esses estabelecidos no art. 55º do CDC (BRASIL, 1990). São determinados ainda deveres relativos à informação da população na hipótese de conhecimento, por parte do Estado, da periculosidade de produtos ou serviços por meio do artigo 10º, § 3º, CDC (BRASIL, 1990), assim como a obrigação de providenciar que o fornecedor promova a imediata correção da falha que deu causa ao risco, bem como adequada divulgação de conteúdo e procedimentos realizados (NUNES, 2018).

Deste modo, o direito básico do consumidor à efetiva reparação dos danos matérias e morais e à prevenção dos danos causados, conforme prenunciado no já citado artigo 6º do CDC (BRASIL, 1990), consagra o princípio da reparação integral dos danos no sentido de que devem ser reparados todos os danos incorridos, sejam os diretamente causados pelo fato, como aqueles consequentes diretamente do fato (MIRAGEM, 2014). Nas palavras de Paulo de Tarso Sanseverino (2010, p.32), a reparação integral:

Busca estabelecer uma relação de equivalência entre a extensão dos danos sofridos pela vítima (elemento do ato ilícito) e pressuposto da

responsabilidade civil) e a indenização correspondente (prestações da obrigação de indenizar).

A reparação ou indenização será avaliada de acordo com o dano sofrido pela vítima, fazendo-se necessário estabelecer uma relação de equivalência entre o dano e a forma de indenizar. E mais que isso, essa reparação possui como objetivo colocar a pessoa lesada na situação em que ela se encontrava antes da ocorrência do fato, pois a reparação deve ser realizada da forma mais completa possível por constituir uma característica do próprio significado de justiça (SANSEVERINO, 2010). Deste modo, é, consequentemente, possível a cumulação das indenizações por danos morais e materiais, fato este previsto no enunciado da Súmula 37 do STJ, ao estabelecer que “são cumuláveis as indenizações por dano material e moral oriundos do mesmo fato” (BRASIL, STJ). Entretanto, salienta-se que essa cumulação não é tão simples quanto aparenta, visto que:

Nos danos puramente materiais, a concretização do princípio da reparação integral é relativamente simples, ocorrendo de maneira ampla em face do seu conteúdo estritamente econômico ou patrimonial. Torna-se mais delicada a questão quando os prejuízos a serem reparados, ainda que conservando sua natureza econômica, derivem de danos pessoais (ofensas à vida ou à saúde). Mais complexo ainda é o problema concernente à reparação dos prejuízos extrapatrimoniais, pois, apesar de não possuírem conteúdo econômico ou patrimonial, devem ser transformados em uma indenização pecuniária (SANSEVERINO, 2010, p.2).

Assim, a reparação de danos enquanto materiais pode ocorrer pela simples substituição do bem lesado, pelo concerto do bem, também conhecida como reparação natural, ou ainda pelo pagamento em espécie do valor do bem. Porém, quando tratamos da reparação de algo insubstituível ou mesmo da reparação de uma ofensa à pessoa ou danos corporais, torna-se impossível a devolução à pessoa ofendida da situação antes da ocorrência do fato, podendo esta reparação ocorrer na forma pecuniária (STOCO, 2004).

Cabe destacar neste momento que, conforme ensinamentos de Bruno Miragem (2014), o sistema de reparação de danos descrito no CDC se afasta, neste ponto - o da reparação total dos danos -, do sistema adotado pelo direito civil, pois pelo direito civil ocorre a possibilidade de limitação da reparação total ao determinar no artigo 944, parágrafo único, do Código Civil (BRASIL, 2002), em que é reconhecida a possibilidade de redução da indenização de forma equitativa

considerando o grau de culpa do ofensor. Em suma, o artigo expõe que, “se houver excessiva desproporção entre a gravidade da culpa e do dano, poderá o juiz reduzir equitativamente a indenização”. Enquanto o regime de responsabilidade civil imposto pelo CDC reconhece como regra geral a responsabilidade de natureza objetiva ao apresentar exceção apenas em relação aos profissionais liberais e à reparação integral, afasta-se, em regra, a necessidade de avaliação da culpa para efeito de determinação da indenização, e da mesma forma é afastado o critério para redução da indenização. Em resumo:

A efetividade da reparação do consumidor, assim, estará vinculada, no direito brasileiro, a integral reparação do dano, não se admitindo a aplicação, no microssistema do direito do consumidor, das regras de mitigação da responsabilidade ou de fixação do quantum indenizatório que desconsiderem esta diretriz fundamental do sistema, orientada pelo princípio da dignidade da pessoa humana e pelo direito fundamental a reparação de danos consagrados na Constituição da República (MIRAGEM, 2014 p. 212).

Claudia Lima Marques ressalta a importância deste princípio ao afirmar que no direito do consumidor a completa reparação de danos corresponde a sua aplicação universal, ou seja, englobando todos os consumidores do país, sejam estes ricos ou pobres, analfabetos ou cultos, crianças, jovens ou idosos, etc., não podendo haver qualquer discriminação para a incidência deste (MARQUES, 2013).

3.2 A aplicação do conceito de consumidor ao passageiro do serviço de transporte adquirido por intermédio da Uber

O CDC define o consumidor em seu art. 2º, *caput*, como sendo “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”, e no parágrafo único do respectivo artigo, no qual equipara a consumidor “a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo” (BRASIL, 1990).

Diante da breve descrição do *caput* do art. 2º, CDC (BRASIL, 1990), é fácil identificar que o consumidor pode ser tanto pessoa física quanto jurídica, que contrata a aquisição de um produto ou serviço, quanto quem apenas utiliza o produto ou serviço contratado. Pode, portanto, resultar de um contrato ou ocorrer em

razão de uma relação meramente de fato, que por si só justifica a relação de consumo (MIRAGEM, 2014).

Realizando uma análise mais aprofundada, o consumidor pode ser a pessoa física, a pessoa natural e a pessoa jurídica. Quanto a esta última, a norma não faz distinção, podendo ser toda e qualquer pessoa jurídica ou ser microempresa, pessoa jurídica civil ou comercial, associação, multinacional, fundação etc. (NUNES, 2018).

Ao empregar a palavra adquirir interpreta-se no sentido de obter, seja a título oneroso ou gratuito. A título oneroso quando pressupõe uma retribuição pecuniária ou ainda gratuito no sentido de ser posto à disposição do consumidor como brinde, via remuneração indireta. Nesse sentido, não se trata apenas de adquirir, mas de utilizar o produto ou serviço recebido, ainda que quem o utilize não seja a mesma pessoa que o tenha adquirido. Por exemplo, no caso de uma pessoa que compra um refrigerante para servir aos amigos, todos os que tomarem serão considerados consumidores, ou ainda no caso de uma garrafa da bebida que explode e atinge várias pessoas independente da compra ou do consumo (NUNES, 2018).

Ao falar em destinatário final aparentemente, o CDC utilizou um termo de fácil distinção, entretanto tal descrição pode trazer um pouco de problema em sua conceituação, pois nem toda aquisição realizada por um destinatário final será passível de proteção via CDC. Um exemplo fácil é o caso da pessoa que adquire uma usina de produção de refrigerante, mesmo sendo ele o destinatário final, poderá essa compra ser regulada pelo CDC? Não, pois, apesar de ser o destinatário final, para fins de aplicação da norma consumerista é necessário que o produto ou serviço tenha sido posto à disposição, como bem de consumo, para qualquer pessoa, sendo esta destinatária final. Assim, sempre que um produto ou serviço puderem ser adquiridos como bem de consumo será possível a aplicação das regras do CDC (NUNES, 2018).

Também podem ser identificados como destinatário final aquele quem, ao adquirir ou utilizar o produto, o retira do mercado de consumo, sendo denominado destinatário fático, e quem retira o produto ou serviço do mercado de consumo e exaure sua vida econômica, ou seja, o consuma, fato que denomina esse consumidor de destinatário fático e econômico do produto ou serviço. Deste modo,

não cabe a aplicação desta denominação no caso de aquisição de produto ou serviço com o objetivo de empregá-lo posteriormente na produção de algum produto ou no oferecimento de algum serviço (MIRAGEM, 2018).

Consoante os conceitos até então expostos, é possível verificar que, para ser considerado como destinatário final e por consequência consumidor na relação de consumo, é preciso que a pessoa retire do mercado de consumo o produto ou serviço e o consuma, não podendo utilizar o mesmo em momento posterior com o objetivo de confeccionar um produto ou prestar outro serviço para oferecer no mercado de consumo.

Ao considerar como destinatário final aquele que retira o produto ou serviço do mercado de consumo, é possível enquadrar neste conceito tanto as pessoas físicas quanto jurídicas. Porém, ao considerar a impossibilidade de empregá-lo no oferecimento de outros produtos ou serviço, torna-se inviável a aplicação deste conceito à pessoa jurídica, que geralmente o adquire com o objetivo de integrá-lo na cadeia produtiva gerando novos produtos ou serviços (ALMEIDA, 2018).

Bruno Miragem (2018) defende, porém, que o parâmetro da destinação econômica não profissional do produto ou serviço deve ser interpretado em conjunto com o princípio da vulnerabilidade do consumidor de modo a elucidar de forma justa a aplicação do conceito de destinatário final, permitindo o enquadramento neste conceito tanto para pessoas físicas quanto para jurídicas, desde que comprovada sua vulnerabilidade.

Corrobora, neste entendimento, Claudia Lima Marques (2010) ao afirmar que existe a presunção de que uma pessoa física é sempre um consumidor perante um fornecedor e que para pessoa jurídica é permitida a apresentação de provas da sua vulnerabilidade.

Fica evidente que, apesar de não definido no artigo 2º do CDC, um dos pontos-chave na definição e aplicação do conceito de consumidor é o estado de vulnerabilidade em que este se encontra frente ao sujeito do outro lado da relação jurídica, seja ele pessoa física ou jurídica.

Segundo os ensinamentos de Paulo Valério Moaes (2009, p.125):

Vulnerabilidade, sob o enfoque jurídico, é, então, o princípio pelo qual o sistema jurídico positivado brasileiro reconhece a qualidade ou condição daquele(s) sujeito(s) mais fraco(s) na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venha(m) a ser ofendido(s) ou ferido(s), na sua

incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte do(s) sujeito(s) mais potente(s) da mesma relação.

Assim, por meio desse princípio é sempre levado em consideração a parte mais fraca da relação jurídica, no caso das relações consumeristas, em regra o consumidor, seja ele pessoa física ou jurídica, tendo em vista o poder de pressão em decorrência da forte vantagem atribuída quase sempre a outra parte da relação jurídica.

Um exemplo da aplicação deste princípio para enquadramento no conceito de consumidor pode ser vislumbrado no caso do consumidor pessoa jurídica que adquire o produto ou serviço para utilização no âmbito de sua atividade econômica, caso que não é aplicado o CDC, a não ser que seja provada a vulnerabilidade da pessoa jurídica. É o que discorre a Ministra Nancy Andrichi, relatora, em decisão emitida para o AgRg no REsp 687.239, em abril de 2006, ao afirmar que a jurisprudência dos tribunais superiores tem evoluído ao admitir a aplicação do CDC a uma pessoa jurídica excepcionalmente quando se evidenciar a sua vulnerabilidade no caso concreto (BRASIL, 2006).

Contudo, cabe ressaltar que os tribunais brasileiros não possuem definidos critérios para definição do conceito de consumidor, podendo ser observados tanto casos em que é aplicado o CDC apenas aos destinatários finais meramente fáticos quanto casos em que há aplicação aos destinatários finais fáticos e econômicos (MIRAGEM, 2018),

Ante o exposto sobre o posicionamento doutrinário acerca da conceituação de consumidor conforme definição estabelecida no CDC e da aplicação do princípio da vulnerabilidade, é possível observar que, na relação de consumo decorrente da aquisição do serviço de transporte por intermédio do aplicativo Uber, o passageiro que utilizou o serviço apresenta uma condição de vulnerabilidade frente ao motorista, que dispõe do meio de transporte, e a empresa Uber que possui todo o aparato tecnológico e poderio econômico da operação, podendo se valer das normas ditadas pelo CDC para obter seus direitos garantidos, visto se adequar perfeitamente a condição de consumidor.

Como a aplicação do conceito de consumidor ao passageiro já fora identificada, precisamos identificar agora o outro sujeito da relação, que é o

fornecedor, visto a relação de dependência de um com o outro para aplicação do CDC.

3.3 A aplicação do conceito de fornecedor a empresa Uber e ao motorista do serviço de transporte fornecido por intermédio da Uber

Conforme salientado anteriormente, na relação de consumo envolvendo o serviço de transporte realizado por meio da empresa Uber, é possível identificar o passageiro como consumidor e, na condição de fornecedor, tanto o motorista, pessoa que prestou efetivamente o serviço de transporte, quanto a empresa Uber, pois, conforme definição de fornecedor estabelecida no art. 3º do CDC, temos que:

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, 1990).

Assim, o CDC não distingue a natureza, nacionalidade ou regime jurídico do fornecedor, motivo pelo qual pode ser abrangido pelo referido conceito tanto o próprio estado, quando realizar atividade de fornecimento de produtos ou serviços no mercado de consumo, quanto empresas estrangeiras e multinacionais e pessoas físicas. Assim, torna-se adequado apontar como fornecedores, para fins de aplicação das normas consumeristas, todos os membros da cadeia de fornecimento (MIRAGEM, 2018).

Nesse sentido, corrobora Claudia Lima Marques (2011) ao afirmar que o sistema de proteção ao consumidor considera como fornecedor todos aqueles que participam da cadeia de fornecimento de produtos ou da cadeia de fornecimento de serviços, mesmo que não possuam relação contratual ou extracontratual, direta ou indireta, com o consumidor.

Consoante a possibilidade de aplicação do conceito de fornecedor a todos os membros da cadeia de fornecimento, mesmo que atuem de forma direta ou indireta com o consumidor, é possível identificar a perfeita aplicação deste conceito ao motorista do serviço de transporte realizado no aplicativo Uber, assim como para

a própria empresa Uber, que disponibiliza o meio para realização do negócio de prestação de serviço, atuando de forma indireta junto ao passageiro ora identificado como consumidor.

A utilização da expressão “desenvolvem atividade” na conceituação de fornecedor, tal qual exposta no art. 3º do CDC, fomentou discussões doutrinárias sobre a intenção do legislador ao estabelecer este termo.

Para Bruno Miragem (2018), ao referir-se ao fornecedor como aquele que desenvolve atividade de produção, distribuição, dentre outras, o legislador permitiu interpretar o conceito de fornecedor vinculado a uma certa habitualidade, correlacionando esta habitualidade ao profissionalismo, pois entende que uma atividade só é habitual se for profissional. Além disso, afirmou que profissionalismo está vinculado a uma especialidade, ou seja, um conhecimento aprofundado das características do produto ou serviço oferecido ao mercado de consumo, que possuem efeito de causar a vulnerabilidade técnica do consumidor, momento em que esse profissionalismo revela também a natureza econômica dessa atividade, visto o objetivo de obter alguma vantagem financeira, não necessariamente visando ao lucro.

Deste modo, o autor correlacionou quatro características para aplicação do conceito de fornecedor, que são o profissionalismo, a habitualidade, a natureza econômica da atividade desenvolvida e a oferta no mercado de consumo.

O mercado de consumo é elemento conceitual da definição jurídica de fornecedor, citado no art. 3º, § 2º do CDC, pois é onde se desenvolvem as atividades de troca de produtos ou serviços mediante a oferta irrestrita aos interessados. Essa atuação no mercado de consumo é determinante para afastar da incidência do CDC muitos serviços ou produtos que não são oferecidos neste (MIRAGEM, 2018).

Assim, a utilização do elemento “mercado de consumo” se sobressai como um dos elementos caracterizadores mais importantes, visto que se considerarmos a aplicação das demais características dificilmente o conceito de fornecedor seria aplicado a uma pessoa física, visto que a pessoa física, quanto a característica do profissionalismo, dificilmente teria vantagem de tornar vulnerável o outro sujeito da relação.

Claudia Lima Marques (2010) aborda a questão de forma a evidenciar de forma separada o fornecimento de produtos do fornecimento de serviços. Entende que, em relação ao fornecimento de produtos, o critério é desenvolver atividades tipicamente profissionais, o que indica a necessidade de certa habitualidade. Assim, tais critérios excluirão do âmbito de atuação do CDC os negócios firmados entre dois consumidores não profissionais na venda e aquisição de determinado produto.

Quanto ao fornecimento de serviços, Claudia Marques afirma que o CDC foi mais conciso, possibilitando uma interpretação mais ampla, pois a definição de serviço, conforme descrita no §2º do art. 3º, CDC (BRASIL, 1990), como “qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração” não especifica que o fornecedor deva ser um profissional, bastando que a atividade seja habitual. A autora ainda revela o caráter econômico no termo “mediante remuneração” tornando-se este um elemento caracterizador.

Ante o exposto, considerando a prestação do serviço de transporte pelo motorista, pessoa física, através do aplicativo da empresa Uber, é possível identificar que, apesar de existir a possibilidade do serviço não ser prestado com habitualidade por aquela pessoa, o mesmo é colocado à disposição no mercado de consumo para que qualquer pessoa possa contratá-lo mediante remuneração, e ainda é evidenciada a presença do profissionalismo, considerando que o motorista é o condutor e dono do veículo possuindo superioridade em relação ao passageiro e colocando o mesmo em condição de vulnerabilidade.

Na condição de um dos fornecedores da cadeia de prestação de serviço, a empresa Uber apresenta ainda as demais características conceituadoras de fornecedor, visto colocar à disposição da população no mercado de consumo, revelando seu caráter profissional, um aplicativo que permite aos usuários prestarem e contratarem serviços de transporte, sendo a empresa remunerada indiretamente pela prestação do serviço negociado via aplicativo e detentora de todo o aparato tecnológico do aplicativo colocando não apenas o passageiro em condição de vulnerabilidade em relação ao mesmo.

3.4 A aplicação do conceito de produto e serviço ao serviço de transporte prestado por intermédio da Uber

Considerando que a relação jurídica de consumo é composta de elementos subjetivos, quais sejam o consumidor e o fornecedor, ora já identificados na prestação ou aquisição do serviço de transporte por meio da Uber, e de elementos objetivos, que são os produtos ou serviços (ALMEIDA, 2018), é necessário a identificação deste último no caso em estudo para evidenciar a aplicação do CDC ao presente caso.

As definições de produto e serviço se encontram registradas no CDC nos parágrafos 1º e 2º do art. 3º, conforme transcrição abaixo:

Art. 3º. §1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.
§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista (BRASIL, 1990).

No entendimento de Rizzato Nunes (2018), o conceito de produto é universal na atualidade, estando estreitamente ligado à ideia do bem como resultado da produção voltada para o mercado de consumo das sociedades. Entende-se que é vantagem a utilização deste conceito que passa, então, a valer no meio jurídico, visto que já era utilizado pelos agentes de mercado.

Quanto a definição de serviço estabelecida pelo CDC, dois pontos merecem destaque para o presente estudo, quais sejam: a exigência de remuneração e a exclusão de relações trabalhistas (ALMEIDA, 2018).

Quanto a remuneração é importante salientar que tanto a direta, que é aquela em que há a contraprestação imediata feita pelo consumidor ao realizar o serviço, quanto a indireta, que pode ser exemplificada como embutida nos serviços considerados gratuitos, como o caso dos estacionamentos gratuitos de *shoppings*, são consideradas como critérios de identificação do serviço como objeto da relação de consumo (ALEMIDA, 2018). O STJ já havia se manifestado favorável por meio do Ministro Relator Jorge Scartezzini ao proferir decisão no Recurso Especial 566.468, em dezembro de 2004 (BRASIL, 2004) sobre a responsabilidade do provedor de internet na divulgação de matéria não autorizada ao afirmar que, “para caracterização da relação de consumo, o serviço pode ser prestado pelo fornecedor

mediante remuneração obtida de forma indireta". Esse foi o motivo pelo qual, no caso julgado, foi reconhecida a relação de consumo do provedor de internet que recebia remuneração indireta.

Mediante tal assertiva, podemos observar o caso da empresa Uber que, mesmo não prestando diretamente o serviço de internet, disponibiliza um meio para que as contratações ocorram no mercado de consumo, recebendo para isso uma remuneração indireta, visto que adquire um percentual do valor das corridas negociadas através do aplicativo.

Quanto a exclusão das relações trabalhistas como objeto da relação de consumo, ela ocorre pela existência de lei e justiça especializada para dirimir os conflitos desta natureza, além do fato de os direitos aos trabalhadores decorrerem basicamente da sua desigualdade fática na propriedade dos meios de produção e na ausência de poder no controle da relação do trabalho. Além disso, a relação de consumo a desigualdade do consumidor não é uniforme, podendo ser apresentada nos mais diversos níveis de vulnerabilidade (MIRAGEM, 2018).

Assim, o serviço de transporte cuja contratação é realizada por meio da empresa Uber é reconhecido pelas normas de direito do consumidor, podendo ser objeto da relação de consumo por se enquadrar perfeitamente no conceito de serviços, haja vista sua colocação no mercado de consumo, seu caráter remuneratório tanto para o motorista quanto para a empresa Uber e pela contratação não se encontrar regulada pelas normas trabalhistas.

Ademais, o presente serviço de transporte, cuja contratação, oferta e aquisição são realizadas por meio da empresa Uber, possui duas características principais, ambas reguladas pelo CDC, quais sejam o contrato de transporte e contrato de consumo celebrados no meio virtual, que é a plataforma digital da Uber.

Os contratos de transporte são regulamentados por meio do Código Civil (BRASIL, 2002) em seus artigos 730 a 756, sendo definido no art. 730 como aquele no qual alguém se obriga a transportar de um lugar para outro pessoas ou coisas mediante remuneração.

Embora regulamentados inicialmente pelo Código Civil, a esses contratos são aplicados primeiramente normas de defesa do consumidor desde que se caracterizem como relação de consumo (MIRAGEM, 2018), conforme estabelece o

artigo 732 do CC ao expor que “aos contratos de transporte, em geral, são aplicáveis, quando couber, desde que não contrariem as disposições deste Código, os preceitos constantes da legislação especial e de tratados e convenções internacionais”. Porém, para serem considerados como contrato de consumo devem os sujeitos da relação ser passíveis de aplicação dos conceitos de consumidor, fornecedor e produto ou serviço conforme disposições estabelecidas no CDC.

Como apontado, o contrato de transporte pode ser de coisa ou de pessoas, podendo ser caracterizado ainda como oneroso, pois exige remuneração bilateral por ser celebrado entre transportador e passageiro ou dono da coisa, comutativo em decorrência da prestação recíproca entre as partes e celebrado mediante consenso das partes. O consenso entre as partes não precisa ocorrer apenas na forma escrita, uma vez que pode ser expresso pela simples aquisição de um bilhete de transporte, como também pelo ingresso do passageiro no veículo, caso em que fala apenas em contato social, caso em que mesmo antes do pagamento as partes já se encontram vinculadas (MIRAGEM, 2018).

É importante ressaltar que a obrigação principal do presente contrato reside no transporte de pessoa ou coisa consiste em uma obrigação de resultado, caso em que não é difícil a caracterização do profissional transportador, nem a do usuário do serviço, independente da finalidade pretendida com o transporte (MARQUES, 2013).

Quando considerado um contrato de adesão, caso em que é celebrado mediante proposições preestabelecidas pelo transportador as quais o consumidor deve aderir, o contrato de transporte é passível de normatização tanto pelas regras do CDC quanto pelas normas expostas no CC, visto que deve incidir a regra de interpretação mais favorável ao aderente conforme preceituam os artigos 54 do CDC e 423 do CC/2002, garantindo a proteção própria do consumidor conforme relação de consumo plenamente configurada (MIRAGEM, 2018).

Assim, o contrato de serviço de transporte prestado por intermédio da empresa Uber não passa mais a ter efeito a partir do cadastro prévio realizado no aplicativo, mas a partir da efetiva solicitação de serviço de transporte no aplicativo e aceite da prestação do serviço por algum motorista cadastrado no mesmo,

caracterizando-se ainda como um contrato de transporte de adesão no qual as cláusulas são preestabelecidas cabendo apenas aos usuários aceitá-las.

4 A RESPONSABILIDADE DA UBER PELOS DANOS CAUSADOS PELOS MOTORISTAS AOS PASSAGEIROS

A responsabilidade imputada ao sujeito causador do dano pode variar de acordo com o diploma legal a ser aplicado. Pela legislação civil, há em regra a imputação da responsabilidade subjetiva, qual seja aquela baseada na culpabilidade do agente. Na legislação consumerista, há a aplicação da responsabilidade objetiva ao fornecedor, independente da culpa, em decorrência do princípio da reparação integral do dano e da vulnerabilidade do consumidor. Já a legislação específica que disciplina sobre o uso da internet no Brasil dispõe sobre a responsabilização subjetiva do provedor de internet diante da inércia após notificação judicial (MIRAGEM, 2018).

Nesse contexto de formas de responsabilização e diante da ausência de legislação específica a ser aplicada as relações advindas dos modelos de econômica compartilhada, passaremos a analisar sobre a possibilidade ou não de responsabilização da Uber por danos causados pelos motoristas aos passageiros diante da prestação de serviço de transporte acordada por meio do aplicativo com base na Lei do Marco Civil da Internet, Código de Defesa de Consumidor e demais princípios e direitos norteadores das relações de consumo.

Serão analisados desde casos envolvendo a divulgação de ofensa aos passageiros no sistema de atribuição de notas e comentários permitidos no aplicativo Uber, que funciona como parâmetro de avaliação dos parceiros, a casos envolvendo danos materiais em decorrência, por exemplo, do furto de bagagem, contexto em que também será analisado sobre a incolumidade a ser assegurada nos serviços de transportes, além de ainda danos físicos decorrentes de agressões e respectivos danos morais. Em paralelo a análise de casos envolvendo a própria Uber, serão analisados, mediante aplicação por analogia, alguns casos de modo a identificar a responsabilização ou não da Uber por danos incorridos pelos motoristas aos passageiros.

4.1 A responsabilidade da Uber como provedora de aplicação de serviço de internet

A Lei do Marco Civil da Internet no Brasil (BRASIL, 2014) determina em seu art. 3º, inciso IV, que o uso da internet no Brasil deve atender a diversos princípios, dentre eles ao princípio da responsabilização dos agentes de acordo com as suas atividades. Mas, a Lei não foi muito abrangente quanto à responsabilidade de provedores de internet, disciplinando apenas sobre a responsabilização destes em decorrência de conteúdo gerado por terceiros, distinguindo por meio dessa regra a responsabilidade dos provedores de conexão e dos provedores de aplicações de internet.

A Uber, conforme já exposto, é definida como um provedor de aplicações de internet e se identifica como uma empresa que disponibiliza à população um aplicativo que pode ser acessado por qualquer pessoa para fins de prestação e aquisição de serviço de transporte (UBER, 2015), alegando não prestar efetivamente o serviço de transporte, motivo pelo qual deixa expresso na cláusula que trata sobre Serviços no Termo de Adesão que impõe aos seus parceiros, sejam eles motoristas ou passageiros, o que se segue:

A UBER NÃO SERÁ RESPONSÁVEL POR DANOS INDIRETOS, INCIDENTAIS, ESPECIAIS, PUNITIVOS OU EMERGENTES, INCLUSIVE LUCROS CESSANTES, PERDA DE DADOS, DANOS MORAIS OU PATRIMONIAIS RELACIONADOS, ASSOCIADOS OU DECORRENTES DE QUALQUER USO DOS SERVIÇOS AINDA QUE A UBER TENHA SIDO ALERTADA PARA A POSSIBILIDADE DESSES DANOS. A UBER NÃO SERÁ RESPONSÁVEL POR NENHUM DANO, OBRIGAÇÃO OU PREJUÍZO DECORRENTE DO: (i) SEU USO DOS SERVIÇOS OU SUA INCAPACIDADE DE ACESSAR OU USAR OS SERVIÇOS; OU (ii) QUALQUER OPERAÇÃO OU RELACIONAMENTO ENTRE VOCÊ E QUALQUER PRESTADOR TERCEIRO, AINDA QUE A UBER TENHA SIDO ALERTADA PARA A POSSIBILIDADE DESSES DANOS. A UBER NÃO SERÁ RESPONSÁVEL POR ATRASOS OU FALHAS DECORRENTES DE CAUSAS FORA DO CONTROLE RAZOÁVEL DA UBER E, TAMPONCO, PELA QUALIDADE E INTEGRIDADE DOS BENS DISPONIBILIZADOS POR PRESTADORES TERCEIROS... (UBER, 2017).

Assim, por entender que não realiza o efetivo serviço de transporte, a Uber declara não ser responsável por quaisquer infortúnios decorrentes da aquisição do serviço de transporte por meio de seu aplicativo, deixando a responsabilização por quaisquer danos aos seus parceiros, sejam eles motoristas ou passageiros.

Porém, como provedora de aplicação de internet, a Uber pode ser responsabilizada com base na lei 12.965/2014 (BRASIL, 2014) que define em seus artigos 18 e 19, respectivamente, sobre a responsabilidade dos provedores de conexão e aplicação por danos causados por ato de terceiros.

Para os provedores de conexão, a referida lei estabeleceu no art. 18 (BRASIL, 2014) que o provedor de conexão de internet não será responsabilizado civilmente por danos causados por conteúdos gerados por terceiros. Assim, ao considerar que o provedor de conexão tem por função apenas possibilitar o acesso à rede, não controlando o conteúdo disponibilizado, o legislador dispôs que não responderá pelo conteúdo divulgado por terceiros, mas apenas por atos próprios (MIRAGEM, 2018).

No entanto, por meio do art. 19 (BRASIL, 2014), o legislador descreveu que, com o objetivo de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicação de internet somente será responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdos gerados por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar providências apontadas como necessárias, como tornar indisponível conteúdo apontado como ofensor. Desta forma, enquadrada como uma provedora de aplicação de internet, caso fosse responsabilizada com base na Lei do Marco Civil da Internet, a Uber só responderia por ato de terceiro se, após notificação judicial, não cumprisse com a retirada do conteúdo ofensivo publicado por terceiro da internet, respondendo solidariamente com o terceiro causador da ofensa (SOUSA; LEMOS; BOTTINO, 2017).

Entretanto, conforme já ressaltado, a referida Lei trouxe uma visão muito restritiva quanto a responsabilização dos provedores de internet ao normatizá-la apenas em relação a atos realizadas por terceiros, assim como em relação à divulgação, por intermédio do provedor de conexão ou de aplicação, de conteúdo indevido ou danoso a outrem, tratando-se de danos relacionados a direitos relacionados à qualidade da pessoa (MARTINS, 2016), fato que deixa a par desta normatização demais conflitos oriundos das relações desenvolvidas no âmbito virtual, inclusive aqueles ensejadores de danos materiais e físicos.

Assim, em relação ao provedor de aplicação de internet, a Lei do Marco Civil da Internet estabelece que a responsabilidade civil do mesmo será subjetiva,

derivando do não cumprimento de ordem judicial que determinou a remoção de certo conteúdo. Ao escolher por este regime, o legislador teve a intenção de colocar o poder judiciário como instância legítima para definir o que é ou não um conteúdo ilícito, não devendo a responsabilidade do provedor surgir a partir de uma comunicação privada. O legislador ainda tenta por intermédio desta norma estabelecer, mesmo que implicitamente, um espaço onde é possível cultivar as liberdades de expressão e de informação, ao mesmo tempo em que garante a vítima os meios para identificar seu ofensor e retirar o material ofensivo do meio virtual (SOUSA; LEMOS; BOTTINO, 2017).

Ademais, a escolha por esse regime subjetivo de responsabilidade foi motivada pelo fato de que a responsabilidade objetiva iria incentivar o monitoramento privado pelos provedores e a exclusão de conteúdos considerados por eles próprios como controvertidos, o que significaria uma indevida restrição à liberdade de expressão (SOUSA; LEMOS; BOTTINO, 2017). O que poderia ainda criar certa barreira para a inovação tecnológica, científica, cultural e social, além de obrigar o provedor a realizar um controle prévio de tudo aquilo que fosse postado, instigando, por consequência, o aumento do custo do serviço (MIRAGEM, 2009).

Mas, tratando-se de um dano causado por meio de um provedor de aplicação de internet, que nada tenha a ver com a divulgação de conteúdo ofensivo ou impróprio, e podendo ensejar desde um dano ligado a personalidade da pessoa até a um dano material e físico, como o caso da Uber, seria possível a aplicação por analogia da responsabilização subjetiva por ato de terceiro do provedor prevista na Lei do Marco Civil da Internet?

Pela leitura da referida lei, subentende-se como terceiro aquele que não é o provedor de aplicações de internet, que o utiliza com meio para determinada finalidade (SOUSA; LEMOS; BOTTINO, 2017). Assim, ao disciplinar especificamente em relação aos atos cometidos por terceiros por intermédio ou no âmbito dos provedores de internet, a Lei do Marco Civil da Internet tem por objetivo resguardar estes provedores do óbice ao crescimento que a responsabilização pode implicar a eles.

No REsp 1.641.155-SP (BRASIL, 2017), cuja decisão foi proferida pela Ministra Relatora Nancy Andrigi em 13 de junho de 2017, foi julgado o caso de uma

ação de fazer contra o *Facebook* para remoção de conteúdo indevido e dar indenização à vítima, a qual alegava que o provedor tinha por obrigação realizar o controle prévio do conteúdo divulgado na internet por seu intermédio. A decisão proferida destacou que é entendimento consolidado do STJ que os provedores de aplicações de internet semelhantes ao *Facebook* não possuem como atividade intrínseca a fiscalização prévia dos conteúdos divulgados na rede, destacando em sua decisão a ementa do AgRg no REsp 1.402.104/RJ (BRASIL, 2014) (Quarta Turma, julgado em 27/05/2014, DJe 18/06/2014), que afirma:

1. Este Tribunal Superior, por seus precedentes, já se manifestou no sentido de que: I) o dano moral decorrente de mensagens com conteúdo ofensivo inseridas no site por usuário não constitui risco inerente à atividade desenvolvida pelo provedor da internet, porquanto não se lhe é exigido que proceda a controle prévio de conteúdo disponibilizado por usuários, pelo que não se lhe aplica a responsabilidade objetiva, prevista no art. 927, parágrafo único, do CC/2002; II) a fiscalização prévia dos conteúdos postados não é atividade intrínseca ao serviço prestado pelo provedor no Orkut.

No mais, a ministra relatora afirma que não existe no ordenamento jurídico qualquer dispositivo legal que obrigue o provedor a realizar um monitoramento do conteúdo divulgado por terceiros por seu intermédio, decidindo, assim, por negar o pedido de indenização, embora tenha provido o pedido quanto a ação de fazer baseada na retirada pelo provedor de conteúdo ofensivo publicado por terceiro.

Observa-se que, nesta decisão, o ato de terceiro por intermédio do provedor, mesmo que enseje dano à personalidade da pessoa, não provoca a responsabilização do provedor, caso no qual, considerando que um motorista da Uber no âmbito de utilização da plataforma cometa ofensas na avaliação da pessoa, a Uber, na qualidade de provedor do aplicativo, somente poderia ser responsabilizada com base na Lei do Marco Civil da Internet se, após acionada judicialmente para promover a retirada do conteúdo ofensivo do perfil do passageiro, não o realizar, respondendo solidariamente junto ao efetivo causador do dano.

Ocorre, no entanto, que a Uber é um provedor que realiza sim um controle prévio da operação de prestação e aquisição de serviços, monitorando desde o percurso transcorrido ao pagamento. Assim, quanto ao controle prévio realizado ou não pelo provedor de aplicação, é importante ressaltar que este detalhe ensejou o surgimento de entendimento jurisprudencial no sentido de a

responsabilização do provedor depender de sua existência, visto que, diante do ato de terceiro que divulga material inoportuno na rede e não havendo esse controle, a responsabilização somente ocorreria se, após notificação judicial, o provedor nada fizesse, caso em que responderia solidariamente pelo dano junto ao terceiro. Mas, havendo esse controle, o provedor se torna responsável pelo material publicado independente de notificação, conforme decisão proferida pelo Ministro Relator Ricardo Villas Boas Cueva, no Recurso Especial nº 1.568.935, RJ, STJ, em 5 de abril de 2016, caso em que era discutido sobre a indenização cumulada por danos morais e materiais com obrigação de fazer decorrentes da disponibilização em rede social de material considerado ofensivo à honra do autor (BRASIL, 2016), tendo como principal argumento o trecho transscrito abaixo:

A respeito dos provedores de conteúdo em geral, firmou-se na jurisprudência desta corte o entendimento de que sua responsabilidade depende da existência ou não do controle editorial do material disponibilizado na rede. Não havendo esse controle, a responsabilização somente é devida se, após notificação para retirada, não o fizer. Se houver controle, o provedor de conteúdo torna-se responsável pelo que for publicado independente de notificação (BRASIL, 2016).

Embora a Uber realize o controle prévio da operação, cabe ressaltar novamente que a Lei do Marco Civil da Internet disciplinou apenas em relação à responsabilização, por ato de terceiro, de conteúdo divulgado na rede. Nesse contexto, caso a ofensa realizada pelo motorista cadastrado no aplicativo tenha sido realizada de forma eletrônica por meio de comentário no perfil do passageiro, colocando este em situação vexatória perante outras pessoas cadastradas no aplicativo e atrapalhando o mesmo na aquisição do serviço, entende-se que seria cabível a responsabilização da Uber independente de notificação conforme entendimento adotado pelos tribunais. Porém, tratando-se de ofensa realizada verbalmente pelo motorista ao passageiro, não caberia sequer a responsabilização da Uber por este ato de terceiro por fugir da sua alçada da Lei do Marco Civil da Internet e por não se tratar de conteúdo a ser retirado da internet.

Até então analisamos apenas o caso em questão em relação a danos ligados a qualidade da pessoa, mas, se no contexto de utilização do Uber, o motorista agride fisicamente o passageiro ou furte ou roube algum objeto do

passageiro, a Uber poderia ser responsabilizada com base na Lei do Marco Civil da Internet? Não, pois, conforme exposto, a Lei do Marco Civil da Internet normatizou apenas a responsabilidade dos aplicativos em relação a atos de terceiros relacionados à divulgação no ambiente virtual de conteúdo ofensivo.

Mas, como Uber desempenha não apenas a intermediação, mas também realiza atividades com o objetivo de garantir a qualidade e procedência por meio da pontuação atribuída aos seus denominados parceiros, monitorando o percurso a fim de garantir o pagamento realizado e recebendo uma remuneração em percentual sobre o valor do negócio, justifica-se a responsabilização da Uber diante dos danos causados pelos motoristas aos passageiros no âmbito da prestação do serviço por ela intermediado (MARTINS, 2014). Portanto, conforme Bruno Miragem (2018, p.678 e 679) descreve, ao determinar regras apenas em relação a responsabilização por ato de terceiros, a Lei do Marco Civil da Internet acabou por determinar dois regimes de responsabilidades:

Com a vigência da Lei 12.965/2014 passa-se a identificar dois regimes de responsabilidades distintos. Primeiro, aquele decorrente de danos decorrentes de conteúdo tornado disponível pelo próprio provedor, elaborado por profissionais e/ou pessoas a ele vinculados, portanto, responsabilidade por fato próprio. E outro regime de responsabilidade, a que define a obrigação do provedor a indenizar consequências da divulgação do conteúdo produzidos por terceiros e propagados por seu intermédio. No primeiro caso, sendo a atividade do provedor de conteúdo profissional e visando o desenvolvimento da atividade econômica no mercado de consumo, confirma-se a incidência do CDC e seu regime de responsabilidade pelo fato do serviço (artigo 14). Tratando-se de atividade típica de imprensa por intermédio da internet, e de produção de conteúdos próprios pelo provedor que as divulga, o regime de responsabilidade parece ser o do Código Civil.

Resume-se, assim, o regime de responsabilização definido na Lei do Marco Civil da Internet (BRASIL, 2014) em dois, visto que segrega a forma de responsabilização do provedor de internet, seja ele conexão ou aplicação, por atos próprios e atos de terceiros. Este é um caso em que se responderá por ato de terceiros, conforme aplicação dos artigos 18 e 19 da referida Lei, e por atos próprios com base no regime de responsabilização do CDC, em se tratando de atividade econômica voltada ao mercado de consumo, e com base no CC, em se tratando de atividade típica de imprensa por meio da internet, visto a produção do conteúdo pelo próprio provedor que as divulga. Conforme as palavras transcritas acima,

consideram-se como atos próprios - além daqueles prestados diretamente pelos provedores de internet - aqueles prestados por pessoas ou profissionais a ele ligados.

Assim, na qualidade de provedora de aplicativo conforme preceitua o art. 5^a, inciso VII da Lei 12.965/2014 (BRASIL, 2014) que desempenha o papel de intermediadora na relação contratual da aquisição e prestação de serviço voltado ao mercado do consumidor, a Uber - ao disponibilizar aos seus parceiros e pessoas a ela ligadas um meio virtual para que negoçiem sobre o serviço de transporte e ainda realizar controle prévio de toda a operação da prestação do serviço - deverá ser responsabilizada por ato de terceiro e por ato próprio com base nos critérios de responsabilização objetiva definidos no CDC, sendo assim passível de responsabilização por ato praticado pelo motorista ao passageiro.

Tal entendimento pode ser visto na decisão proferida no processo nº 0703824-13.2017.8.07.0016 (BRASIL, 2017) julgado pela primeira turma recursal dos juizados especiais do Distrito Federal em 31 de agosto de 2017 no qual o Relator Juiz Fabricio Fontoura Bezerra negou a indenização por danos morais pedida pela autora contra a Uber por alegar que seus dados cadastrais no aplicativo foram alterados sem sua solicitação, o que lhe causou transtornos pela possibilidade de utilização indevida dos dados de seu cartão de crédito cadastrado no aplicativo. Em sua defesa, a Uber alegou ter respondido prontamente a autora da ação realizando o bloqueio do seu cadastro em medida de segurança conforme informado e ainda afirmou que, por atuar como provedora de aplicação de internet, não poderia responder objetivamente pelos fatos alegados pela autora, contexto em que o relator disse que não haveria que se falar em aplicação do art. 19 da Lei do Marco Civil da Internet, pois no presente caso não se discute a responsabilização do provedor de aplicação de internet por conteúdo gerado por terceiros, afirmando se tratar de uma relação consumerista a qual deveria ser aplicado o CDC em decorrência da configuração da autora como consumidora e da Uber como fornecedora.

Assim, diante da lacuna existente na Lei do Marco Civil da Internet em relação a responsabilização dos provedores de aplicação de internet, como a Uber, para demais casos que não sejam danos decorrentes de atos de terceiros pela divulgação de conteúdo danoso na internet e conforme verificado a aplicação da

responsabilidade aplicada as relações consumeristas, será analisada em seguida a possibilidade de responsabilização da Uber por dano causado pelo motorista ao passageiro.

4.2 A responsabilidade da Uber como fornecedora de serviço conforme CDC

Para fins de aplicação da responsabilização prevista no CDC, não se deve considerar o caráter subjetivo para determinar a responsabilização pelo dano, visto que não é necessário avaliar a culpa do agente. De forma que, havendo ou não a intenção de lesar, deve-se considerar apenas o prejuízo, pois toda pessoa que exerce alguma atividade cria um risco de danos para terceiros, devendo ser obrigada a repará-lo ainda que o tenha realizado sem culpa, devido à chamada teoria do risco (ALMEIDA, 2018).

O regime de responsabilização do CDC em decorrência da prestação de serviço aborda dois pontos principais: os defeitos e os vícios na prestação de serviços que ensejam na reparação do dano. Nesse contexto, define o CDC em seu artigo art. 14 (BRASIL, 1990) a responsabilidade como objetiva pela reparação dos danos causados em decorrência de defeitos na prestação de serviços ao determinar que o fornecedor de serviço deva responder pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos na prestação do serviço, bem como pelas informações inadequadas ou insuficientes sobre sua fruição e riscos. Logo, com base no art. 20, do CDC (BRASIL, 1990), é estabelecida a responsabilidade por víncio na prestação do serviço ao discorrer que o fornecedor responde pelos vícios de qualidade que tornarem o serviço impróprio ao consumo ou lhe diminuam o valor e ainda por aqueles decorrentes de equívocos nas ofertas ou mensagens publicitárias. Sendo assim, é importante destacar ainda que, conforme §2º do art. 20, CDC (BRASIL, 1990), são impróprios os serviços que se mostrem inadequados ante as finalidades dele esperada, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade.

É possível observar que tanto em relação aos defeitos na prestação do serviço quanto aos vícios são mencionados a inadequação destes ante a finalidade esperada pelo consumidor, seja em relação a segurança, seja em relação a sua qualidade. Assim, na prestação do serviço de transporte por intermédio da Uber, poderá ocorrer a responsabilidade do fornecedor de forma objetiva, ou seja, independente de aferimento da culpa tanto por fatores ligados a segurança do passageiro quanto em relação a fatores sobre a qualidade do serviço prestado.

Avaliando o caso em concreto, é importante ressaltar que a empresa Uber se declara, por meio do Termo de Adesão, cujo aceite é imposto aos seus parceiros no momento de cadastro no aplicativo, como não responsável por quaisquer danos que venham a ser incorridos aos seus parceiros, visto que apenas disponibiliza um aplicativo para realização da contratação e prestação do serviço de transporte (UBER, 2018), motivo pelo qual entende que não deveria ser responsabilizada por quaisquer danos incorridos pelos motoristas aos passageiros. Porém, é sabido que normas estabelecidas em contratos de adesão são nulas de pleno direito quando transferem a responsabilidade a terceiros ou impossibilitam a responsabilidade do fornecedor, conforme disposto no art. 51, incisos I e III do CDC (BRASIL, 1990). Este é um caso em que, apesar da expressa declaração, pode a Uber ser responsabilizada diante da ocorrência de danos aos passageiros (BRASIL, 1990) por ser considerada como fornecedora nesta relação consumerista, assim como o motorista que prestou efetivamente o serviço, visto que é um conceito de fornecedor expresso no CDC.

Em decisão recente proferida pelo juiz Arnoldo Assis Ribeiro Junior da 5^a Unidade Jurisdicional Minas Gerais, no processo nº: 9046489.37.2017.813.0024, em 16 de janeiro de 2018 (BRASIL, 2018), a Uber foi condenada a indenizar um passageiro que teve sua mochila furtada dentro do carro que o transportava. Em defesa, a Uber alegou não ser prestadora de serviço de transporte, mas sim de tecnologia, não possuindo, portanto, responsabilidade pelo ocorrido. Porém, tal argumento foi rebatido, visto que o juiz alegou a participação da Uber na cadeia de fornecedores da relação, justificando sua decisão ainda com a vulnerabilidade do consumidor diante do aparato tecnológico da Uber que deveria ter vigiado o translado percorrido zelando pela segurança do passageiro e de sua bagagem

assumindo o risco do negócio ao não o realizar. Conforme trecho abaixo, temos que o juiz fundamentou sua decisão alegando também que:

O artigo 734 do Código Civil prevê a denominada Cláusula de Incolumidade ao dispor sobre a obrigação de garantia ou de resultado, pela Teoria do Risco, que assim preceitua: O transportador responde pelos danos causados às pessoas transportadas e suas bagagens, salvo motivo de força maior, sendo nula qualquer cláusula excludente de responsabilidade.
(...)

Além disso, diante da vulnerabilidade do consumidor, bem como de sua natural hipossuficiência probatória, em contrapartida ao grande aparato técnico que possui a empresa de tecnologia, viabilizadora de transporte, tenho que caberia a este zelar pela segurança o passageiro e suas bagagens.

Esse é um contexto em que, apesar de se identificar meramente como uma empresa de tecnologia, a Uber é intermediadora de um serviço de transporte que possui como cláusula intrínseca o dever de resultado, qual seja o transporte até o destino acordado de pessoa ou material ao qual, analogicamente, responde pelos danos causados, exceto motivos de força maior, sendo nulas quaisquer cláusulas excludentes de responsabilidade.

Assim, resta evidenciada a responsabilidade da Uber diante das ocorrências que lesionem tanto o passageiro quanto o material transportado, podendo se tratar de defeito do produto por ser relacionado à sua segurança, como no presente caso de extravio de bagagem, quanto no vínculo do serviço relacionado à sua qualidade quando não conclui a entrega do bem ou da pessoa no local acordado, como no caso da decisão proferida pelo Juiz Manoel Aureliano Ferreira Neto do 8º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís no processo nº 0801635-32.2016.8.10.0013, em agosto de 2016 (BRASIL, 2016), no qual condenou a Uber a uma indenização de doze mil reais em decorrência de vínculo na prestação do serviço oriundo de erro no caminho seguido pelo motorista da Uber que fez a autora da ação chegar atrasada ao aeroporto e perder o voo.

No mais, conforme já destacado em capítulo anterior, há um diálogo entre o Código Civil e Código de Defesa do Consumidor na tratativa dada aos serviços de transportes, sendo aplicada aquela mais benéfica e protetiva ao consumidor. Esse é um caso em que é necessário apontar que o CDC dispõe de excludentes de responsabilidade segregadas de acordo com o objeto da relação consumerista, ou seja, em relação ao produto e ao serviço. Quanto às hipóteses de exclusão de

responsabilidade na prestação de serviço, temos no art. 14, §3º, do CDC (BRASIL, 1990) essa possibilidade diante da comprovação pelo fornecedor de que, tendo prestado o serviço, o defeito não exista ou quando provar culpa exclusiva de consumidor ou de terceiro.

A comprovação de inexistência de defeito não pode se basear em mera argumentação lógica que busque comprovar o quanto é improvável a existência de determinado defeito, devendo sempre ser comprovada, o que é geralmente realizado por meio de perícia (MIRAGEM, 2018), conforme exposto na decisão do REsp. 1.095.271/RS em 7 de fevereiro de 2013, na qual o Ministro Relator Luis Felipe Salomão, do STJ (BRASIL, 2013), julgou improcedente o pedido de indenização interposto por pessoa que sofrera acidente de carro, tendo sofrido lesões, em decorrência da não abertura do sistema de *airbags* do veículo. Tal decisão se motivou devido à comprovação de que a colisão do veículo não foi frontal, caso em que, conforme manual do veículo, não haveria de fato a abertura do sistema de *airbags*. Assim, embora o fornecedor tenha colocado o produto no mercado, o defeito inexistiu caracterizando, deste modo, hipótese de exclusão da responsabilidade do mesmo.

Em relação à hipótese de exclusão de responsabilidade do fornecedor mediante comprovação de culpa do consumidor ou de terceiros, deve-se mencionar que a mesma também precisa ser demonstrada comprovadamente pelo fornecedor. No caso de culpa imputada a terceiro, além de ter afastada a responsabilidade do fornecedor mediante comprovação do vínculo do terceiro com o dano, este deverá ser reconhecido como legítimo para ser demandado da ação indenizatória da vítima (MIRAGEM, 2018).

A posição de terceiro é, no entanto, somente admitida a todo aquele que, não participando da cadeia de fornecimento, dá causa ao dano, independentemente da conduta fornecedor. Assim, se o dano decorrer da conduta de um terceiro integrante da cadeia de fornecimento e vinculado ao fornecedor direto imediatamente por contrato ou ainda de forma mediata, associando-se a outro parceiro de forma a viabilizar o negócio do fornecedor direto, não há que se cogitar nesta hipótese o afastamento da responsabilidade (MIRAGEM, 2018), caso em que a Uber não pode alegar como excludente de culpabilidade a culpa do parceiro, pois

o mesmo está vinculado diretamente a ela na prestação do referido serviço de transporte.

Nesse contexto, a Uber poderá ser responsabilizada mesmo diante da existência de danos, sejam eles morais, matérias ou físicos, não causados por ela própria, mas incorridos por ato do motorista ao passageiro? Sim, sendo possível observar que, como nos casos citados, a Uber fora condenada à indenização relacionadas à falta de segurança e qualidade do serviço prestado por intermédio do aplicativo, tendo como causa exclusiva a ação do motorista. No primeiro caso por não atentar na segurança do bem transportado, e no segundo por não ter executado o serviço em tempo hábil para que o passageiro conseguisse embarcar no seu voo. É preciso, portanto, ponderar até que ponto e com relação a quais danos a Uber deve ser responsabilizada.

Nesse contexto, é importante observar que, conforme art. 7º, parágrafo único do CDC (BRASIL, 1990), é estabelecido que, “tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo”, de forma que fica estabelecida a responsabilidade solidária caso seja identificada a existência de mais de um autor responsável pela ofensa, que no presente caso pode ser incorrido tanto a Uber quanto ao motorista, ambos na condição de fornecedores. Tal norma tem por objetivo a efetividade da proteção do interesse do consumidor, superando a relação determinada pelo vínculo do consumidor pelo fornecedor direto e imputando uma presunção absoluta de culpa a todos os fornecedores da cadeia (MIRAGEM, 2018).

Faz-se necessário avaliar sobre a possibilidade de demanda direta contra o motorista no âmbito de utilização do serviço de transporte por intermédio da Uber, visto a responsabilidade objetiva e solidária de ambos, não apenas da Uber.

Houve uma decisão proferida no REsp 827.833/MG, em 24 de abril de 2012, pelo ministro relator Raul Araújo (BRASIL, 2012) no caso de um pedido de indenização em decorrência de um conserto realizado por oficina indicada pela seguradora. Ajuizada contra a seguradora, a referida decisão deferiu o pedido de indenização material e indeferiu o pedido de indenização por danos morais, justificando sua decisão procedente quanto ao pedido de indenização material com base na transcrição abaixo:

1. A seguradora de seguro de responsabilidade civil, na condição de fornecedora, responde solidariamente perante o consumidor pelos danos materiais decorrentes de defeitos na prestação dos serviços por parte da oficina que credenciou ou indicou, pois, ao fazer tal indicação ao segurado, estende sua responsabilidade também aos consertos realizados pela credenciada, nos termos dos arts. 7º, parágrafo único, 14, 25, 1º, e 34 do Código de Defesa do Consumidor.
2. São plenamente aplicáveis as normas de proteção e defesa do consumidor, na medida em que se trata de relação de consumo, em decorrência tanto de disposição legal (CDC, art. 3º, 2º) como da natureza da relação estabelecida, de nítida assimetria contratual, entre o segurado, na condição de destinatário final do serviço securitário, e a seguradora, na qualidade de fornecedora desse serviço.
3. O ato de credenciamento ou de indicação de oficinas como aptas a proporcionar ao segurado um serviço adequado no conserto do objeto segurado sinistrado não é uma simples gentileza ou comodidade proporcionada pela seguradora ao segurado. Esse credenciamento ou indicação se faz após um prévio acerto entre a seguradora e a oficina, em que certamente ajustam essas sociedades empresárias vantagens recíprocas, tais como captação de mais clientela pela oficina e concessão por esta de descontos nos preços dos serviços de reparos cobrados das seguradoras. Passa, então, a existir entre a seguradora e a oficina credenciada ou indicada uma relação institucional, de trato duradouro, baseada em ajuste vantajoso para ambas. (...)

Conforme exposto, a decisão proferida se baseou na responsabilidade objetiva, independente da culpa, e na solidariedade presente na cadeia de fornecimento para deferir o pedido de indenização material face o defeito na prestação do serviço, pois, embora a relação consumerista tenha sido firmada entre a autora da ação e a seguradora, a oficina que ensejou o dano no consumidor fora indicada pela seguradora no âmbito da prestação de serviço desta para com o consumidor, além de a relação entre a oficina e a seguradora ser baseada em ganhos financeiros para as duas, reforçando a presença das duas na cadeia de fornecimento. É um caso em que é possível visualizar nitidamente a relação entre os três sujeitos no âmbito da prestação e aquisição do serviço - os dois fornecedores e o consumidor -, podendo, assim, o consumidor ter ação contra a empresa que realizou o serviço de conserto no veículo por ter sido a responsável direta pelo dano.

Aplicando por analogia a presente decisão ao caso do dano incorrido pelo motorista ao passageiro no âmbito de aquisição do serviço por intermédio da Uber, é possível visualizar que, embora o fornecedor direto seja o motorista, a Uber, também fornecedora, responde ao dano incorrido objetiva e solidariamente, assim como o motorista. A exemplo da decisão citada acima, a Uber possui um ganho financeiro com a operação à medida que ganha um percentual sobre cada corrida realizada

pelo motorista, sendo perfeitamente possível a demanda ser ajuizada contra o motorista.

Porém, a responsabilidade objetiva e solidária atribuída à Uber no presente caso residiria no ponto de que, por ela ser considerada dentre os sujeitos da cadeia de fornecimento como aquele mais forte economicamente, a faz atrair para si a maioria das demandas de responsabilização de cunho indenizatório, pois é muito mais provável que ela disponha de maior liquidez para indenizar que o motorista, mesmo sendo este o ofensor de fato.

Nesse caso, é necessário ressaltar que, se o demandado não for o culpado pela ocorrência do dano, poderá ingressar com competente ação de regresso contra o coobrigado, mediante demonstração da culpa, ou solicitar rateio da quantia desembolsada dentre os demais coobrigados, conforme dispõem os artigos 285 e 283 do Código Civil (BRASIL, 2002). Essas são pretensões que em nada afetarão o direito à reparação conferido ao consumidor com base no CDC (MIRAGEM, 2018).

No mais, é importante destacar a decisão proferida no AREsp 511283 PR 2014/0103353-1 em 5 de dezembro de 2014 pelo Ministro Luis Felipe Salomão, STJ (BRASIL, 2014), na qual decidiu por manter a indenização por dano material a ser paga pela empresa Pb Lopes e Cia Ltda em decorrência da intermediação da venda de um veículo e prestação de serviço de revisão do veículo, que observou o autor ser usado apesar de conter características de um novo. Em sua defesa, a empresa Pb Lopes e Cia Ltda alegou que realizou a intermediação por mera deliberação, não havendo sido provado o interesse comum na venda e execução da prestação do serviço de revisão, não cabendo, portanto, ser responsável solidário. Porém, a decisão foi mantida em decorrência da comprovação mediante testemunhas que a venda apenas ocorreu devido à confiança demonstrada pelos funcionários da empresa quanto a garantia e confiabilidade do negócio, respondendo, assim, solidariamente pelo dano causado ao consumidor junto a empresa que vendeu o veículo e a empresa que realizou a revisão do mesmo.

Nota-se, neste caso, que foi a confiança gerada no consumidor pela empresa Pb Lopes e Cia Ltda quanto a garantia que fez com que o consumidor concretizasse o negócio, tornando a empresa em questão responsável

solidariamente. O mesmo pode ocorrer em relação a Uber por demonstrar a confiança nos serviços realizados por seu aplicativo, ou seja, intermediados por ela, o que a torna responsável solidariamente por defeitos e vícios na prestação do serviço.

Assim, mesmo considerando o direito de regresso, é preciso ponderar quanto a responsabilização solidária da Uber diante do ato praticado pelo motorista ao passageiro, pois, analisando que o caso objeto do presente estudo utiliza um ambiente virtual o qual é fornecido pela Uber, sendo esta provedora de aplicação de internet para a prestação e aquisição do serviço, seria justo ela ser responsabilizada por um dano causado diretamente pelo motorista ao passageiro? É importante ressaltar que a existência de demandas excessivas em um dos fornecedores da cadeia, como no caso da Uber, devido ao seu poder econômico, pode influenciar de maneira bastante negativa o desenvolvimento de novas tecnologias voltadas ao compartilhamento, tendo em vista o aumento dos custos oriundo dessas ações.

Tornando-se inegável, pois, a possibilidade de responsabilidade objetiva e solidária da Uber na prestação de serviço de transporte, considerando o seu direito de regresso, seria justo ponderar se a mesma deveria ou não responder objetivamente e solidariamente por todos e quaisquer danos oriundos da prestação de serviço negociada por meio do seu aplicativo.

Um caso que merece ser avaliado diante da especificidade do dano causado ao passageiro é o que ocorreu no município de Brasília, no Estado do Distrito Federal, em julho de 2017, quando dois passageiros foram agredidos com um taco de beisebol por um motorista de Uber. A agressão ocorreu em decorrência de uma discussão originada por uma reclamação do motorista do tempo de espera demandado pelos passageiros que o fez perder corrida mais vantajosa economicamente (TJDFT, 2018). Assim, em decorrência da discussão, um dos passageiros foi golpeado na cabeça sofrendo traumatismo craniano grave, sendo posteriormente internado no hospital, e o outro, apesar de também ter sido atingido, conseguiu escapar. Ocorre que, diante das agressões sofridas, o motorista foi denunciado ao Ministério Público por tentativa de homicídio indo a júri popular pela prática do crime, pois, conforme constatado, ele já respondia por duas tentativas de

homicídio quadruplamente qualificado no município de Luziânia Estado do Goiás (GLOBO, 2018).

Não obstante ao grave dano físico sofrido pelas vítimas, há que se falar ainda no abalo moral decorrente da agressão no âmbito de utilização do aplicativo, o que permitira aos passageiros ingressarem com ação de indenização por danos físicos e morais contra a Uber ou ao motorista, quem tinham qualidade de fornecedores na prestação do serviço, e por meio de sua condição de consumidores do serviço prestado por meio de sua intermediação.

Assim, partindo para uma análise mais detalhada e considerando a alegação do motorista de ter perdido corrida mais vantajosa em decorrência da espera do passageiro, assevera-se que a Uber atribui aos motoristas a possibilidade de cancelar a corrida, sem prejudicar a avaliação do motorista, após a demora de tempo superior a cinco minutos do comparecimento do passageiro ao veículo (UBER, 2018), o que por si só não justifica a alegação proferida pelo motorista, demonstrando o suporte dado pela Uber ao motorista em casos especiais. Ademais, conforme noticiado, o motorista respondia por outras tentativas de homicídio, porém não havia sido julgado ainda; assim, supõem-se que provavelmente aguardava em liberdade o julgamento. Mesmo que diante da análise da declaração de antecedentes criminais solicitados pela Uber por ocorrência do cadastro do motorista no aplicativo, tal fato não poderia ter sido verificado, pois somente constaria no atestado após trânsito em julgado da decisão condenatória, conforme art. 20, parágrafo único do Código de Processo Penal (BRASIL, 1941).

Entretanto, considerando a ocorrência do dano diante de uma relação consumerista e a responsabilidade objetiva e solidária da Uber como fornecedora e detentora de maior poderio econômico e ainda com base na confiabilidade que demonstra ter no mercado de consumo, a Uber pode ser responsabilizada pelos danos incorridos aos passageiros apesar de estes terem sido oriundos de ação exclusiva do motorista.

Assim, ante a vulnerabilidade do consumidor e a Uber como aquela que organiza o site ou aplicativo de internet, as decisões judiciais emitidas em sede de conflitos que envolvam consumo no ambiente da internet veem afirmando que a Uber terá a responsabilidade a ser definida conforme o caso em decorrência da

avaliação do nível de intervenção que tenha sobre o negócio (MARTINS, 2016). Além disso, leva-se em consideração também o aferimento de renda pela intermediação do negócio e a existência ou não de mecanismos capazes de favorecer ou desfavorecer os anunciantes influenciando consequentemente os consumidores no momento da escolha do aplicativo a ser utilizado (MIRAGEM; ZANATTA, 2016).

Assim, conforme artigo publicado na Revista do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor - IDEC - (2016) denominado “O jogo da Adequação”, o pesquisador Rafael Zanatta informa que é inegável a aplicação do direito do consumidor com base no art. 3º do CDC, visto que as plataformas como a Uber ainda “organizam a informação, possuem algoritmos sofisticados e possuem sistemas integrados de pagamentos por serviços de terceiros” de modo a enunciar que possuem controle de toda cadeia da operação, afirmando que, “se o site ou aplicativo gerencia todas as informações sobre o serviço, e aufera lucro com a intermediação em si, ele tem clara responsabilidade por eventuais prejuízos” incorridos ao consumidor (BRASIL, 1990). No mesmo sentido descreve Bruno Miragem também na reportagem publicada pelo IDEC (2016) ao afirmar que, quando o site atua como guardião das informações, isso reforça suas obrigações, pois, além de intermediar o negócio, ele organiza o sistema e os serviços que são colocados à disposição, casos em que sua responsabilidade é plena.

Neste contexto, apesar da possibilidade da ocorrência de danos causados diretamente pelo motorista ao passageiro, a Uber como intermediadora e detentora de todo controle operacional deve ser responsabilizada pelos atos dos motoristas que causem danos aos passageiros de modo a garantir os preceitos fundamentais constitucionais que são a proteção ao consumidor e o direito a reparação dos danos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo monográfico tratou de abordar acerca da possibilidade de responsabilização da Uber em decorrência de danos causados pelos motoristas aos passageiros no âmbito de utilização do aplicativo.

Em decorrência de ser uma relação advinda de um novo modelo econômico denominado economia compartilhada que vem se desenvolvendo nos últimos anos, o caso em questão não possui normatização específica, sendo aplicado a este por analogia as normas do direito referente à Lei do Marco Civil da Internet, bem como o Código de Defesa do Consumidor, por se tratar de legislação bem abrangente quanto ao conceito de consumidor como sendo aquele sujeito vulnerável diante de fornecedores e práticas existentes no mercado de consumo.

Conforme restou caracterizado, a Uber se enquadra tanto no conceito de provedor de aplicação de internet determinado pela Lei do Marco Civil da Internet quanto ao conceito de fornecedora conforme demonstrado na legislação consumerista. Porém, por se tratar de uma nova forma de consumo, tentou-se compilar as normas já existentes no ordenamento e analisar casos análogos para, então, estudar qual seria a forma de responsabilização da Uber perante tais danos que não foram incorridos por ela própria.

Observou-se que a Lei do Marco Civil da Internet se mostrou insuficiente para regular o caso em questão, visto que apenas tratou sobre a responsabilidade do provedor de aplicações de internet quanto a atos praticados por terceiros e ainda no âmbito da divulgação de material ofensivo a outrem no meio virtual. Embora a lei em si não tenha disposto de mecanismos para tratar o presente caso, a doutrina e a jurisprudência vieram se desenvolvendo no sentido de atribuir à Uber a responsabilidade de prover aplicações que disponham de todo o controle operacional e tecnológico da operação a sua responsabilidade com base no Código de Defesa do Consumidor, já que a Uber coloca à disposição no mercado de consumo um aplicativo para negociação a cerca do serviço de transporte.

Restando clara a aplicação do Código de Defesa do Consumidor às relações advindas da utilização do Uber, o presente estudo buscou, com base na responsabilidade objetiva e solidária definida por esta legislação e demais princípios

norteadores do direito, questionar se a Uber na qualidade de um dos fornecedores da cadeia, que apenas intermedia o negócio, deveria ser responsabilizada por quaisquer atos, em específicos por atos praticados pelos motoristas aos passageiros, inclusive aqueles que afetem o passageiro na esfera moral e física.

Nesse contexto, considerando a vulnerabilidade do consumidor e ainda o seu direito à reparação integral do dano sofrido, não poderia ser diferente das demais relações existentes no mundo “real”, mesmo no contexto de utilização de um aplicativo que, em caso de atos praticados pelos motoristas, a Uber não pudesse ser diretamente responsabilizada com base neste diploma legal. Assim, restou delimitada a responsabilidade da Uber de forma objetiva e solidária aos demais fornecedores da cadeia, sendo, portanto, responsável por danos incorridos pelos motoristas aos passageiros no âmbito de utilização do serviço de transporte, o que lhe garante o direito de regresso contra quem comprovar ser responsável.

REFERÊNCIAS

ALGAR, Ray. **Collaborative consumption. Consumer Buying power.** Leisure Report. 2007. Disponível em: <http://www.oxygen-consulting.co.uk/insights/collaborative-consumption/> Acesso em 05 mar 2018.

ALMEIDA, Fabricio Bolzan. **Direito do consumidor esquematizado.** 6 ed. São Paulo: Editora Saraiva Educação. 2018.

ANDRIGHI, Fátima Nancy. **A tutela jurídica do consumidor e o respeito à dignidade da pessoa humana.** In: MIRANDA, Jorge; MARQUES DA SILVA, Marco Antônio (coord.) *Tratado Luso-Brasileiro da dignidade humana*. São Paulo: Quartier Latin, 2008.

ARAUJO, Marcelo Barreto de. **Comercio eletrônico. Marco Civil da Internet. Direito digital.** Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comercio de Bens, Serviços e Turismo. 2017.

BEJAMIN, Antônio Herman de V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor.** 3.ed.rev. Atual. E ampl. São Paulo: RT, 2010.

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

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil.** Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitucionaocompilado.htm> Acesso em: 03 abr. 2018.

_____. **Ato das Disposições Constitucionais Transitórias – ADCT.** Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitucionaocompilado.htm> Acesso em: 03 abr. 2018.

_____. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. **Código Civil Brasileiro.** Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406compilada.htm> Acesso em 10. abr. 2018.

_____. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor.** Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm> Acesso em: 03 abr. 2018.

_____. Supremo Tribunal de Justiça. **AgRg no REsp nº 687239/RJ** – Relatora: Ministra Nancy Andrighi, 3^a Turma. Brasília, DF, 06 de abril de 2006. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7162109/agravo-regimental-no-recurso-especial-agrg-no-resp-687239-rj-2004-0084577-7-stj/relatorio-e-voto-12887278>> Acesso em: 10 abr. 2018.

_____. Supremo Tribunal de Justiça. **REsp nº 566.468/RJ** – Relator: Ministro Jorge Scartezzini, 23 nov. 2004. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7236599/recurso-especial-resp-566468-rj-2003-0132555-7?ref=juris-tabs>> Acesso em: 10 abr. 2018.

_____. Superior Tribunal de Justiça. **Sumula nº 37**. São cumuláveis as indenizações por dano material e moral oriundos do mesmo fato. Disponível em: <<http://www.stj.jus.br/docs/internet/VerbetesSTJ.asc.txt>> Acesso em: 10 abr. 2018.

_____. Lei nº 12.965/2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. **Marco Civil da Internet**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em 10 mar 2018.

_____. Lei nº 13.640/2018. **Altera a Lei nº 12.587, de 3 de janeiro de 2012, para regulamentar o transporte remunerado privado individual de passageiros**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/lei/L13640.htm>. Acesso em 10 mar 2018.

_____. Lei nº 12.587/2012. **Institui as diretrizes da Política Nacional de Mobilidade Urbana**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2011-2014/2012/Lei/L12587.htm> Acesso em 10 mar 2018.

_____. Decreto-lei nº 3.689, de 3 de outubro de 1941. **Código de Processo Penal**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del3689Compilado.htm>. Acesso em 10 mar. 2018.

_____. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial 1.316.921**. RJ. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. 26 de jun. 2012. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22026857/recurso-especial-resp-1316921-rj-2011-0307909-6-stj?ref=juris-tabs>> Acesso em 04. Mai. 2018.

_____, 2016. **Recurso Especial nº 1.568.935 –RJ. STJ**. Ministro Relator: Ricardo Villas Boas Cueva. 5 abr. 2016 Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/339756511/recurso-especial-resp-1568935-rj-2015-0101137-0/inteiro-teor-339756522?ref=juris-tabs>> Acesso em: 10. mai .2018.

_____. **Recurso Especial nº 1.641.155 – SP.STJ**. Ministra Relatora: Nancy Andrighi. 13 jun. 2017. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/dl/resp-1641155.pdf>> Acesso em: 10. mai .2018.

_____ . **Recurso Especial nº 1.402.104 – RJ. STJ.** Ministro Relator Raul Araújo. 27 mai. 2014. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/25131579/agravo-regimental-no-recurso-especial-agrg-no-resp-1402104-rj-2012-0154715-6-stj/inteiro-teor-25131580?ref=juris-tabs>> Acesso em: 10. mai .2018.

_____ . **Processo nº 0703824-13.2017.8.07.0016 TJDF.** Relator Juiz Fabricio Fontoura Bezerra. 31 de ago. 2017. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/diarios/documentos/491629860/andamento-do-processo-n-0738944-5420168070016-24-08-2017-do-tjdf>> Acesso em: 11.mai 2018.

_____ . **Processo nº 9046489.37.2017.813.0024 . TJMG.** 16 Jan. 2018. Relator Juiz Arnoldo Assis Ribeiro Junior. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/arquivos/2018/1/art20180122-15.pdf>> Acesso em: 11. Mai. 2018

_____ . **Processo nº 0801635-32.2016.8.10.0013. TJMA.** Relator Juiz Manoel Aureliano Ferreira Neto. Ago. 2016. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/dl/uber-condenada-maranhao-porque.pdf>> Acesso em: 11. Mai. 2018

_____ . **Recurso Especial nº 827.833 – MG. STJ.** Ministro Relator Raul Araújo. 24 abr. 2012. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/21668567/recurso-especial-resp-827833-mg-2006-0054744-3-stj/inteiro-teor-21668568?ref=juris-tabs>> Acesso em: 10. mai .2018.

_____ . **AREsp 511283 PR 2014/0103353-1. STJ.** Ministro Luis Felipe Salomão. 5 dez. 2014. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/155559877/agravo-em-recurso-especial-aresp-511283-pr-2014-0103353-1>> Acesso em: 12. mai .2018.

_____ . **REsp 1095271 - RS. STJ.** Ministro Luis Felipe Salomão. 7 fev. 2013. Disponível em: <<http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/toc.jsp?livre=%28%22LUIS+FELIPE+SALOM%C3O%22%29.min.&processo=1095271&&b=ACOR&thesaurus=JURIDICO&p=tue>> Acesso em: 12. mai .2018.

GANSKY, Lisa. **Mesh - Porque o Futuro dos Negócios é Compartilhar.** Rio de Janeiro: Alta Books: 2011.

GLOBO. Motorista do Uber que atacou passageiro com taco de beisebol vai a júri popular no DF. 24 abr. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/motorista-do-uber-que-atacou-passageiro-com-taco-de-beisebol-vai-a-juri-popular-no-df.ghtml>> Acesso em: 11. Mai. 2018.

MRAGEM, Bruno. ZANATTA Rafael. IDEC, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Artigo. **O jogo da Adequação.** Edição 205. 2016. Disponível em: <https://www.idec.org.br/uploads/revistas_materias/pdfs/16_capa.pdf>. Mar 2018.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor:** o novo regime das relações contratuais. 6 ed. São Paulo. Editora Revista dos Tribunais, 2011.

_____. **Manual de Direito do consumidor.** Revistas dos Tribunais, 5 ed. 2013.

MARTINS, Guilherme Magalhaes. **Contratos eletrônicos de consumo.** 3 ed. Revista Atual e Ampl. Atlas. São Paulo. 2016.

_____. **Responsabilidade Civil por acidente de consumo na internet.** Editora Revista dos Tribunais. 2014.

MENDES, Francisco Schertel; CEROY, Frederico Meinberg. **Economia Compartilhada e a política nacional de mobilidade urbana: uma proposta de marco legal.** Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/publicacoes/estudos-legislativos/tipos-de-estudos/textos-para-discussao/td185>> Acesso em 05 mar 2018.

MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Claudia Lima. Garantias do Consumo. **Economia do compartilhamento deve respeitar os direitos do consumidor.** CONJUR. Consultor Jurídico. 2015. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2015-dez-23/garantias-consumo-economia-compartilhamento-respeitar-direitos-consumidor>> . Acesso em 02 mar 2018.

MIRAGEM, Bruno, **Curso de direito do consumidor.** 7 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2018.

_____. **Curso de direito do consumidor.** 5 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2014.

_____. **Responsabilidade por danos na sociedade de informação e proteção do consumidor:** desafios atuais da regulação jurídica na internet. Revista Direito do Consumidor. V.18. nº 70.abr/jun. 2009.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de defesa do consumidor:** o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais: interpretação sistemática do direito. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

NUNES, Rizzato. **Curso de direito do consumidor.** 12 ed. São Paulo: Editora Saraiva Educação. 2018.

PINHEIRO, Patrícia Peck. **Direito Digital.** 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

PWC. PRICEWATERHOUSECOOPERS. **The Sharing Economy – consumer intelligence series.** [S.L.]: 2015. Disponível em: <<https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumerintelligence-series-the-sharing-economy.pdf>> Acesso em 03 mar 2018.

SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. **Princípio da Reparação Integral: indenização no Código Civil.** São Paulo: Saraiva, 2010.

SEBRAE. **Economia Compartilhada.** Oportunidade para pequenos negócios. Cuiabá- MT: 2017. Disponivel em: <<http://sustentabilidade.sebrae.com.br/Sustentabilidade/Para%20sua%20empresa/Publica%C3%A7%C3%B5es/Economia-Compartilhada.pdf>> Acesso em: 15 mai 2018.

SOUSA, Carlos Afonso; LEMOS, Reinaldo; BOTTINO, Celina. **Marco Civil da Internet.** Jurisprudência comentada. Editora Revista dos Tribunais. 2017.

STOCO, Rui. **Tratado de responsabilidade civil:** doutrina e jurisprudência. 6 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

STONE, Brad. **As Upstars: como a Uber, o Airbnb e as Killer companies do novo Vale do Silício estão mudando o mundo.** Tradução: Berílio Vargas. 1 ed. Rio de Janeiro: Intrínseca. 2017.

TARTUCE, Flavio; AMORIM, Daniel Assumpção Neves. **Manual de direito do consumidor.** Direito material e processual. 3 ed. Rio de Janeiro: Editora Forense. São Paulo: Método. 2014.

TEXEIRA, Gustavo; MAGALHÃES, João. **Projeto Startup: da ideia ao primeiro milhão: manual do jovem empreendedor.** 1º ed. Rio de Janeiro: Best Seller. 2018.

TJDFT. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Motorista de uber que agrediu passageiro com taco de beisebol será julgado pelo júri popular.** 24 de Abr. 2018. Disponível em: <<https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/noticias/2018/abril/motorista-de-uber-que-agrediu-passageiro-com-taco-de-beisebol-sera-julgado-pelo-juri-popular>> Acesso em: 15 mai 2018.

UBER. Uber do Brasil Tecnologia LTDA. **Fatos e Dados sobre a Uber.** 12 abr. 2018. Disponível em:< <https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/fatos-e-dados-sobre-uber/>> Acesso em 4 mai 2018.

_____.Uber do Brasil Tecnologia LTDA. **Como funciona a verificacao de segurança na Uber.** 12 abr. 2018. Disponível em:<<https://www.uber.com/pt-BR/blog/como-funciona-a-verificacao-de-seguranca-na-uber/>> Acesso em 4 mai 2018.

_____. Uber do Brasil Tecnologia LTDA. **Termos e Condições.** 2017. Disponível em: <https://www.uber.com/pt-BR/legal/terms/br/> Acesso em 20 mar 2018.

_____. Uber do Brasil Tecnologia LTDA. **Mas afinal o que é a Uber e como posso usar?** Belo Horizonte. 2015. Disponível em: <https://www.uber.com/pt-BR/blog/belo-horizonte/mas-afinal-o-que-e-uber-e-como-eu-posso-usar/> Acesso em 20 mar 2018.