

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO PAULO - SP

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

MARIANA RIBEIRO SANTIAGO

SINARA LACERDA ANDRADE CALOCHE

CLAUDIA MARCIA COSTA

JAQUELINE DE PAULA LEITE ZANETONI

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydée Dal Farra Naspolini - FMU - São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRIO - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Ednilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

Educação Jurídica

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - MS

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Comissão Especial

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo[Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Mariana Ribeiro Santiago, Sinara Lacerda Andrade Caloche, Claudia Marcia Costa, Jaqueline de Paula Leite Zanetoni – Florianópolis: CONPEDI, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-307-7

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Os Caminhos Da Internacionalização E O Futuro Do Direito

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito e globalização. 3. Responsabilidade nas relações de consumo. XXXII Congresso Nacional do CONPEDI São Paulo - SP (4: 2025: Florianópolis, Brasil).

CDU: 34

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO PAULO - SP

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

É com grande prazer que introduzimos a leitura desta obra coletiva, composta por artigos criteriosamente selecionados para apresentação e debates no Grupo de Trabalho intitulado “DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I”, durante o XXXII Congresso Nacional do CONPEDI, ocorrido entre 26 a 28 de novembro de 2025, na cidade de São Paulo, sobre o tema “Os caminhos da internacionalização e o futuro do Direito”.

Os trabalhos apresentados evidenciam notável rigor técnico e elevada qualidade acadêmica, reunindo pesquisadores e pesquisadoras de diversas instituições do país. Com isso, reafirma-se o compromisso que o CONPEDI mantém com a seriedade da pesquisa em Direito no Brasil, aspecto fundamental para a manutenção da excelência acadêmica.

É nesse contexto que indicamos a lista completa dos trabalhos expostos, na ordem de apresentação:

- 1) Overbooking e insegurança jurídica: entre a eficiência econômico-operacional e a proteção dos direitos do passageiro no transporte aéreo brasileiro, dos autores Juliana Daher Delfino Tesolin, Kelly Karynne Costa Amorim, Victória Galvão de Vasconcelos. O artigo analisou a insegurança jurídica envolvendo a prática do overbooking no transporte aéreo brasileiro, à luz dos princípios da regularidade normativa, da responsabilidade civil-consumerista e da eficiência econômico-operacional.
- 2) A influência da IA nas relações digitais de consumo, dos autores Maurício Testoni, Marcelo Fonseca Santos. O estudo investigou a influência da IA nas interações de consumo, destacando a personalização das ofertas, os desafios éticos e as implicações sociais dessa tecnologia.
- 3) Criptomoedas e democracia financeira: ampliando o acesso ao sistema financeiro brasileiro e global, dos autores Ana Claudia Maccari, Carlos Renato Cunha. O artigo examinou o papel das criptomoedas na democratização financeira global e no Brasil, com destaque para o Drex, moeda digital desenvolvida pelo Banco Central.

- 4) Mercado de informação, sociedade de consumo e direito transnacional: um recorte do episódio “Natal” da série “Black Mirror” à luz do desenvolvimento (in)sustentável do mercado de dados, do autor Bruno Silva dos Santos. O artigo tratou de problemas atuais e futuros envolvendo a violação do direito individual à privacidade e à intimidade frente à evolução tecnológica e à mercantilização de dados pessoais de cada indivíduo no mercado de informação.
- 5) Cidadania digital e envelhecimento: a tutela coletiva como instrumento de superação da hipervulnerabilidade digital da pessoa idosa dos autores Rubia Spirandelli Rodrigues, Vinicius Gustavo Michelan. O artigo analisou os desafios jurídicos enfrentados pela população idosa no Brasil frente à digitalização compulsória de serviços essenciais, destacando vulnerabilidades como exclusão digital sistemática, discriminação algorítmica e violência patrimonial eletrônica.
- 6) Responsabilidade civil nas apostas de quota-fixa: aplicação processual e avanços da jurisprudência, dos autores Rubia Spirandelli Rodrigues, João Otávio Montanhani Peres. O artigo estudou a incidência da Responsabilidade Civil, com o foco no mercado de Apostas de quota-fixa no Brasil, identificando quando e como o apostador deve ser indenizado mediante as falhas nas prestações de serviços.
- 7) Imigração brasileira na Espanha em 2025: tensões jurídicas e políticas frente ao avanço de movimentos anti-imigração dos autores Nathália Vitória dos Santos de Lima, Leilane Serratine Grubba. O artigo analisou os impactos jurídicos, sociais e políticos da imigração brasileira para a Espanha no ano de 2025, com ênfase na relação entre a legislação migratória em vigor e os discursos públicos de exclusão.
- 8) A economia solidária como alternativa para o enfrentamento da obsolescência programada: por um consumo e meio ambiente sustentáveis dos autores Mariana Ribeiro Santiago, Ana Clara da Silva Ortega, Maria Lucia Anselmo De Freitas Rego. O presente artigo investigou como a economia solidaria e seus fundamentos podem contribuir para mitigar os impactos dessa prática visando à promoção de um consumo e meio ambiente sustentáveis.
- 9) Abusividades no período da Black Friday brasileira: um olhar em prol do consumidor, dos autores José de Alencar Pereira Junior, Jose Moises Ribeiro. A pesquisa analisou as práticas abusivas, no período da Black Friday, no Brasil, discutindo as questões dos preços manipulados e descontos inverídicos e o entendimento da jurisprudência sobre tais práticas.

- 10) Policontextualidade e direito do consumo transnacional: fragmentação normativa entre Estados e mercados globais, das autoras Jamile Gonçalves Calissi, Miriam da Costa Claudino, Aline Ouriques Freire Fernandes. O artigo investigou criticamente a fragmentação normativa no direito do consumo transnacional, a partir da teoria da policontextualidade de Gunther Teubner.
- 11) Crise do consumo, educação ambiental e riscos socioambientais: perspectivas do ecologismo político e da representação social, da autora Sabrina Cadó. O artigo abordou a crise do consumo e seus impactos socioambientais à luz do ecologismo político e da teoria da representação social.
- 12) Biopolítica, vulnerabilidade do consumidor e redução das desigualdades: o artigo 170 da CF/88 face à exclusão digital no acesso a bens e serviços, dos autores Beatriz Cristina Simoes Pessoa , Thayla de Souza , Ricardo Pinha Alonso. O artigo investigou a exclusão digital como um dos grandes desafios da sociedade contemporânea, na medida em que transcende a simples falta de acesso à internet e se manifesta também na ausência de dispositivos adequados, de capacitação para o uso das tecnologias e de proteção jurídica contra práticas abusivas.
- 13) A função social/solidária da empresa e os limites da responsabilidade nas plataformas de consumo colaborativo à luz do CDC: uma análise dos termos de serviço do AIRBNB, dos autores Nicole Kaoane Tavares Judice , Liciane André Francisco da Silva. A pesquisa analisou que as cláusulas limitativas de responsabilidade nos termos de serviço do Airbnb, comprometem a função social/solidária e a responsabilidade social da empresa sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor.
- 14) Desafios do consumidor idoso na era digital, dos autores Jeanne Carla Rodrigues Ambar, Claudia Marcia Costa. O artigo propôs que a Era Digital transformou as relações sociais, econômicas e de consumo, tornando a informação um recurso central e colocando os indivíduos diante de novas oportunidades e desafios, especialmente aos consumidores idosos.
- 15) Obsolescência programada e biopoder: a empresa como agente de controle na sociedade de consumo dos autores Beatriz Cristina Simoes Pessoa, Tainá Ramos dos Santos, Ricardo Pinha Alonso. Este artigo analisou a obsolescência programada como uma estratégia empresarial que reduz intencionalmente a vida útil dos produtos na chamada sociedade de consumo.

16) Perspectivas jurídicas sobre a precificação rosa no Brasil: prática abusiva e discriminatória ou liberdade de iniciativa e concorrência? dos autores Daniel Izaque Lopes, Paula Nadynne Vasconcelos Freitas, Sinara Lacerda Andrade Caloche. O artigo analisou o fenômeno da “Taxa Rosa”, investigando as implicações jurídicas, econômicas e sociais dessa prática nas relações de consumo brasileiras.

17) A publicidade nas apostas online e a proteção ao consumidor brasileiro, dos autores Geyson José Gonçalves da Silva , Daiane Sandra Tramontini. O artigo analisou a adequação do marco regulatório da publicidade de apostas online ("bets") no Brasil para a proteção do consumidor, com foco no combate ao jogo patológico (ludopatia), na prevenção de apostas por menores de idade e no superendividamento.

18) A inteligência artificial na sociedade de consumo e digital e a interface com o direito do consumidor, dos autores Iaudio Jose Franzolin , Rafaela Fiori Franzolin , Maria Eduarda Alessi Ismarsi. A pesquisa analisou o meio ambiente digital que corresponde como ecossistemas de dados e de tecnologia cada vez mais equipados com tecnologias disruptivas, conforme elas são manejadas pelos fornecedores para disponibilizarem produtos e serviços aos consumidores.

Como coordenadoras, nosso trabalho foi reunir essa variedade de textos e conduzir um evento marcado pelo proveitoso diálogo acadêmico e multiplicidade de visões. Espera-se que a presente publicação possa contribuir para o aprofundamento das temáticas abordadas e seus valores agregados.

Resta um agradecimento aos autores e às autoras pelas exposições, debates e publicações de suas pesquisas.

Reiteram-se os cumprimentos ao CONPEDI pela organização do evento.

Boa leitura!

Prof. Dra. Mariana Ribeiro Santiago – Unimar

Prof. Dra. Claudia Marcia Costa – Mackenzie

Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade Caloche – UEMG

Prof. Dra. Jaqueline de Paula Leite Zanetoni – USP

A FUNÇÃO SOCIAL/SOLIDÁRA DA EMPRESA E OS LIMITES DA RESPONSABILIDADE NAS PLATAFORMAS DE CONSUMO COLABORATIVO À LUZ DO CDC: UMA ANÁLISE DOS TERMOS DE SERVIÇO DO AIRBNB

SOCIAL/SOLIDARY FUNCTION OF CORPORATIONS AND THE LIMITS OF LIABILITY IN COLLABORATIVE CONSUMPTION PLATFORMS UNDER THE CDC: AN ANALYSIS OF AIRBNB'S TERMS OF SERVICE

Nicole Kaoane Tavares Judice ¹
Liciane André Francisco da Silva ²

Resumo

Esta pesquisa analisa a hipótese de que as cláusulas limitativas de responsabilidade nos termos de serviço do Airbnb, qual seja uma plataforma de consumo colaborativo, comprometem a função social/solidária e a responsabilidade social da empresa sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor. Em face da reconfiguração das relações contratuais promovida por plataformas digitais, que desafiam os paradigmas de responsabilidade e proteção ao consumidor, o trabalho busca avaliar a compatibilidade de tais cláusulas com os deveres que recaem sobre as empresas. O método dialético, a metodologia qualitativa e exploratória, o referencial bibliográfico e documental, bem como a natureza aplicada, são adotados para investigar os fundamentos da função social/solidária da empresa, compreender o modelo de negócios do Airbnb e, por fim, analisar as cláusulas de limitação de responsabilidade. O artigo se estrutura em três partes: a primeira investiga os fundamentos da função social/solidária da empresa em nível constitucional e infraconstitucional; a segunda explora o consumo colaborativo e o modelo do Airbnb; e a terceira confronta as cláusulas dos termos de serviço com os princípios jurídicos e normas discutidas. A análise conclui que a alegação de neutralidade do Airbnb, ao limitar sua responsabilidade, distancia-se de um modelo de negócio dotado de forte função social/solidária, por transferir integralmente os riscos aos usuários, devendo as aludidas cláusulas serem consideradas nulas por abusividade, à luz da legislação consumerista.

Palavras-chave: Airbnb, Consumo colaborativo, Contratos por adesão, Função social e função solidária, Responsabilidade do fornecedor

Abstract/Resumen/Résumé

This research analyzes the hypothesis that the liability-limiting clauses in Airbnb's terms of use compromise the company's social/solidary function and social responsibility within the

¹ Mestranda em Direito em Direito Privado pelo Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade de Marília (PPGD UNIMAR).

² Doutoranda e Mestra em Direito Privado pelo Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade de Marília (PPGD UNIMAR).

context of collaborative consumption. Faced with the reconfiguration of contractual relationships promoted by digital platforms, which challenge the paradigms of civil liability and consumer protection, this work seeks to evaluate the compatibility of such clauses duties incumbent upon companies. The dialectical method, together with a qualitative and exploratory approach, a bibliographic and documentary framework, and an applied nature, are adopted to investigate the foundations of the social/solidary function of corporations, understanding the Airbnb business model, and finally, analyzing the liability-limiting clauses. The article is structured in three parts: the first investigates the constitutional and infraconstitutional foundations of the corporate social/solidary function; the second explores collaborative consumption and the Airbnb model; and the third confronts the clauses of the terms of service with the legal principles and norms discussed. The analysis concludes that Airbnb's claim of neutrality, by limiting its liability, distances itself from a business model endowed with a strong social/solidary function, by fully transferring the risks to its users, the aforementioned clauses being considered null on account of it's abusive character, pursuant to consumer protection legislation.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Adhesion contracts, Airbnb, Collaborative consumption, Social function and solidary function, Supplier's liability

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o avanço das plataformas digitais transformou, de maneira significativa, as relações de consumo, sobretudo com a ascensão do chamado consumo colaborativo, modelo que redefine a forma como bens e serviços são ofertados e utilizados, em observância às relações ancestrais pautadas na confiança.

Nesse contexto, iniciativas como o Airbnb, qual seja uma plataforma de intermediação de relações por colaboração, representam não apenas uma inovação tecnológica e de mercado, mas também um desafio jurídico, na medida em que, malgrado sua natureza essencialmente solidária, distorcem suas práticas e operam com contratos de adesão e termos de serviço que afastam sua responsabilização.

Com efeito, a aludida – e deliberada – assimetria suscita debates sobre a compatibilidade entre esses instrumentos contratuais e os princípios constitucionais e infraconstitucionais que regem a atividade empresarial, ao passo que a presente pesquisa parte da hipótese de que as cláusulas limitativas de responsabilidade previstas nos termos de serviço do Airbnb comprometem a função social/solidária da empresa e põe à prova a sua responsabilidade social no contexto do consumo colaborativo.

A relevância do estudo emerge, por sua vez, diante da reconfiguração das relações contratuais promovida por plataformas digitais que, mesmo ao operar sob a lógica da economia colaborativa, desafiam a proteção da outra parte, evidenciando a necessidade de harmonizar inovação tecnológica e tutela jurídica.

De tal sorte, o objetivo geral da presente pesquisa consiste em verificar se as cláusulas limitativas de responsabilidade constantes nos termos de serviço do Airbnb violam os princípios da função social/solidária da empresa no contexto do consumo colaborativo. Já como objetivos específicos, pretende-se: examinar os fundamentos jurídicos da função social/solidária da empresa; compreender a dinâmica do consumo colaborativo e o modelo de negócios do Airbnb; identificar e categorizar cláusulas exonerativas nos termos de serviço da plataforma; e avaliar a conformidade dessas disposições com os princípios jurídicos e normas de proteção do consumidor previamente delimitadas.

A organização do trabalho reflete a interdependência lógica entre tais objetivos. O primeiro capítulo apresenta os fundamentos constitucionais e infraconstitucionais da função social/solidária da empresa, destacando sua aplicação às relações contratuais. O segundo capítulo explora a dinâmica do consumo colaborativo e o modelo do Airbnb, evidenciando sua lógica operacional e eventuais contradições. O terceiro capítulo, por sua vez, examina as cláusulas limitativas de responsabilidade, confrontando-as com o princípio da função

social/solidária, a responsabilidade social corporativa e, ainda, os textos normativos elencados ao Código de Defesa do Consumidor.

Para tanto, utiliza-se do método dialético tridimensional, da abordagem qualitativa e exploratória e, ainda, do referencial bibliográfico e documental. Quanto à sua natureza, trata-se de uma pesquisa aplicada.

Por fim, a análise dos termos de serviço do Airbnb é conduzida a partir de parâmetros hermenêuticos orientados pela função social/solidária do contrato e da empresa, enquanto a revisão doutrinária fundamenta a crítica às cláusulas exonerativas, possibilitando não apenas o mapeamento das disposições potencialmente lesivas, mas também a proposição de interpretações alinhadas aos valores constitucionais que orientam a atividade empresarial no Brasil.

1 A FUNÇÃO SOCIAL/SOLIDÁRIA E SUA DIMENSÃO NAS RELAÇÕES CONTRATUAIS

A consagração da função social no ordenamento jurídico brasileiro é resultado de um processo histórico, que se iniciou com a incorporação do interesse social na Constituição de 1934, na qual se vislumbra, ainda que de forma incipiente, a limitação da propriedade privada em nome do interesse coletivo (Santiago; Fachini; Amorín, 2021, p. 6).

Por sua vez, a Constituição de 1946 elencou a expropriação como sanção específica nos casos em que haja o desrespeito ao aludido interesse social, e foi a partir da Constituição de 1967, que as legislações brasileiras passaram a utilizar expressamente o conceito de “função social” (Diniz; Santiago, 2023, p. 81).

O ideal de socialidade, com a consequente limitação da atividade privada, foi integrado, com ainda mais clareza, pela Constituição de 1988, especialmente nos artigos 1º, IV, 5º, XXIII, e 170, III (Brasil, 1988), que vinculam o exercício da propriedade e da livre iniciativa à função social, destacando a primazia de harmonização daqueles aos interesses dos demais membros da sociedade.

No âmbito infraconstitucional, o legislador enfatiza a socialidade em detrimento da perspectiva individualista ao dispor acerca dos preceitos da justiça social em se tratando de propriedade, ao artigo 1.228, § 1º do Código Civil e, igualmente, elucida a limitação da liberdade contratual, elencando ao artigo 421 do referido diploma normativo que esta será exercida dentro das balizas de funcionalização (Brasil, 2002).

Por sua vez, a função social da empresa, embora não expressamente referida em sede constitucional, impõe ao ente empresarial, por meio de uma interpretação sistemática, a

obrigação de, ao exercer sua atividade econômica, não apenas perseguir a maximização dos lucros, mas também considerar os impactos de sua atuação sobre a sociedade, o meio ambiente, o mercado e os direitos dos consumidores e trabalhadores.

Nessa toada, a Lei das Sociedades por Ações representa um marco de materialização expressa dessa função, notadamente no artigo 116, parágrafo único, e no artigo 154, na medida em que seus dispositivos exigem dos controladores e administradores empresariais não apenas a observância do interesse econômico da companhia, mas também o comprometimento com finalidades sociais amplas, voltadas à realização do bem comum (Brasil, 1976).

Trata-se, como destaca Frazão (2011, p. 101/102), de uma das primeiras tentativas de juridicamente definir a empresa não apenas como um instrumento de acumulação de capital, mas como uma organização voltada, também, à realização de interesses coletivos, inserida em uma lógica de utilidade social.

Assim, o embate inicial entre a perspectiva liberal e a inclinação em direção à tendência socializante surgiu por força da propriedade e se desdobrou permeando inúmeros institutos e relações jurídicas, às quais, hodiernamente, além de servir aos interesses do seu titular, devem também contribuir socialmente (Santiago; Campello, 2016, p. 128) e observar os compromissos éticos e jurídicos assumidos perante a coletividade (Santiago; Mirande; Ortega, 2021, p. 283).

Conforme observa Diniz (2021, p. 203), a função social do contrato rompe com a visão tradicional do negócio jurídico como instrumento puramente individual, submetendo-o à valorização da dignidade humana e à ordem pública. Ao relativizar o princípio da autonomia da vontade, especialmente em contextos de desigualdade substancial entre os contratantes, o ordenamento assegura que os efeitos dos contratos empresariais – os quais estruturam e operacionalizam grande parte da atividade empresarial – não contrariem o interesse social.

Para Branco (2006, p. 106),

A ‘cláusula geral’ da função social do contrato disciplina não só o contrato em si, mas a liberdade de contratar. A conotação é mais ampla do que a mera limitação da liberdade. A função social tem um “valor operativo”, constitutivo do próprio contrato, cujas consequências alcançam a interpretação dos contratos. Por igual, tem o papel de concretização dos preceitos contratuais particularmente consideradas, numa atividade de integração que atribui ao juiz um papel ativo na formação do direito.

Todavia, no contexto contemporâneo, a simples observância da função social se revela insuficiente para assegurar a proteção jurídica adequada, demandando uma ampliação voltada, para mais, à salvaguarda das futuras gerações. Nesse sentido, consolida-se a noção de uma

função solidária, em sintonia com a terceira dimensão dos direitos fundamentais (Silva; Santiago, 2023, p. 71).

A função solidária deriva do princípio da solidariedade, explicitado nos artigos 3º, inciso I, e 225, ambos da Constituição Federal (Brasil, 1988), o qual orienta as ações individuais em benefício do coletivo, em observância, inclusive, do desenvolvimento das gerações vindouras (Souza; Oliveira, 2016, p. 173).

Ao tratar da solidariedade entre gerações, a Constituição Federal estabelece um propósito a orientar permanentemente as condutas e decisões. Trata-se, assim, de uma diretriz de caráter transformador, permeada por valores e concepções políticas, que confere inspiração e sentido ao Estado Constitucional em sua integralidade (Kölling; Massaú; Daros, 2016, p. 264).

Nessa perspectiva, a solidariedade se apresenta como elemento de transição entre o dever jurídico e a responsabilidade ética, funcionando como elo capaz de articular a dimensão normativa com as exigências sociais de um desenvolvimento sustentável e inclusivo. Ao integrar a função solidária ao discurso jurídico, o ordenamento amplia sua capacidade de responder às crises contemporâneas — ambientais, sociais e econômicas — que ultrapassam os limites imediatos das relações contratuais.

Isso posto, Aparecido Rocha e Santiago (2017, p. 129) ressaltam que a função social e a função solidária da empresa possuem naturezas distintas e não se confundem. A primeira decorre de obrigações impostas pela lei, enquanto a segunda resulta de condutas voluntárias, que extrapolam as exigências legais e se ampliam em prol das gerações futuras. Essa diferenciação, igualmente defendida por outros estudiosos, evidencia dois aspectos centrais para a análise: a origem da função exercida pela empresa e as consequências decorrentes de seu eventual descumprimento.

A partir dessa concepção, combinada com uma análise sistemática da solidariedade como fundamento constitucional, comprehende-se que a cláusula geral da função social do contrato atua como vetor normativo, não apenas impondo limites ao exercício da autonomia privada, mas integrando o próprio conteúdo obrigacional e o processo de formação contratual, enquanto a função solidária se apresenta como um objetivo, um ideal ou um norte a ser perseguido; uma expectativa de conduta, projetada a partir dos valores constitucionais que norteiam a atuação dos entes público e privado na sociedade contemporânea.

Em outras palavras, mais do que cumprir uma exigência mínima de não causar prejuízos à coletividade, as empresas são chamadas, também, a assumir postura ativa de cooperação e corresponsabilidade no enfrentamento de desafios sociais, ambientais e econômicos.

Assim, conforme a leitura proposta por Branco (2006, p. 106), o contrato deixa de ser uma realidade fechada e autossuficiente entre as partes, passando a ser um instrumento orientado por valores jurídicos coletivos, que impõem ao julgador um papel ativo na promoção do equilíbrio e da justiça nas relações contratuais. Essa perspectiva reforça a ideia de que os contratos empresariais não podem mais ser analisados apenas sob a ótica da vontade privada, mas devem ser interpretados à luz dos compromissos sociais assumidos pela empresa no exercício de sua atividade econômica.

Dessa forma, a função social/solidária do contrato deixa de operar como mera limitação externa à liberdade de contratar, assumindo um papel estruturante ético, moral e social no âmbito empresarial contemporâneo. Esse entendimento reforça a necessidade de que a atividade empresarial se submeta a finalidades que extrapolam os interesses estritamente patrimoniais, exigindo-se que esteja orientada por valores relevantes, o que impacta diretamente o modo como as empresas se posicionam no mercado (Rocha; Santiago, 2019, p. 24).

Nesse cenário, como pontuam Rocha e Santiago (2019, p. 23), embora a atividade econômica esteja fundada na livre iniciativa, o mercado de consumo não se configura como um domínio absoluto do empreendedor, mas como uma esfera de interesse coletivo, cuja existência e finalidade estão intrinsecamente ligadas à sociedade.

Ao firmar contratos com consumidores ou com outros agentes econômicos, a empresa assume obrigações que ultrapassam o interesse individual, de modo que a obtenção do lucro – embora legítima – não pode ser buscada de forma ilimitada, a ponto de comprometer o equilíbrio social e a integridade ética do próprio mercado. Assim, ao reconhecer que o risco do empreendimento deve ser assumido integralmente por quem decide explorá-lo, o ordenamento reafirma o compromisso da empresa – e de seus contratos – com os valores constitucionais que fundamentam a função social/solidária da atividade econômica.

Nesse contexto, ao se reconhecer que a função social e a função solidária projetam limites e expectativas à atividade empresarial contemporânea, impõe-se examinar como esses valores dialogam com os novos modelos de consumo, especialmente aqueles mediados por plataformas digitais.

2 CONSUMO COLABORATIVO E O MODELO DO AIRBNB

O presente capítulo tem o condão de promover reflexões sobre o consumo colaborativo, com ênfase no modelo intermediado pela plataforma-empresa Airbnb, e suas implicações sociais, jurídicas e econômicas.

Inicialmente, serão tratados aspectos do consumo por colaboração, destacando sua evolução histórica, seus princípios fundamentais e as transformações provocadas pelas tecnologias digitais na forma de consumir e se relacionar com bens e serviços. Busca-se esclarecer como esse modelo se diferencia do paradigma tradicional de consumo, enfatizando a lógica do acesso, em vez da posse, e o uso compartilhado de recursos.

Na sequência, passa-se à análise do modelo de negócios do Airbnb, que se tornou referência mundial na intermediação digital de hospedagem. O texto explora sua trajetória, o discurso de autenticidade e hospitalidade utilizado para legitimar sua atuação e os desafios decorrentes da intermediação de contratos e da sua inserção em um mercado altamente regulado.

Ulteriormente, serão abertas as discussões referentes às tensões entre a imagem de neutralidade propagada pela empresa e a sua efetiva configuração como plataforma multilateral, conduzindo-se a leitura ao capítulo final.

2.1 DEFINIÇÃO DO CONCEITO E PILARES DO CONSUMO COLABORATIVO

O ato de consumir é uma prática cotidiana, permeada por significados que ultrapassam a mera satisfação de necessidades biológicas. Conforme aponta Bauman (2007, p. 37), o consumo é uma atividade constante, que pode se manifestar tanto de forma festiva quanto rotineira, estando enraizado na própria condição de existência dos seres vivos.

Embora o consumo em si seja uma constante histórica e biológica, o papel que ele desempenha nas relações sociais e econômicas varia conforme o tempo e o espaço, revelando transformações significativas na forma como os indivíduos se posicionam diante dos bens, dos serviços e, sobretudo, diante do outro. Nesse sentido, o consumismo contemporâneo representa não apenas um padrão quantitativo de intensificação da aquisição de produtos, mas uma reorganização qualitativa da sociedade, em que identidades, vínculos sociais e expectativas passam a ser mediados pelas lógicas do mercado.

Bauman (2007, p. 38) destaca que, historicamente, as práticas relacionadas ao consumo – como produção, estocagem, distribuição e descarte – constituíram a base a partir da qual os modos de vida e os padrões de convivência foram moldados, impulsionados pela criatividade cultural. A separação progressiva entre produção e consumo inaugurou um espaço institucional autônomo entre essas duas esferas, permitindo o surgimento de estruturas normativas e organizacionais próprias para sua regulação, e a forma como esse espaço foi administrado ao longo do tempo revela a centralidade do consumo na constituição das instituições sociais.

Com a evolução da sociedade e o desenvolvimento das tecnologias digitais, tal como as plataformas online, o consumo passou a se desenvolver sob diversas configurações, tais como as marcadas por relações horizontais, uso compartilhado de recursos e interações entre pares. Surge, nesse contexto, o consumo colaborativo, modelo que se diferencia do paradigma tradicional ao deslocar o foco da posse para o acesso, e da relação unicamente bilateral para uma lógica de rede.

Também denominado economia compartilhada, o consumo colaborativo configura um modelo emergente de interação econômica baseado no compartilhamento, empréstimo, troca, aluguel ou doação de bens e serviços, e que ampliara suas proporções a partir do desenvolvimento tecnológico, através das redes sociais, plataformas digitais, entre outras.

Diferentemente da lógica tradicional de consumo, centrada na propriedade individual e na intermediação direta entre produtor e consumidor, esse modelo promove a reconfiguração das relações de mercado a partir do uso temporário e coletivo de recursos, muitas vezes subutilizados. A proposta de reduzir excessos, maximizar o uso de ativos e fomentar a cooperação interpessoal se vincula a ideais de sustentabilidade, inovação e inclusão econômica.

Precursoras da temática, Botsman e Rogers (2011, p. 64), apresentam os denominados princípios desse modelo econômico:

Quando você observa uma série de exemplos do consumo colaborativo, você vê que, na essência, eles compartilham quatro princípios básicos fundamentais – a massa crítica, a capacidade ociosa, a crença no bem comum e a confiança entre desconhecidos. Nenhum princípio é mais importante do que o outro. De fato, em alguns casos, determinado princípio é fundamental para fazer o sistema funcionar e em outros ele é menos importante.

Suscintamente, a massa crítica diz respeito à existência de uma variedade suficiente de bens ou serviços disponíveis para que os usuários se sintam motivados a participar, percebendo opções atrativas e adequadas às suas preferências. Já a capacidade ociosa se refere ao aproveitamento de bens subutilizados, isto é, em estado de ociosidade, como imóveis, veículos ou objetos que, embora estejam disponíveis, não são plenamente explorados em sua funcionalidade.

Já a crença no bem comum, traduz-se na convicção de que recursos compartilhados podem ser gerenciados coletivamente de forma eficiente e responsável, beneficiando tanto interesses individuais quanto coletivos, como exemplificado nas plataformas de hospedagem colaborativa. A confiança entre desconhecidos, por sua vez, faz-se essencial para que essas interações ocorram fora do círculo de relações pessoais tradicionais, sendo viabilizada por

mecanismos de reputação digital e avaliações recíprocas que conferem segurança nas trocas entre desconhecidos.

No entanto, observa-se que a operacionalização dessas interações em larga escala demanda estruturas mais complexas, frequentemente distantes dos valores fundacionais do consumo colaborativo.

Reinhold e Dolnicar (2018, p. 20), destacam sete características centrais da economia compartilhada contemporânea, as quais revelam um modelo fortemente apoiado na tecnologia e na mediação de plataformas. Entre elas, destacam-se: a dependência da plataforma como meio principal de troca; o aproveitamento de recursos subutilizados; as interações ponto a ponto entre agentes não institucionalizados; a governança colaborativa; a orientação por missão; o financiamento alternativo e; sobretudo, a dependência das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) como forma de escalar e monetizar essas relações.

Ainda que algumas dessas características guardem correspondência com os princípios delineados por Botsman — como o uso da capacidade ociosa e a importância da confiança nas relações —, a forma como são implementadas tende a refletir uma lógica mais empresarial e gerencial. Enfatizar a eficiência operacional, na escalabilidade e na criação de valor pela intermediação algorítmica indica uma inflexão em direção à racionalidade econômica, na qual o bem comum e o engajamento comunitário cedem espaço à rentabilidade da plataforma e ao controle estrutural das trocas.

Essa transição evidencia que, mesmo diante de novas formas de consumo baseadas no uso compartilhado, a lógica subjacente do mercado permanece ativa. A proposta de ruptura com o modelo tradicional de consumo — marcada pela desmaterialização da posse — não elimina a centralidade do desejo, mas apenas a reconfigura.

Na perspectiva de Bauman (2007, p. 63), a sedução do consumo moderno não reside na satisfação plena das necessidades, mas na promessa incessante de que o próximo uso, bem ou experiência poderá ser mais gratificante. Nesse contexto, o valor da novidade se sobressai ao da permanência (Bauman, 2007, p. 110); a posse perde importância, mas o impulso consumista é constantemente reavivado, agora mediado por plataformas que oferecem acesso temporário como nova promessa de satisfação.

Plataformas como o Airbnb, ao intermediar o uso temporário de bens subutilizados – como imóveis desocupados – entre particulares, exemplificam esse novo arranjo, no qual os usuários assumem duplo papel: ora como consumidores, ora como ofertantes. Essa dinâmica transforma não apenas os modos de consumo, mas também desafia os conceitos clássicos de

responsabilidade e função social da empresa, ao reposicionar a figura empresarial como facilitadora de relações jurídicas complexas e descentralizadas.

2.2 O MODELO DE NEGÓCIOS DO AIRBNB: INTERMEDIAÇÃO E NEUTRALIDADE

O modelo de negócios do Airbnb se apresenta ao público com forte apelo à autenticidade das experiências e à ideia de conexão entre pessoas, por meio da hospitalidade. A proposta da plataforma busca destacar sua origem modesta e seu alcance global, construindo uma narrativa de horizontalidade e aproximação cultural.

Como consta em sua própria apresentação institucional:

O Airbnb nasceu em 2007, quando dois anfitriões receberam três hóspedes em sua casa em São Francisco. Hoje, a plataforma conta com mais de 5 milhões de anfitriões que já receberam mais de 2 bilhões de hóspedes em quase todos os países do mundo. Todos os dias, os anfitriões oferecem acomodações, experiências e serviços únicos que possibilitam que os viajantes conheçam outras comunidades de uma forma mais autêntica (Airbnb, c2025, n.p.).

Essa autorrepresentação, centrada no discurso da autenticidade e da inovação social, tende a suavizar as responsabilidades inerentes à intermediação de contratos e à inserção empresarial em um mercado altamente regulado. Ao se posicionar como simples facilitadora de encontros entre pares, a empresa busca reforçar a percepção de neutralidade, ocultando, em alguma medida, os efeitos econômicos, jurídicos e sociais de sua atuação.

Estratégias de engajamento comunitário desempenharam papel fundamental na consolidação inicial da marca. Isso porque, ainda que o Airbnb tenha recebido atenção de grandes veículos da mídia tradicional, foi o engajamento viral dos primeiros usuários que permitiu a formação de uma massa crítica significativa — mais de 85 mil usuários em 115 países somente nos dois primeiros anos de operação (Botsman; Rogers, 2011, p. 167).

Os fundadores contam à autora que os usuários não apenas se hospedavam, mas criavam fóruns, organizavam encontros locais, sugeriam melhorias à plataforma e geravam conteúdos espontâneos, como o próprio slogan “Viaje como um ser humano”. Tal envolvimento foi interpretado pelos fundadores como sinal de pertencimento e lealdade genuína, traduzindo-se em um mecanismo de reforço social que fazia com que novos usuários aderissem à plataforma, influenciados por amigos ou familiares.

À medida que a empresa expandia sua atuação global, a composição dos anfitriões se tornou cada vez mais heterogênea, rompendo com a ideia de trocas entre iguais. Reinhold e Dolnicar (2018, p. 23) observam que os ofertantes na plataforma variam desde indivíduos que alugam um quarto extra em sua residência até hotéis de luxo ou empreendimentos imobiliários

inteiros construídos especificamente para locação temporária; há ainda casos de grandes corporações que anunciaram serviços na plataforma. Essa diversidade revela uma ampliação da função da plataforma e uma transformação em sua base de usuários, aproximando-a de um ecossistema comercial multilateral e fragilizando a imagem de neutralidade e igualdade entre pares.

Reinhold e Dolnicar (2018, p. 35) destacam que o Airbnb, assim como outras plataformas de hospedagem entre pares, opera sob a configuração de uma *multi-sided platform* (tradução livre: plataforma multifacetada), conectando diferentes agentes econômicos — como anfitriões, hóspedes e prestadores de serviços complementares — e reorganizando o mercado de hospitalidade de forma descentralizada e digital.

Contrastando a imagem institucional construída em torno da hospitalidade e da autenticidade das experiências, o modelo de negócios do Airbnb revela, portanto, uma estrutura sofisticada de intermediação digital. Além de atuar como ponte entre pares, a plataforma opera com base em uma configuração típica de mercados digitais contemporâneos.

Airbnb and other peer-to-peer accommodation network facilitators operate a business model configuration referred to as a multi-sided platform model (Rumble and Mangematin, 2015). Facilitators running multi-sided platform business models connect two or more parties (buyers, seller, and supplementary service providers). The term multi-sided originates from the economics literature and refers to parties connecting as different sides of a market (Rochet and Tirole, 2003). Hosts (first side) are offering unused or underutilized space. Guests (second side) are looking for a place to stay for a short period of time. Supplementary service providers (third side) may provide photography services to hosts, thus enabling them to present their space in a more attractive way on the trading platform; or concierge services that augment guest experiences and open up opportunities for entrepreneurship¹. (Reinhold; Dolnicar; 2018, p. 30)

Dessarte, diferente do que se propõe, ao estruturar a interação entre múltiplos agentes econômicos, o Airbnb se afasta do ideal de neutralidade, tal como existente em relações *peer-to-peer* (tradução livre: pessoa para pessoa), e passa a operar como um intermediador; um agente ativo na organização, regulação e monetização de serviços, com impacto direto sobre as formas de consumo, trabalho e responsabilidade jurídica nas relações digitais.

¹ Tradução livre: Airbnb e outros facilitadores de redes de acomodação peer-to-peer operam uma configuração de modelo de negócios referida como modelo de plataforma multi-lados (Rumble e Mangematin, 2015). Facilitadores que gerenciam modelos de negócios de plataforma multi-lados conectam duas ou mais partes (compradores, vendedores e prestadores de serviços suplementares). O termo multi-lados origina-se da literatura econômica e refere-se a partes que se conectam como diferentes lados de um mercado (Rochet e Tirole, 2003). Anfitriões (primeiro lado) estão oferecendo espaços não utilizados ou subutilizados. Convidados (segundo lado) estão procurando um lugar para ficar por um curto período de tempo. Prestadores de serviços suplementares (terceiro lado) podem fornecer serviços de fotografia aos anfitriões, permitindo-lhes apresentar seu espaço de uma maneira mais atraente na plataforma de negociação; ou serviços de concierge que aumentam as experiências dos convidados e abrem oportunidades para empreendedorismo.

Conforme argumenta Oskam (2019, p. 19), é essencial distinguir as conexões genuínas entre pares — marcadas por motivações não monetárias — daquelas intermediadas por plataformas comerciais. Embora o Airbnb utilize uma retórica voltada à hospitalidade, autenticidade e convivência cultural, sua estrutura operacional se aproxima muito mais de um agente econômico do que de uma iniciativa colaborativa nos moldes do chamado “consumo compartilhado”.

O autor faz, ainda, um paralelo ao Couchsurfing, qual seja uma plataforma cuja proposta original é fundada em trocas gratuitas e contato direto com os anfitriões, enquanto o Airbnb organiza interações voltadas à remuneração e à extração percentual, servindo-se do discurso do compartilhamento como estratégia simbólica de legitimação (Oskam, 2019, p. 10).

Logo, diversas práticas comumente rotuladas como “compartilhamento” envolvem, na realidade, finalidades econômicas bastante distintas. Compartilhar uma foto em uma rede social, um livro via BookCrossing ou um veículo por meio de um aplicativo de transporte representa formas diferentes de conexão, cujo único elemento em comum é a mediação pela tecnologia.

No caso do Airbnb, critérios como o tipo de imóvel ofertado, a frequência de disponibilidade e o afastamento do anfitrião durante a estadia são indicativos relevantes para qualificar a natureza da atividade.

Diante desse panorama, observa-se que a aludida plataforma se distancia do modelo clássico de consumo colaborativo; enquanto se apresenta como uma facilitadora neutra de encontros entre pares, na prática, atrai para si responsabilidades típicas de uma fornecedora dentro da cadeia de consumo. Tais aspectos incitam reflexões sobre os limites e as implicações do consumo colaborativo em contextos mediados por empresas digitais, especialmente no que diz respeito ao tratamento jurídico diante da suposta neutralidade das plataformas.

3 TERMOS DE SERVIÇO DO AIRBNB E AS CLÁUSULAS LIMITATIVAS DE RESPONSABILIDADE À LUZ DO CDC

A compreensão da função social/solidária da empresa aliada à análise do modelo de negócios do Airbnb, no contexto da economia colaborativa, permite avançar para o exame de seus termos de serviço, instrumento central na regulação das relações entre a plataforma, anfitriões e hóspedes.

Esses termos traduzem, no plano contratual, a forma como a empresa estrutura sua atuação, define direitos e deveres das partes e, sobretudo, estabelece limites à sua própria responsabilidade. Assim, a análise das cláusulas, sob a ótica do Código de Defesa do

Consumidor, torna-se indispensável para avaliar em que medida o conteúdo contratual preserva — ou restringe — os valores sociais que devem orientar as atividades empresariais no ambiente digital.

3.1 NATUREZA JURÍDICA DOS TERMOS DE SERVIÇO EM PLATAFORMAS DIGITAIS

Os termos de serviço adotados por plataformas digitais, como o Airbnb, enquadram-se na categoria de contratos por adesão, uma vez que são estandardizados, isto é, elaborados unilateralmente pelo fornecedor e submetidos indistintamente aos usuários — anfitriões e hóspedes —, de forma padronizada e sem possibilidade concreta de negociação de suas cláusulas.

Nesses rígidos instrumentos, observa-se uma ênfase na despersonalização do contratante e na padronização das cláusulas contratuais, exacerbando a limitação da autonomia de vontade e a substituição pela teoria da declaração (Roppo, 2009, p. 298), haja vista a limitação do aderente a aceitar as disposições previamente estabelecidas, aderindo a uma estrutura negocial inteiramente pré-definida (Diniz, 2025, p. 86).

A compreensão desse fenômeno contratual exige uma breve incursão em seu surgimento histórico. Conforme observa Slaibi Filho (1988, p. 31), o contrato por adesão se consolidou a partir de transformações econômicas e sociais provocadas pela industrialização, pelo avanço tecnológico e pela urbanização, que intensificaram e massificaram as relações de consumo. O fornecimento em larga escala, aliado à complexidade crescente na produção de bens e serviços, inviabilizou a negociação individualizada com cada contratante, sob pena de comprometer o planejamento, os investimentos e a previsibilidade de custos das empresas.

Dessarte, malgrado tenham tido relevante importância à época, assegurando a satisfação dos desejos voláteis e recorrentes dos consumidores em um período de produção e descarte massificado, alavancaram contextos de disparidades e subverteram a lógica do consumo à busca incansável pela felicidade temporária, tal como um bem passível de aquisição em uma prateleira.

Com efeito, diferenciam-se, assim, dos contratos paritários, em que as partes discutem amplamente os termos e condições a serem convencionados antes da formação do vínculo, tornando cristalina a situação de inferioridade do aderente em meio a relação estandardizada (Gomes, 2006, p. 187).

Por essa razão, o ordenamento jurídico brasileiro, tanto no Código Civil (artigos 423 e 424, por exemplo) quanto no Código de Defesa do Consumidor (artigos 6º, 39 e 51, por

exemplo), institui mecanismos protetivos ao aderente, como a interpretação mais favorável em caso de cláusulas ambíguas (*interpretatio contra stipulatorem*) e a nulidade de disposições que impliquem renúncia antecipada a direitos essenciais, como limitadores normativos à autonomia do fornecedor (Brasil, 2002; Brasil, 1990).

No cenário digital, essas salvaguardas assumem especial relevo, considerando a natureza transnacional, o alcance massivo e a assimetria informacional que caracterizam os termos de serviço das plataformas, elementos que reforçam a necessidade de controle e fiscalização do seu conteúdo.

Martins Santana, Santos Santana e Ferreira (2022, p. 98) observam que a autonomia privada, embora seja pilar do Direito Civil moderno, baseada na ideia de liberdade e capacidade dos indivíduos para firmar contratos que atendam seus interesses, sofre forte diluição nos contratos por adesão atuais, especialmente no ambiente digital. Conforme Hironaka (2017, p. 88), essa autonomia tende a ser meramente formal, já que o aderente raramente tem poder de influenciar o conteúdo contratual.

Acrescenta-se a isso uma assimetria informacional radical, na qual o contratante desconhece não só o conteúdo, mas o modo como ele foi gerado. Segundo complementam Martins Santana, Santos Santana e Ferreira (2015, p. 99), a opacidade algorítmica compromete o consentimento informado, pois o aderente não tem consciência dos critérios preditivos que moldam sua experiência contratual, tornando a manifestação de vontade menos resultado da deliberação racional e mais produto de sistemas automatizados.

Nesse ponto, é possível sustentar que a vulnerabilidade do consumidor, reconhecida pelo artigo 4º, inciso I, do CDC (Brasil, 1990), adquire contornos ainda mais agudos. A ausência de transparência e a possibilidade de imposição unilateral de deveres e limitações no ambiente digital acentuam a desigualdade entre fornecedor e usuário e violam direitos básicos, de modo que o controle judicial e administrativo sobre essas cláusulas se reflete como uma exigência constitucional de efetividade da proteção ao consumidor.

A unilateralidade na formulação das cláusulas e a ausência de negociação efetiva, explicitamente evidenciadas nos termos de serviço do Airbnb, corroboram a caracterização desses instrumentos como contratos de adesão. Essa estrutura contratual impõe desafios relevantes ao ordenamento jurídico.

Nesse ponto, cumpre destacar que, segundo Cláudia Lima Marques (1998, p. 45), a limitação da liberdade contratual – do fornecedor – em se tratando de contratos de adesão, mostra-se como uma função protetiva, de caráter “negativo”, ao restringir a possibilidade de o elaborador transferir riscos de forma desproporcional ao consumidor, tal como ocorre nos

termos de serviço. O CDC (Brasil, 1990), ao reconhecer a nulidade de cláusulas abusivas (artigo 51) e ao prever a revisão contratual em hipóteses de desequilíbrio (artigo 6º, V), estabelece um freio necessário à atuação unilateral das plataformas digitais, assegurando maior equilíbrio entre direitos e obrigações.

De tal sorte, a análise da natureza jurídica dos termos de serviço de uma plataforma, alegadamente, pautada no consumo colaborativo, não se limita a classificá-los como contratos por adesão, mas exige interpretá-los e oferecer-lhe tratamentos à luz dos princípios fundamentais do CDC, da função social e, sobretudo, da função solidária do contrato, evitando não somente abusos imediatos, mas, ainda, buscando-se assegurar relações equilibradas, sustentáveis e sustentadas ao longo do tempo.

3.2 ANÁLISE DAS CLÁUSULAS EXONERATIVAS À LUZ DA FUNÇÃO SOCIAL/SOLIDÁRIA

Sob a perspectiva da função social, no contexto da economia colaborativa em se tratando de plataformas digitais, esta ultrapassa o objetivo estrito de lucro individual, ressaltando a dimensão coletiva da atividade empresarial. Tal contexto exige a consideração dos interesses de diversos *stakeholders*, como trabalhadores, consumidores, credores e a comunidade em geral, com vistas à promoção da justiça social e à valorização do trabalho humano. De forma complementar, a função solidária amplia esse enfoque ao incorporar a sustentabilidade, a proteção das gerações futuras e a cooperação, através, dentre outros mecanismos, do compartilhamento de responsabilidades e custos e a incorporação da justiça distributiva.

A análise das cláusulas constantes nos termos de serviço do Airbnb, entretanto, revela a possibilidade de impacto negativo sobre a plena concretização das funções social e solidária, uma vez que, em diversos pontos, favorecem predominantemente os interesses da plataforma, em detrimento de uma colaboração mais equilibrada e da proteção abrangente dos usuários.

Considerando que os termos de serviço configuram um “acordo legal vinculante”, firmado na modalidade de contrato de adesão, constata-se significativa limitação da autonomia privada do usuário, que se encontra na posição de apenas aceitar condições previamente estipuladas, sem real capacidade de negociação. Tal assimetria de poder se afasta do ideal colaborativo, que pressupõe relações mais horizontais e participação ativa na formulação das regras, e não mera aceitação passiva.

No presente estudo, destacam as seguintes disposições contratuais: Modificação Unilateral dos Termos (cláusula 13), Limitação de Controle sobre a Conduta dos Membros

(entremeada na cláusula introdutória do termo e também na cláusula 15), renúncia de garantias (cláusula 17), limitações de responsabilidade do Airbnb (cláusula 18), assunção de riscos pelo usuário – seja hóspede ou anfitrião (cláusulas 3.2 e 5.6) –, Cobrança de Taxas e Vedações a Transações Fora da Plataforma (cláusula 10) e as avaliações não verificadas (cláusula 8),

A cláusula 13 prevê que “O Airbnb pode modificar estes Termos a qualquer momento” (Airbnb, c2025, n.p.) e, caso o usuário discorde, cabe-lhe rescindir o contrato. Essa prerrogativa de alteração unilateral, aliada à aceitação tácita pela continuidade do uso, é característica típica dos contratos de adesão, sendo veemente nula, nos termos do artigo 51, XIII do CDC (Brasil, 1990).

Sob o prisma da função social, implica ausência de participação efetiva dos usuários na definição de mudanças que impactam diretamente sua experiência e direitos, restringindo-lhes a opção a aceitar ou deixar de utilizar a plataforma. Esse mecanismo reforça o desequilíbrio de poder e possibilita ajustes que priorizem interesses econômicos da plataforma, em detrimento da justiça social, ainda que as alterações sejam formalmente notificadas.

Já sob a ótica da função solidária, a possibilidade de modificação unilateral revela uma lógica de curto prazo, voltada à conveniência da empresa, em detrimento da previsibilidade e da estabilidade necessárias para a proteção das gerações futuras e para o fortalecimento de práticas cooperativas. A ausência de mecanismos participativos nas alterações de cláusulas esvazia a ideia de colaboração e compromete a construção de um ambiente digital baseado na confiança mútua, pilar essencial de uma economia solidária.

No que concerne à sua posição jurídica, o Airbnb declara não possuir, controlar, oferecer ou gerenciar os anúncios, serviços de anfitriões ou serviços turísticos, não sendo parte dos contratos firmados diretamente entre anfitriões e hóspedes, tampouco atuando como corretora, agência de viagens ou seguradora. Afirma, ainda, não exercer controle sobre a conduta dos usuários, embora se reserve o direito, sem obrigação, de monitorar o uso da plataforma e verificar informações fornecidas pelos membros, consoante cláusula 15 (Airbnb, c2025, n.p.).

Posicionando-se essencialmente como uma plataforma neutra que apenas facilita transações, o Airbnb restringe sua responsabilidade direta pelos serviços prestados e pelas interações entre os usuários.

Nesse mesmo sentido, a cláusula 17, relativa à renúncia de garantias, exime a plataforma de qualquer responsabilidade quanto ao conteúdo nela disponibilizado, afastando garantias expressas ou implícitas. Ainda que tal exclusão possa ser limitada por lei em determinadas jurisdições, a sua aplicação irrestrita deixa os usuários potencialmente

desprotegidos diante de falhas operacionais ou riscos à segurança que escapam ao seu controle, contrariando o dever de proteção aos interesses dos *stakeholders*.

Já nos termos da cláusula 18, a empresa restringe sua responsabilidade por eventuais “[...] danos incidentais, especiais, exemplares ou consequenciais, incluindo lucros cessantes, perda de dados ou de fundo de comércio, interrupção do serviço, danos a computador ou falha no sistema, ou por quaisquer danos pessoais, corporais, morais ou angústia emocional” (Airbnb, c2025, n.p.).

Sob prisma da assunção de riscos, tanto a cláusula 3.2 (hóspedes) quanto a 5.6 (anfitriões), afirmam que os usuários “assumem todo o risco” decorrente do uso da plataforma e dos serviços (Airbnb, c2025, n.p.).

Nota-se assim que, conforme Frazão (2011, p. 382), a transferência integral do risco para o usuário pode contradizer o princípio da função social da empresa de “socializar o risco empresarial”, considerando que a empresa que gera o benefício também compartilhe o ônus e se preocupe com a proteção dos seus usuários, e não que estes assumam a totalidade dos riscos, especialmente quando se trata de aspectos que a plataforma poderia mitigar ou gerenciar.

Do ponto de vista da função solidária, essa declaração de neutralidade e a renúncia forçada de garantias legais dos usuários, concentra vantagens na plataforma e reforça uma externalização de riscos que ignora a interdependência entre os agentes do ecossistema digital, impondo ônus desproporcionais a parte vulnerável e comprometendo a lógica do compartilhamento de responsabilidades que permeia o modelo colaborativo.

Para mais, a exclusão de responsabilidade encontra limites nos artigos 25 e 51, I, ambos do CDC (Brasil, 1990), que veda e considera nulas, respectivamente, as cláusulas que impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor, e, ainda, ao artigo 4º, III do referido diploma normativo, que dispõe acerca da imprescindível harmonização dos interesses dos participantes da relação de consumo como um princípio a ser observado.

Já a cláusula 10, que trata da cobrança de taxas, confere à plataforma prerrogativa unilateral para modificá-las, condicionando a discordância do usuário à rescisão do contrato. Embora a cobrança de taxas seja legítima para a manutenção da atividade econômica, a possibilidade de alterações unilaterais, sem um processo participativo ou transparente, pode colidir com a função social da empresa, na medida em que restringe o acesso e compromete a previsibilidade necessária para a inclusão de usuários. Tal prática viola os dispositivos normativos supracitados e tende a esvaziar o potencial do consumo colaborativo de reduzir custos e ampliar a acessibilidade, afastando-se de sua vocação para a promoção do bem-estar coletivo.

Na ótica solidária, a fixação unilateral de taxas sem critérios claros compromete a noção de justiça distributiva e de cooperação, pois inviabiliza que os custos sejam compartilhados de forma equilibrada. A ausência de previsibilidade também dificulta que pequenos anfitriões, muitas vezes dependentes economicamente da renda obtida, consigam planejar suas atividades de maneira sustentável.

Por sua vez, a cláusula 8 dispõe que as avaliações publicadas na plataforma não são verificadas quanto à sua exatidão, podendo conter informações incorretas ou enganosas. Considerando que, conforme destacam Silva e Santiago (2023, p. 69), a confiança entre estranhos e o “capital de reputação” constituem pilares da economia colaborativa, a ausência de mecanismos de verificação fragiliza a credibilidade das interações.

Em que pese o CDC não retrate, especificamente, sobre a reputação dos fornecedores, tal fragilidade viola os deveres legais de transparência (artigos 4º e 6º, II e III) e repercute negativamente na função social da empresa, que pressupõe a promoção de relações pautadas pela transparência e pela confiança mútua, elementos essenciais para a coesão comunitária e para o desenvolvimento sustentável do ecossistema digital.

Enquanto isso, sob o prisma da função solidária, a ausência de verificação das avaliações enfraquece a confiança necessária para a perenidade do sistema colaborativo, minando a credibilidade das interações e prejudicando tanto os atuais usuários quanto aqueles que futuramente dependerão desse ecossistema digital.

Portanto, posicionando-se primariamente como plataforma neutra que apenas viabiliza transações, o Airbnb limita sua responsabilidade direta pelos serviços prestados e pelas interações entre usuários.

A função social/solidária da empresa, contudo, pressupõe uma dimensão transindividual, implicando compromisso com o bem-estar social intergeracional, que ultrapassa a mera facilitação comercial. Essa desvinculação contratual direta pode ser interpretada como um afastamento de responsabilidades inerentes à promoção de uma economia colaborativa, a qual demandaria maior engajamento na garantia de segurança e qualidade dos serviços disponibilizados em sua rede.

CONCLUSÃO

A presente pesquisa, ao confrontar a estrutura contratual do Airbnb com os princípios da função social/solidária da empresa, permitiu constatar que a instrumentalização da retórica da economia colaborativa pela plataforma, embora promova a inovação, desvirtua seus valores fundacionais. A promessa de liberdade negocial e de engajamento colaborativo é, na prática,

subordinada à lógica de maximização de lucros da plataforma, resultando na transferência integral dos riscos aos usuários e na limitação da responsabilidade empresarial.

Essa dissonância entre discurso e prática evidencia que, mesmo sob o manto da inovação tecnológica e do compartilhamento, as plataformas digitais reproduzem padrões tradicionais de mercado, impondo estruturas hierárquicas e assimetrias jurídicas que tensionam a função social e solidária da empresa.

A análise aprofundada dos termos de serviço do Airbnb revela que tais instrumentos contratuais, ao priorizarem os interesses econômicos da plataforma em detrimento da proteção dos usuários, comprometem direitos fundamentais como transparência, equilíbrio e harmonização contratual, minando o potencial colaborativo originalmente proposto.

Diante desse cenário, a pesquisa demonstra que a legislação aplicável desempenha papel central na ponderação entre inovação e proteção do consumidor. Enquanto não existe regulamentação específica para o consumo colaborativo, tampouco mediado por plataformas digitais, torna-se imperativo reconhecer como esse formato reconfigura as dinâmicas contratuais e os próprios modos de organização social e econômica, assim como a desigualdade estrutural entre as partes, aplicando-se normas que promovam o reequilíbrio da relação jurídica.

Nesse sentido, defende-se que relações realizadas sem intermediação comercial, pautadas exclusivamente no modelo *peer-to-peer*, devem ser reguladas pelo Código Civil; já aquelas mediadas por plataformas com finalidade lucrativa, como o Airbnb, devem observar o Código de Defesa do Consumidor, assegurando proteção ao usuário e a responsabilização adequada da empresa.

Em síntese, os desafios observados na operacionalização do Airbnb refletem a necessidade de que o direito contemporâneo e a prática empresarial se alinhem à função social e solidária, não apenas como imposição normativa, em se tratando do primeiro, mas como um norte a ser constantemente perseguido, capaz de equilibrar interesses econômicos, sociais e ambientais.

REFERÊNCIAS

AIRBNB. Termos de Serviço para Usuários fora do EEE, Reino Unido e Austrália.
Última atualização: 13 de maio de 2025. Disponível em:
<https://www.airbnb.com.br/help/article/2908>. Acesso em: 07 ago. 2025

BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável:** da teoria à prática. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida.** Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadoria. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **O que é meu é seu:** como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BRANCO, Gerson Luiz Carlos. **As origens doutrinárias e a interpretação da função social dos contratos no Código Civil Brasileiro.** 2006. Tese (Doutorado em Direito Civil) – Faculdade de Direito, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF: Presidente da República, 1988.

BRASIL. **Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976.** Dispõe sobre as Sociedades por Ações. Brasília, DF: Presidência da República, 1976.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Presidente da República, 1990.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.** Institui o Código Civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2002.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro:** Teoria das Obrigações Contratuais. 41. ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2025.

DINIZ, Maria Helena. **Novo Código Civil comentado** (Lei n. 10.406, de 10-1-2002). [S. l.]: [s. n.], 2021.

DINIZ, Maria Helena; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. **Função Social e Solidária da Posse.** São Paulo: SaraivaJur, 2023.

FRAZÃO, Ana. **Função social da empresa:** repercussões sobre a responsabilidade civil de controladores e administradores de S/As. Rio de Janeiro: Renovar, 2011.

GOMES, Rogério Zuel. A nova ordem contratual: pós-modernidade, contratos de adesão, condições gerais de contratação, contratos relacionais e redes contratuais. **Revista de Direito do Consumidor**, Brasília, DF, v. 58, p. 180-222, abr./jun. 2006.

KÖLLING, Gabrielle Jacobi; MASSAÚ, Guilherme Camargo; DAROS, Maquiel. A solidariedade intergeracional: o caminho para garantir o meio ambiente saudável. **Revista Destaques Acadêmicos**, Lajeado, v. 8, n. 2, p. 261-274, 2016.

MARQUES, Cláudia Lima. Contratos Bancários em Tempos Pós-modernos: Primeiras Reflexões. **Revista da Faculdade de Direito da UFRGS**, v. 15, 1998.

REINHOLD, Stephan; DOLNICAR, Sara. Airbnb's Business Model. In: DOLNICAR, Sara. **Peer-to-Peer Accommodation Networks:** Pushing the boundaries. Oxford: Goodfellow Publishers Limited, 2018. v. 1, cap. 3, p. 27-38.

REINHOLD, Stephan; DOLNICAR, Sara. The Sharing Economy. In: DOLNICAR, Sara (Org.). **Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries**. Oxford: Goodfellow Publishers Limited, 2018. v. 1, cap. 2, p. 15-26.

ROCHA, Cristian Alberto Gazoli da; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. A influência do Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE na manutenção da função social/solidária da empresa. **Revista Brasileira de Direito Empresarial**, Goiânia, v. 5, n. 1, p. 21-37, jan./jun. 2019.

ROCHA, Guilherme Aperecido da; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. A publicidade na dinâmica da pós-modernidade e seu impacto na função social e na função solidária da empresa. **Revista do Direito**, Santa Cruz do Sul, v. 1, n. 51, p. 125-144, jul. 2017.

ROPPO, Enzo. **O Contrato**. Tradução: Ana Coimbra e Manuel Januário Costa Gomes. São Paulo: Almedina, 2009.

SANTANA, Juracy Martins; SANTANA, Yuri dos Santos; FERREIRA, Rafael Freire. Contratos por adesão na sociedade algorítmica: autonomia privada ou submissão programada? **GRALHA AZUL** – periódico científico da EJJUD-PR, [s.l.], p. 95-115, 2022.

SANTIAGO, Mariana Ribeiro; CAMPOLLO, Livia Gaigher Bósio. Função social e solidária da empresa na dinâmica da sociedade de consumo. **Scientia Iuris**, Londrina, v. 20, n. 1, p.119-143, abr. 2016.

SANTIAGO, Mariana Ribeiro; FACHINI, Elaine Cristina Sotelo; AMORÍN, Marcelo. El marco jurídico de las startups: un abordaje desde la función social y solidaria de la empresa en el derecho brasileño. **Revista Brasileira de Direito**, Passo Fundo, v. 16, n. 2, p. 1-20, maio-ago. 2020.

SANTIAGO, Mariana Ribeiro; MIRANDE, Santiago. Compliance e cumprimento da função social e solidária da empresa no contexto da hipermodernidade. **Revista Jurídica da Presidência**, v. 23, n. 130, 2021.

SILVA, Liciane André Francisco da; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. A função social/solidária do consumo colaborativo e sua utilização para o desenvolvimento sustentável. In: ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI, 12., 2023, Buenos Aires. **Anais do XII Encontro Internacional do CONPEDI Buenos Aires** – Argentina: Direito e Sustentabilidade I. Organização CONPEDI; coordenadores: José Querino Tavares Neto; Josemar Sidinei Soares; Livia Gaigher Bosio Campello. Florianópolis: CONPEDI, 2023. p. 1-17. Disponível em: <https://site.conpedi.org.br/publicacoes/w7dsqk3y/8258b3k6/1d5Wk8H9o8Ca6o28.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2025.

SLAIBI FILHO, Nagib. Contrato de adesão. Contrato-tipo. Contrato standard. **R. C. pol.**, Rio de Janeiro, v. 31, n. 3, p. 27-35, jul./set. 1988.

SOUZA, Oreonnilda de; OLIVEIRA, Lourival José de. Globalização e relações de consumo: servidão moderna e degradação ambiental. **Revista de Direito Ambiental e Sociedade**, Vitória, v. 6, n. 2, p. 156-178, jul./dez. 2016.