

Fraudes fiscais em marketplaces virtuais: a responsabilidade tributária solidária das plataformas digitais no ordenamento jurídico brasileiro.

Alessandra Santos de Carvalho, Direito, Faculdade Integrado de Campo Mourão, Brasil, alessandra_carvalhocm@hotmail.com.

Gabriel Francisco Cabrera de Sá, Direito, Centro Universitário Integrado, Brasil, gabriel.sa@grupointegrado.br

Resumo: Este artigo analisa a responsabilidade tributária solidária das plataformas digitais diante de fraudes fiscais cometidas por vendedores em marketplaces virtuais. Embora o comércio eletrônico represente importante vetor de desenvolvimento econômico, também se mostra suscetível à evasão fiscal, por meio de práticas como subfaturamento, omissão de receitas e vendas sem emissão de nota fiscal. O estudo examina a legislação, a jurisprudência nacional e experiências internacionais para avaliar a extensão da responsabilização das plataformas. A pesquisa adota abordagem qualitativa e exploratória, com enfoque jurídico-dogmático, combinando análise bibliográfica, estudo documental e comparação internacional. Espera-se contribuir para a compreensão dos limites e possibilidades da responsabilização solidária, bem como indicar caminhos para aprimoramento normativo e fiscalizatório.

Palavras-chave: Comércio eletrônico. Marketplaces virtuais. Fraudes fiscais. Responsabilidade tributária solidária.

Abstract

This article analyzes the joint tax liability of digital platforms in light of tax frauds committed by third-party sellers on online marketplaces. While e-commerce is an important economic driver, it is also vulnerable to tax evasion through underinvoicing, omission of revenues, and sales without issuing invoices. The study reviews Brazilian legislation, national jurisprudence and international experiences to assess the scope of platform liability. The research uses a qualitative and exploratory approach with doctrinal legal analysis, documentary study and international comparison. It aims to clarify limits and possibilities of joint liability and to propose regulatory and supervisory improvements.

Keywords: E-commerce. Online marketplaces. Tax fraud. Joint tax liability.

INTRODUÇÃO

O comércio eletrônico consolidou-se como um dos principais fenômenos econômicos da atualidade, transformando a forma de consumo e de circulação de mercadorias em todo o mundo. No Brasil, o crescimento desse setor tem sido impulsionado pelos marketplaces virtuais, plataformas digitais que intermediam relações entre múltiplos vendedores e consumidores. Esses ambientes ampliaram o acesso a bens e serviços, ao mesmo tempo em que introduziram novos desafios ao campo jurídico, especialmente no que se refere à fiscalização tributária.

Entre os principais problemas identificados está a utilização dessas plataformas para práticas de fraude fiscal, como a comercialização de produtos sem emissão de notas fiscais, o subfaturamento de vendas e a utilização de empresas

de fachada. Essas condutas não apenas reduzem a arrecadação estatal, mas também distorcem a concorrência, prejudicando agentes econômicos que atuam de forma regular.

Dessa forma, a não emissão de notas fiscais e o subfaturamento de vendas caracterizam a supressão ou redução de tributos, tipificada como crime contra a ordem tributária (Lei nº 8.137/90, Art. 1º). A utilização de "empresas de fachada" serve como mecanismo de fraude (simulação) para ocultar as verdadeiras operações e desviar a fiscalização, prática combatida, por exemplo, em operações como as da Receita Federal. Tais ações resultam na violação direta do dever fundamental de pagar tributos, afetando o orçamento público e, por conseguinte, a capacidade de o Estado prover serviços essenciais (Art. 145, § 1º, da Constituição Federal). Além disso, a vantagem econômica obtida com a sonegação configura concorrência desleal, ferindo o Princípio da Livre Concorrência (Art. 170, IV, da Constituição Federal) ao impor preços artificialmente mais baixos no mercado e prejudicar os contribuintes que agem em conformidade com a lei.

Nesse contexto, emerge a questão central deste estudo: até que ponto os marketplaces podem ser responsabilizados solidariamente pelas infrações fiscais praticadas por vendedores terceiros. O debate envolve a interpretação do artigo 124 do Código Tributário Nacional, bem como o exame da jurisprudência e da doutrina acerca da solidariedade tributária. Além disso, coloca-se em pauta a discussão sobre a necessidade de novas formas de regulação e fiscalização que acompanhem a evolução tecnológica do comércio eletrônico.

A relevância da pesquisa decorre da importância econômica e social das plataformas digitais, que movimentam bilhões de reais anualmente e exercem influência direta na dinâmica do mercado. Ao mesmo tempo, o estudo busca oferecer contribuição acadêmica ao aprofundar a reflexão sobre a adaptação dos institutos tradicionais do direito tributário ao cenário digital.

O objetivo geral consiste em analisar a possibilidade e os limites da responsabilidade tributária solidária das plataformas digitais em casos de fraudes fiscais cometidas por vendedores terceiros.

De forma específica, pretende-se identificar as modalidades de fraude fiscal presentes nos marketplaces, examinar a legislação aplicável, analisar decisões judiciais e administrativas, avaliar experiências internacionais e propor medidas de aprimoramento normativo e fiscalizatório.

METODOLOGIA

A pesquisa em questão adota uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório, com foco no enfoque jurídico-dogmático. Para assegurar a compreensão crítica do tema e aliar a reflexão teórica à análise prática, o procedimento metodológico será estruturado em três etapas principais. A primeira etapa consiste na Análise Bibliográfica, contemplando obras clássicas e contemporâneas de Direito Tributário e Direito Digital, a fim de fornecer uma base teórica consistente para o estudo. Em seguida, o método avança para o Estudo Documental, que abrangerá a legislação aplicável (especialmente o Código Tributário Nacional e normas correlatas), além da jurisprudência administrativa e judicial relevante, notadamente decisões proferidas pelo Supremo Tribunal Federal (STF), Superior Tribunal de Justiça (STJ) e pelo Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (CARF). Por fim, será realizado um Exame Comparativo

Internacional, cujo objetivo é identificar modelos adotados em outros países quanto à responsabilização de plataformas digitais em matéria fiscal, buscando extrair parâmetros que possam inspirar o ordenamento jurídico brasileiro. Em suma, este procedimento metodológico visa garantir a contribuição normativa e acadêmica da pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

1 – COMÉRCIO ELETRÔNICO E FRAUDES FISCAIS EM MARKETPLACES.

O avanço das tecnologias da informação transformou significativamente a forma como indivíduos consomem bens e serviços, estabelecendo uma nova dinâmica de mercado marcada pela intermediação digital. O comércio eletrônico consolidou-se nas últimas décadas como um dos setores mais promissores da economia global, movimentando trilhões de dólares anualmente. No Brasil, esse fenômeno se materializou principalmente por meio dos marketplaces virtuais, plataformas que conecta consumidores a múltiplos fornecedores em um espaço digital semelhante a um shopping center online.

Como destaca Sales (2021, p. 11), “nasce assim a economia digital e um universo de atividades econômicas que a acompanham, tendo por objeto comum o comércio eletrônico”. A autora ressalta que os marketplaces se tornaram modelos de negócios capazes de reunir diversos vendedores em uma mesma estrutura digital, ampliando o alcance do consumo e democratizando o acesso aos mercados.

Entretanto, essa evolução também trouxe desafios fiscais significativos. A ausência de fronteiras físicas e a descentralização das operações dificultam a tributação e favorecem o surgimento de fraudes, como a comercialização de produtos sem emissão de nota fiscal, o que, segundo Castello (2021, p. 1), constitui “crime contra a ordem tributária”.

Diante desse cenário, o presente estudo busca analisar o comércio eletrônico e as fraudes fiscais em marketplaces, com ênfase na ascensão dessas plataformas e nos desafios da responsabilização tributária, à luz da doutrina e das normas nacionais e internacionais.

1.1 O comércio eletrônico e a ascensão dos marketplaces virtuais

A história da internet e, conseqüentemente, das plataformas digitais, remonta ao período da Guerra Fria. O ponto de partida foi o desenvolvimento da ARPANET em 1969, uma rede criada pela agência ARPA (Advanced Research Projects Agency), com a finalidade inicial de interligar departamentos de pesquisa e, sobretudo, aumentar a segurança e diminuir a vulnerabilidade da comunicação militar americana. Essa rede utilizava uma infraestrutura de espinha dorsal (“backbone”) no espaço subterrâneo, o que dificultava sua interrupção, e conectava militares e pesquisadores sem depender de um centro de controle único, garantindo sua confiabilidade. Na década de 1970, a ARPANET se expandiu para universidades e instituições de pesquisa, chegando a cerca de 100 *hosts*. Contudo, ao final da década, o protocolo original de comutação de pacotes, o Network Control

Protocol (NCP), tornou-se insuficiente para a crescente demanda (Leiner et al., 2009). Paralelamente a essa evolução tecnológica, os anos 1980 marcaram a consolidação das primeiras formas de comércio eletrônico, abrangendo transações por cartão de crédito, caixas automáticos e operações bancárias via telefone, estabelecendo as bases para as transações digitais atuais (Sales, 2021).

Por volta dos anos de 1980, as diversas formas de Comércio Eletrônico como cartão de crédito, caixas automáticos e bancários via telefone foram bem aceitos e desenvolvidos. O verdadeiro impulso ao e-commerce ocorreu em meados da década de 1990, com a criação de empresas pioneiras como eBay e Amazon, que ofereceram aos consumidores a possibilidade de realizar compras de produtos diversos em um ambiente virtual seguro, rápido e eficiente (Sales, 2021).

Os sites passaram a exibir listas de produtos relacionados à pesquisa do usuário, permitindo uma experiência de compra ágil e intuitiva. Atualmente, o comércio eletrônico se expandiu significativamente, integrando pagamento online, sistemas de logística eficientes e entrega domiciliar via serviços postais ou de transporte comercial (Cunha; Pecis, 2023).

Conforme dados da Fecomercio-SP, o Brasil hoje contabiliza 80 milhões de usuários da Internet, sendo que destes 27 milhões são consumidores da compra online. O valor médio do ticket de compra no país subiu para R\$350, está entre os maiores do mundo. Estimativa que em 2011 o número de usuários compradores online cresceu para 32 milhões, fazendo uma comparação com ano de 2009 o número de consumidores dobrou. O mercado virtual está com grande expectativa de crescimento, considerado como promissor, mas uma das barreiras constatadas foi à elevada tributação (Abril, 2011).

O comércio eletrônico, também denominado e-commerce, representa as operações de compra e venda de produtos e serviços realizadas por meio de plataformas digitais. Esse modelo de negócio é fruto da revolução digital que, segundo Rischard Sales (2021, p. 12), “consiste em uma automação das transações comerciais, pela utilização das tecnologias de informática e telecomunicações”.

No Brasil, os marketplaces se destacaram por democratizar o acesso dos pequenos comerciantes ao mercado, reduzindo custos de operação e ampliando a visibilidade de seus produtos. Segundo Cunha e Pecis (2023, p. 2):

Os marketplaces são plataformas digitais que conectam vendedores de mercadorias e prestadores de serviços àqueles que desejam comprar os produtos ou tomar tais serviços, por meio da intermediação dessas operações”. Essa intermediação permite que pequenos empreendedores acessem um público amplo, antes restrito a grandes varejistas, promovendo inclusão econômica e estímulo à competitividade.

A expansão desse modelo foi expressiva, entre 2017 e 2020 o número de consumidores do e-commerce no Brasil saltou de 55,2 milhões para 79,7 milhões de usuários (Sales, 2021, p. 13). Em âmbito global, Valadão e Araújo (2021, p. 36) destacam que dois terços de todas as vendas transfronteiriças de mercadorias do comércio eletrônico são realizadas por meio da internet”, evidenciando a relevância econômica das plataformas digitais.

Em razão dessa centralidade, os marketplaces passaram a ser objeto de atenção das autoridades fiscais. A União Europeia, por exemplo, adota a figura do "deemed supplier", atribuindo às plataformas, em determinadas circunstâncias, a responsabilidade pelo recolhimento do IVA (Fernandes, 2023, p. 3). Esse modelo serviu de inspiração para a reforma tributária brasileira, que, com a Emenda Constitucional nº 132/2023, instituiu o Imposto sobre Bens e Serviços, visando simplificar e integrar a tributação sobre o consumo.

Assim, os marketplaces representam uma inovação que, ao mesmo tempo em que amplia a eficiência do comércio e promove inclusão econômica, gera novos debates acerca da responsabilidade tributária das plataformas e do compliance fiscal, exigindo a criação de mecanismos que equilibrem arrecadação, proteção do contribuinte e estímulo à economia digital.

1.2 Fraudes fiscais no ambiente digital

A ascensão dos marketplaces também trouxe consigo práticas ilícitas que desafiam a arrecadação tributária. Segundo Castello (2021, p. 2):

Deixar de fornecer, quando obrigatório, nota fiscal ou documento equivalente, relativa à venda de mercadoria ou prestação de serviço, efetivamente realizada, é crime contra a ordem tributária.

Entre as condutas mais recorrentes estão a venda de produtos sem emissão de nota fiscal, o subfaturamento de mercadorias, a utilização de empresas de fachada ou "laranjas" para ocultar a verdadeira identidade dos vendedores, importações fraudulentas sem o devido recolhimento de tributos e a manipulação de notas fiscais eletrônicas, por meio de ajustes indevidos em valores ou quantidades de produtos para reduzir o imposto devido (Souza, 2021, p. 118; Cunha & Pecis, 2023, p. 4; Cardoso, 2023, p. 56; Fernandes, 2023, p. 5; Torres, 2010, p. 78).

Nesse sentido, Valadão e Araújo (2021, p. 36) destacam que a responsabilização das plataformas digitais é uma medida eficaz para aumentar a arrecadação, uma vez que detêm dados detalhados sobre todas as transações realizadas em seus ambientes virtuais. Contudo, alertam para a necessidade de proporcionalidade, de modo a não desestimular pequenas e médias empresas a atuarem digitalmente.

Outrossim, Sales (2021, p. 50) defende que a responsabilidade solidária deve ser aplicada com cautela, sendo mais adequado, em alguns casos, utilizar a figura do responsável de terceiro prevista no artigo 128¹ do Código Tributário Nacional. Amaro (2016, p. 244) complementa que a solidariedade tributária não pode se tornar um instrumento de penalização automática, devendo existir nexo causal entre a ação do terceiro e a ocorrência da infração fiscal.

¹ Art. 128. Sem prejuízo do disposto neste capítulo, a lei pode atribuir de modo expresso a responsabilidade pelo crédito tributário a terceira pessoa, vinculada ao fato gerador da respectiva obrigação, excluindo a responsabilidade do contribuinte ou atribuindo-a a este em caráter supletivo do cumprimento total ou parcial da referida obrigação.

No cenário internacional, observa-se um movimento crescente de responsabilização das plataformas digitais. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico recomenda que os marketplaces atuem como agentes fiscais indiretos, fornecendo informações detalhadas sobre transações e colaborando no recolhimento de tributos. Na União Europeia, a figura do “deemed supplier” atribui às plataformas a responsabilidade pelo recolhimento do IVA quando o vendedor não cumpre suas obrigações fiscais (Fernandes, 2023, p. 2), enquanto nos Estados Unidos legislações federais e estaduais exigem que os marketplaces mantenham registros detalhados e reportem transações para fins tributários (Cots, 2014, p. 92).

No Brasil, alguns estados já editaram normas impondo deveres de informação e até responsabilidade solidária aos marketplaces em casos de fraude. Contudo, Sales (2021, p. 50) argumenta que a solidariedade não se mostra adequada nessas situações, sendo mais apropriada a figura da responsabilidade de terceiro, prevista no art. 128 do Código Tributário Nacional.

Além disso, no Brasil a EC nº 132/2023 inaugura uma nova etapa ao instituir o IBS e a CBS, que tendem a reduzir disputas entre estados e municípios quanto à tributação de mercadorias e serviços. Cunha e Pecis (2023, p. 3) ressaltam que a busca por eficiência não pode se sobrepor às garantias fundamentais do contribuinte, como legalidade e segurança jurídica.

Assim, a tendência é que o país avance em uma regulamentação equilibrada, que contemple tanto a arrecadação quanto a proteção da livre iniciativa e do consumidor.

A ascensão dos marketplaces virtuais representa uma das maiores transformações econômicas da era digital, trazendo oportunidades de democratização do consumo e inclusão de pequenos fornecedores. Contudo, também abre espaço para novas formas de fraude fiscal, que desafiam a efetividade da tributação.

Dessa forma, as fraudes fiscais no ambiente digital exigem respostas coordenadas entre o Estado e as plataformas, de modo a equilibrar a arrecadação tributária, a segurança jurídica e a eficiência econômica. A regulamentação deve ser clara e proporcional, garantindo a efetividade fiscal sem penalizar injustamente as plataformas que atuam como intermediárias.

1.3 Impactos econômicos e sociais das fraudes fiscais

Uma elevada carga tributária sobre a produção, o que desencadeia um círculo vicioso na economia, a alta tributação em vez de resultar em maior arrecadação, estimula parte dos contribuintes a sonegar o pagamento de tributos. Essa prática gera uma situação insustentável, pois o desfalque nos cofres públicos penaliza toda a sociedade, comprometendo a prestação de serviços essenciais e o equilíbrio das contas estatais.

A ocorrência de fraudes fiscais em marketplaces digitais não se restringe à sonegação individual, mas produz efeitos econômicos e sociais profundos. A evasão fiscal reduz a capacidade do Estado de financiar políticas públicas fundamentais, como saúde, educação e infraestrutura. Segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, a sonegação em operações digitais tem crescido nos últimos anos, o que pressiona ainda mais a carga tributária sobre os contribuintes regulares e compromete a justiça fiscal. (IPEA, 2022)

Além de afetar a arrecadação estatal, essas fraudes geram distorções concorrenciais no mercado. Empresas que cumprem suas obrigações tributárias de forma correta acabam sendo penalizadas, já que concorrentes irregulares oferecem preços artificialmente reduzidos por não recolherem impostos devidos. Esse cenário cria desequilíbrio competitivo, desestimula o empreendedorismo formal e fragiliza principalmente as micro e pequenas empresas, que operam com margens de lucro menores e enfrentam dificuldades para competir em condições equitativas.

No campo empresarial, as fraudes online também geram custos diretos relevantes, que podem comprometer a sustentabilidade financeira dos e-commerces. Entre os prejuízos mais comuns, destacam-se o reembolso de valores a consumidores lesados, taxas adicionais de processamento de pagamento e, em alguns casos, multas aplicadas por falhas na segurança das transações.

De acordo com dados divulgados pela OLX, em 2023, os brasileiros perderam cerca de R\$1,1 bilhão em golpes digitais, representando um aumento de 12% em relação ao ano anterior. Esse quadro é especialmente crítico para pequenos empreendedores, que dispõem de menor capacidade de absorção de perdas financeiras e dependem fortemente do fluxo de caixa para manter suas operações. (CartaCapital, 2025).

A América Latina, segundo o mesmo estudo, lidera os índices globais de chargeback com média superior a 3%. O Brasil responde sozinho por aproximadamente 55% de todas as vendas online da região, seguido por México (17%) e Colômbia (9%). (CartaCapital, 2025).

Outro fator preocupante é a rápida evolução das fraudes envolvendo o Pix. Entre 2023 e 2024, a taxa de golpes praticamente dobrou, passando de 1,7% para 3,2% das chaves cadastradas. A liquidez imediata, o baixo custo das operações e a facilidade de uso tornaram esse meio de pagamento um alvo atrativo para criminosos digitais. (CartaCapital, 2025).

Essas práticas afetam também o desempenho operacional do setor. A taxa média de conversão no e-commerce latino-americano é de 70%, significativamente inferior à do varejo físico, que supera 95%. Essa diferença impacta diretamente a rentabilidade: estima-se que cada aumento de 5 pontos percentuais na conversão possa elevar em até 50% o Ebitda de empresas com margens reduzidas. (CartaCapital, 2025).

Diante desse contexto, fica evidente que o combate às fraudes fiscais e digitais exige ação integrada entre Estado, plataformas e sociedade civil. O fortalecimento da fiscalização eletrônica, o compartilhamento de dados entre órgãos de controle e a promoção de uma cultura de conformidade tributária são medidas indispensáveis para garantir equidade concorrencial, sustentabilidade econômica e justiça social.

2- A RESPONSABILIDADE TRIBUTÁRIA NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

O texto da Constituição de 1988 é categórico ao atribuir à lei a função de instituir direitos e obrigações aos cidadãos. Como dispõe o artigo 5º, inciso II: “ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei” (CF, 1988). Em matéria tributária, o constituinte originário reiterou o princípio da legalidade como limitação ao poder de tributar, previsto no artigo 150 da

Constituição Federal, que veda à União, Estados, Distrito Federal e Municípios “exigir ou aumentar tributo sem lei que o estabeleça” (Schoueri, 2016).

Como bem pontua o Professor Luís Eduardo Schoueri, diante da existência de previsão do princípio da legalidade no artigo 5º, poderia haver questionamentos acerca da necessidade de sua previsão em matéria tributária:

Um leitor desatento poderia acreditar que, existindo o Princípio da Legalidade no art. 5º, já não seria necessária sua previsão em matéria tributária. Entretanto, o texto constitucional surpreende quando apresenta o Princípio da Legalidade, na matéria tributária, no art. 150, inciso I, do texto constitucional, que veda à União, Estados, Distrito Federal e Municípios ‘exigir ou aumentar tributo sem lei que o estabeleça’.

(...)

Efetivamente, ao comparar o texto do art. 5º, com o do art. 150, nota-se que o constituinte não foi redundante quando tratou da matéria tributária: se em geral um comportamento será exigido ‘em virtude’ de uma lei, nas questões tributárias, tem-se a exigência de a obrigação estar prevista na própria lei. Não há espaço para delegação. Será a lei o fundamento imediato da exigência. Ao legislador cumpre definir o antecedente e o consequente da norma tributária.

Essa previsão reforça que, nas questões tributárias, a obrigação deve estar expressamente prevista em lei, sem espaço para delegação ou imposição administrativa isolada. Assim, a criação de tributos e a atribuição de responsabilidades, inclusive solidárias, dependem de previsão legal clara, garantindo segurança jurídica aos contribuintes (Amaro, 2016, p. 244).

A doutrina brasileira ressalta que a responsabilidade solidária deve ser aplicada de forma proporcional, considerando a capacidade do terceiro de influenciar ou controlar a operação. Amaro (2016, p. 244) enfatiza que:

a solidariedade tributária não pode ser um instrumento de penalização automática de intermediários, devendo existir nexo causal entre a ação do terceiro e a ocorrência da infração.

Carvalho (2021, p. 312) complementa que “a responsabilidade tributária solidária é um mecanismo de eficiência fiscal, mas não pode gerar insegurança jurídica.

Em âmbito estadual, alguns estados já instituíram normas específicas para marketplaces. No Rio de Janeiro, por exemplo, a Lei nº 8.795/20 estabelece que as plataformas digitais respondem solidariamente pelo ICMS incidente sobre transações realizadas por vendedores terceiros, medida que visa reduzir a evasão fiscal decorrente de vendas sem nota ou subfaturamento. Jurisprudência recente

do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro (TJ-RJ, 2022) confirmou a possibilidade de responsabilização solidária, reconhecendo que a plataforma, ao intermediar a transação, detém informações essenciais para o cumprimento das obrigações fiscais.

O comércio eletrônico permite que indivíduos e empresas realizem transações em larga escala, muitas vezes ultrapassando fronteiras geográficas e sem necessidade de estruturas físicas. Essa dinâmica fortalece a economia digital, mas aumenta a vulnerabilidade às fraudes fiscais, tornando imprescindível que a legislação tributária acompanhe a inovação tecnológica. Nesse contexto, a reforma tributária brasileira, por meio da Emenda Constitucional nº 132/2023, introduziu o Imposto sobre Bens e Serviços, que simplifica a tributação sobre o consumo e prevê mecanismos de integração entre plataformas digitais e administração tributária, refletindo a tendência do legislador de reconhecer o papel das plataformas como agentes de colaboração fiscal.

O Código Tributário Nacional, em seus artigos 124 e 128, estabelece parâmetros claros para a responsabilidade tributária de terceiros, permitindo que a obrigação pelo pagamento do tributo seja atribuída a sujeitos distintos do contribuinte principal quando houver previsão legal. Essa regulamentação garante que o Estado possa cobrar créditos tributários mesmo quando o contribuinte direto não possui condições de arcar com a dívida ou não é localizado (Carvalho, 2021, p. 312).

No caso dos marketplaces, é fundamental que a lei especifique os deveres das plataformas em relação ao registro, acompanhamento e eventual pagamento de tributos sobre transações de terceiros. A jurisprudência reforça que, para a responsabilização solidária, deve haver nexo entre a atuação da plataforma e a ocorrência da infração tributária. A imposição de responsabilidade sem base legal específica ou sem considerar a capacidade de controle da plataforma poderia violar o princípio da legalidade e gerar insegurança jurídica (Castello, 2021, p. 45).

No âmbito internacional, observa-se um movimento crescente de atribuição de responsabilidades às plataformas digitais. A OCDE recomenda que marketplaces atuem como agentes fiscais indiretos, fornecendo informações sobre transações e auxiliando no recolhimento de tributos, reconhecendo que, embora a responsabilidade principal recaia sobre o vendedor, a plataforma possui condições técnicas de monitorar e colaborar com a fiscalização tributária.

Além do princípio da legalidade, outros princípios constitucionais influenciam a responsabilização tributária, como a capacidade contributiva, a proporcionalidade e a segurança jurídica. Tais princípios buscam equilibrar a eficiência arrecadatória do Estado com a proteção dos agentes econômicos, garantindo que a tributação não seja desproporcional ou arbitrária. No contexto digital, isso significa que as plataformas devem ser responsabilizadas na medida de sua capacidade de monitoramento e intervenção nas transações, sem comprometer a viabilidade econômica do comércio eletrônico (Cunha & Pecis, 2023, p. 3; Valadão & Araújo, 2021, p. 36).

Portanto, o ordenamento jurídico brasileiro combina a rigidez do princípio da legalidade com a flexibilidade necessária para lidar com novas formas de comércio, assegurando que a responsabilidade tributária seja exercida de maneira legal, proporcional e eficiente. A introdução do IBS pela Emenda Constitucional nº 132/2023 demonstra o esforço do legislador em atualizar a tributação sobre o consumo e em estabelecer mecanismos que contemplem a colaboração das

plataformas digitais, sem violar direitos fundamentais ou comprometer o desenvolvimento do mercado virtual.

2.1 Marketplaces digitais e a responsabilidade solidária: debate atual

O crescimento dos marketplaces digitais evidencia a necessidade de compreender de que forma esses modelos de negócios impactam a tributação e a responsabilização fiscal. A natureza intermediária dessas plataformas permite que monitorem transações em tempo real, armazenem dados detalhados sobre produtos e vendedores e, portanto, atuem como agentes estratégicos na prevenção de fraudes fiscais. Tal capacidade tecnológica torna os marketplaces aptos a colaborar com a administração tributária, mas também os coloca no centro do debate sobre responsabilidade solidária.

No Brasil, o tema tem ganhado relevância jurídica, ainda que a jurisprudência esteja em evolução, o Superior Tribunal de Justiça tem sinalizado em decisões uma tendência à aceitação de responsabilidade objetiva das plataformas digitais em determinadas situações, especialmente quando se verifica que a omissão da plataforma facilita a sonegação ou o não recolhimento de tributos (Castello, 2021, p. 45). A fundamentação para essa responsabilização decorre do entendimento de que o marketplace, ao atuar como intermediário e detentor de informações essenciais, possui meios técnicos de monitorar e registrar operações realizadas por vendedores terceiros.

Do ponto de vista contratual, os marketplaces se configuram como partes contratuais junto aos seus usuários, estabelecendo regras de uso, formas de pagamento e políticas de entrega. Essa posição de intermediação reforça a capacidade da plataforma de influenciar a observância das obrigações fiscais. A doutrina enfatiza que a responsabilização solidária deve sempre respeitar o princípio da proporcionalidade, garantindo que a plataforma seja responsabilizada apenas na medida de seu controle efetivo sobre a transação e sem comprometer sua viabilidade econômica (Amaro, 2016, p. 244; Carvalho, 2021, p. 312).

Entre as fraudes mais comuns, identificadas tanto no Brasil quanto internacionalmente, destacam-se: omissão ou subfaturamento de receitas; uso de empresas de fachada; triangulação de importações; e manipulação de notas fiscais eletrônicas. Essas práticas afetam a arrecadação e comprometem a equidade competitiva (Valadão & Araújo, 2021).

Os diferentes modelos de comércio eletrônico influenciam diretamente a forma como se atribui a responsabilidade tributária. No *Business to Consumer*, as vendas são realizadas diretamente de empresas para consumidores finais, geralmente formalizadas e acompanhadas de emissão de notas fiscais. No *Business to Business*, as transações ocorrem entre empresas, caracterizando operações de maior valor e complexidade, o que exige um controle fiscal mais rigoroso. Já o *Consumer to Consumer* envolve negociações entre indivíduos, frequentemente sem registro formal, o que dificulta a fiscalização tributária. Por fim, os modelos híbridos combinam diferentes tipos de transações, demandando monitoramento tecnológico e normativo avançado para assegurar a conformidade fiscal (Sales, 2021; Cunha & Pecis, 2023).

Outro ponto relevante no debate sobre responsabilidade solidária é a dificuldade de fiscalização efetiva das transações digitais. Apesar de os marketplaces terem condições técnicas de monitorar e registrar operações, a

complexidade e o volume das transações dificultam que o Estado identifique rapidamente infrações fiscais. Essa realidade evidencia a importância de mecanismos legais que definam claramente os deveres de colaboração das plataformas, estabelecendo obrigações de reporte, armazenamento de dados e comunicação com a administração tributária.

Além disso, é importante considerar a tensão existente entre inovação tecnológica e exigências legais. O ambiente digital está em constante evolução, com novos modelos de negócio, ferramentas de pagamento e formas de entrega surgindo rapidamente. Essa velocidade de transformação desafia a legislação tributária, que precisa ser suficientemente clara para garantir segurança jurídica, mas também flexível o bastante para não obstruir o desenvolvimento do comércio digital.

Especialistas apontam que a responsabilização das plataformas deve ser proporcional ao nível de controle e influência que elas efetivamente exercem sobre as transações. Ou seja, marketplaces não podem ser responsabilizados automaticamente por todas as infrações cometidas por terceiros, mas devem colaborar ativamente com a administração fiscal, fornecendo informações precisas, mantendo registros confiáveis e implementando políticas internas de compliance tributário (Cunha & Pecis, 2023, p. 3).

Nesse sentido, o debate atual enfatiza a necessidade de equilibrar dois objetivos complementares: garantir a eficiência da arrecadação tributária e proteger a viabilidade econômica do comércio digital, especialmente para micro e pequenas empresas. A adoção de normas que definam responsabilidades claras e proporcionais contribui para criar um ambiente de negócios mais seguro, transparente e justo, incentivando a formalização das atividades econômicas e fortalecendo a economia digital brasileira (Valadão & Araújo, 2021, p. 36).

Portanto, o desenvolvimento de mecanismos de monitoramento, relatórios fiscais automáticos e integração tecnológica com a administração tributária se mostra essencial. O futuro da tributação digital dependerá da capacidade do legislador de equilibrar arrecadação, proteção do contribuinte e estímulo à economia digital.

2.2 Legislação brasileira e regulamentação de marketplaces

No Brasil, os negócios digitais, até março de 2013, não possuíam qualquer regulamentação jurídica específica, desde sua ascensão, a contratação virtual vem exigindo constante adaptação do ordenamento jurídico nacional. Em se tratando de relações comerciais estabelecidas entre empresas e consumidores, a regulamentação básica é conferida pelo Código de Defesa do Consumidor. A própria Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5º, inciso XXXII, e no artigo 170, inciso V, consagra a proteção do consumidor como princípio fundamental da ordem econômica, determinando a intervenção estatal quando necessário para garantir o equilíbrio nas relações de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor aplica-se, portanto, às relações travadas em ambiente digital, ainda que não tenha sido concebido originalmente para esse contexto. A doutrinadora Laura de Toledo Ponzoni Marcondes observa que:

[...] a Internet não cria um espaço livre, alheio ao Direito. Ao contrário, as normas legais aplicam-se aos contratos celebrados pela Internet basicamente da mesma forma que a quaisquer outros negócios jurídicos. Tratando-se de contratos e consumo, são aplicáveis, portanto, as normas do Código de Defesa do Consumidor.

A partir de 2013, com a promulgação do Decreto nº 7.962/2013, passou a existir uma regulamentação específica para o comércio eletrônico, fixando deveres de transparência e informação para fornecedores e plataformas. O decreto complementa o Código de Defesa do Consumidor ao exigir que os sites disponibilizem dados claros sobre o fornecedor, condições de compra e políticas de devolução, reforçando a proteção do consumidor frente à impessoalidade das transações digitais.

Em 23 de abril de 2014, foi sancionada a lei n.º 12.965, conhecida como Marco Civil da Internet, que também possui disposições relacionadas a princípios, garantias, direitos e deveres a serem observados pelos fornecedores nos negócios digitais.

O projeto de lei, sancionado pela então Presidenta Dilma Rousseff, contou com a realização de quatro consultas públicas, conduzidas pela Agência Nacional de Telecomunicações, pelo Comitê Gestor da Internet e pelo Ministério da Justiça, órgãos responsáveis pela formulação das regras que estruturam a lei. Popularmente denominado “Constituição da Internet”, o Marco Civil estabelece diretrizes gerais para o uso da internet e serve como base para legislações mais específicas. Sua promulgação representou um avanço significativo na regulação do ambiente digital, ao oferecer mecanismos de proteção não apenas para os consumidores, mas para todos os usuários da rede, assegurando a preservação da privacidade, a responsabilização por conteúdos publicados ou compartilhados e a criação de parâmetros claros para a atuação de provedores de serviços digitais.

3 – PERSPECTIVAS DE REGULAÇÃO E DESAFIOS FUTUROS

3.1 Propostas de aprimoramento normativo e de fiscalização

A consolidação da economia digital redefiniu as bases das relações econômicas contemporâneas e, conseqüentemente, a própria estrutura arrecadatória do Estado, o avanço das tecnologias de informação e a expansão dos marketplaces virtuais criaram um ambiente transnacional de circulação de bens e serviços, desafiando os modelos tributários concebidos em uma lógica territorial e material. As operações digitais, marcadas pela desmaterialização dos fluxos econômicos e pela multiplicidade de jurisdições, exigem uma resposta normativa inovadora, capaz de compatibilizar a liberdade tecnológica com os princípios da segurança jurídica, da neutralidade fiscal e da justiça distributiva.

O modelo tradicional de tributação, orientado por critérios de territorialidade e presença física, revela-se anacrônico diante das operações digitais. A ausência de regras claras sobre a responsabilidade tributária das plataformas cria um vácuo normativo que fomenta a insegurança jurídica e a competição desleal entre os entes federativos. Lopes (2024) e Caffé (2022) destacam que essa fragmentação legislativa entre Estados e Municípios conduz à sobreposição de obrigações

acessórias e à expansão de zonas de evasão fiscal, na medida em que cada ente busca disciplinar isoladamente a tributação digital, sem coordenação sistêmica.

A promulgação da Lei Complementar nº 214/2025, que regulamenta o Imposto sobre Bens e Serviços (IBS) e a Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), representa um marco significativo nesse cenário. Essa norma introduz um novo paradigma ao reconhecer as plataformas digitais como agentes centrais do processo arrecadatório, conferindo-lhes responsabilidade solidária pelos tributos incidentes nas operações intermediadas. Essa responsabilização é especialmente relevante nos casos em que o fornecedor não emite documento fiscal eletrônico ou se encontra domiciliado no exterior, conforme destacam Pazzoto, Pisciotta e Belo (2025).

O artigo 21 da referida lei amplia o conceito de sujeito passivo, atribuindo às plataformas um papel ativo na coleta e no repasse de tributos, o que aproxima o Brasil de sistemas internacionais de compliance fiscal digital. Segundo estudo da FGV Direito Rio (2023), tal transformação implica elevação dos custos de conformidade e demanda novos investimentos em infraestrutura tecnológica e governança de dados. Trata-se de uma mudança estrutural, que exige a integração entre direito, tecnologia e gestão pública.

Entre os mecanismos mais inovadores introduzidos pela LC nº 214/2025 está o modelo de *split payment*. Por meio dele, a instituição financeira realiza automaticamente a divisão do pagamento efetuado pelo consumidor, transferindo parte diretamente ao fornecedor e outra parte aos entes tributantes. Essa automatização do recolhimento fiscal reduz significativamente as possibilidades de inadimplência e fraude, criando um sistema de fiscalização embutido nas próprias transações financeiras. O modelo, já testado na União Europeia, representa uma forma de “fiscalização tecnológica”, em que a arrecadação se torna quase instantânea e integralmente rastreável.

Contudo, a responsabilização solidária das plataformas precisa respeitar os limites constitucionais da legalidade e da proporcionalidade tributária. Como ensina Hugo de Brito Machado (2022), a responsabilidade de terceiros não pode ser instituída por mera conveniência administrativa; deve haver previsão legal expressa e fundamento na efetiva capacidade de controle da operação. Em outras palavras, a solidariedade fiscal só se justifica quando o intermediário tem ingerência concreta sobre a realização do fato gerador ou sobre a retenção do tributo.

A criação de um marco legal nacional sobre tributação digital, inspirado no Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014), surge como solução estruturante. Esse instrumento poderia uniformizar critérios de cooperação federativa, disciplinar o compartilhamento de informações e estabelecer padrões tecnológicos mínimos, em harmonia com os princípios da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018). Tal unificação normativa reduziria o “caos federativo” e promoveria a atuação coordenada entre União, Estados e Municípios.

A modernização da fiscalização também deve incorporar tecnologias avançadas. O uso de big data, inteligência artificial e blockchain possibilita o rastreamento automatizado de fluxos financeiros e o cruzamento de informações em tempo real. Modelos de e-reporting, como o adotado na União Europeia e recomendado pela OCDE (2021), podem ser adaptados à realidade brasileira para identificar inconsistências e prevenir fraudes estruturadas.

Além disso, a implementação de um selo de conformidade fiscal digital, conforme sugerem Valadão e Araújo (2022), representaria um importante

mecanismo de incentivo à transparência e à governança tributária. Esse selo funcionaria como certificação de regularidade fiscal, permitindo que apenas plataformas em plena conformidade com as obrigações legais operem no mercado nacional, fortalecendo a confiança do consumidor e a reputação institucional das empresas.

Em síntese, o aprimoramento normativo e fiscalizatório da economia digital deve se fundamentar em três eixos estratégicos: transparência, cooperação e proporcionalidade. Somente pela integração entre inovação tecnológica e justiça fiscal o Estado poderá combater fraudes de maneira eficaz, sem sufocar o dinamismo que caracteriza a economia digital.

3.2 Experiências internacionais de responsabilização

A análise comparada de experiências internacionais evidencia que a responsabilização tributária de intermediários digitais é uma tendência global, consolidada como resposta à desmaterialização das operações econômicas. Países de diferentes sistemas jurídicos têm buscado soluções normativas que conciliem eficiência arrecadatária, neutralidade fiscal e liberdade de mercado.

Na União Europeia, a Diretiva (UE) 2017/2455 introduziu o conceito de deemed supplier, segundo o qual as plataformas digitais são consideradas “fornecedoras presumidas” para fins de recolhimento do IVA em transações com vendedores situados fora do território europeu. Pistone e Weber (2021) destacam que esse modelo reconhece o papel das plataformas como intermediárias privilegiadas, detentoras do controle das informações e dos fluxos financeiros. O objetivo é garantir que o tributo seja recolhido na origem da operação digital, independentemente da localização física do vendedor.

O Reino Unido, ao reformar sua legislação em 2021, adotou postura semelhante, impondo aos marketplaces a obrigação de reter e repassar o VAT quando o vendedor não possui registro local. Além disso, a lei britânica estabeleceu deveres de reporte fiscal periódico, assegurando maior transparência nas transações (OECD, 2022). A política combina responsabilidade subsidiária e dever de informação, equilibrando a eficiência fiscal com a liberdade econômica.

Nos Estados Unidos, o modelo é descentralizado e regulado por legislações estaduais. A Marketplace Facilitator Law, vigente em estados como Califórnia e Texas, impõe às plataformas a responsabilidade pela coleta e remessa do sales tax em nome dos vendedores. Segundo Sullivan (2020), esse sistema é guiado pelo princípio da eficiência administrativa e pela redução dos custos de fiscalização, já que as plataformas centralizam as operações de venda e pagamento.

Na China, a administração tributária integra plataformas e fisco nacional por meio de um sistema de monitoramento em tempo real. Li (2020) observa que o modelo chinês associa inteligência artificial e análise preditiva para detectar padrões de evasão e garantir o recolhimento automático de tributos. Essa abordagem tecnológica reflete a lógica de um Estado fiscal digital, capaz de fiscalizar de forma contínua e algoritmizada.

Na América Latina, observa-se um movimento semelhante de modernização. O México implementou mecanismos automáticos de retenção do IVA e do imposto de renda diretamente pelas plataformas, enquanto o Chile exige programas de compliance fiscal e relatórios periódicos à autoridade tributária (OCDE, 2021). Esses modelos refletem a busca por equilíbrio entre controle estatal

e liberdade de iniciativa privada, respeitando os princípios da legalidade e da proporcionalidade.

Essas experiências internacionais indicam que o sucesso da responsabilização das plataformas depende não apenas da imposição de obrigações, mas da construção de uma governança cooperativa entre Estado e empresas tecnológicas. No contexto brasileiro, essas lições sugerem a adoção de um modelo colaborativo e tecnológico, que combine deveres de informação, retenção seletiva e incentivos à conformidade fiscal, sem prejudicar a inovação e o empreendedorismo digital.

3.3 Desafios e direções futuras para o Brasil

O Brasil enfrenta o desafio de adequar seu sistema tributário às exigências da economia digital sem comprometer a liberdade econômica e o ambiente de inovação. A Emenda Constitucional nº 132/2023, ao instituir o Imposto sobre Bens e Serviços (IBS) e a Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), e a Lei Complementar nº 214/2025, que regulamenta seus mecanismos operacionais, inauguram uma nova etapa de modernização fiscal, marcada pela busca de simplificação, transparência e integração tecnológica. Entretanto, a efetividade dessas normas dependerá da capacidade de promover uma profunda articulação institucional entre os entes federativos e de adaptar a administração tributária às dinâmicas da economia digital globalizada.

Entre os principais desafios dessa transição, destacam-se: (a) a necessidade de harmonizar legislações estaduais e municipais, reduzindo a multiplicidade normativa que desestimula investimentos e compromete a competitividade; (b) a criação de mecanismos de cooperação entre plataformas digitais e fisco, com padrões tecnológicos interoperáveis e mecanismos seguros de compartilhamento de dados; (c) a garantia de proteção de dados e a preservação da segurança jurídica, em consonância com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018); e (d) o fortalecimento da infraestrutura digital do Estado e a capacitação técnica dos auditores fiscais para atuar em um ambiente altamente automatizado e transnacional.

Sales (2021) ressalta que o direito tributário contemporâneo deve ser compreendido como instrumento de política pública e de regulação econômica, voltado não apenas à arrecadação, mas também à promoção do desenvolvimento social e da equidade. Nesse sentido, a reforma tributária deve transcender a mera racionalização administrativa e buscar fomentar confiança institucional, previsibilidade e justiça fiscal. Da mesma forma, Costa e Silva (2023) argumentam que a transição para a tributação digital demanda uma nova concepção de governança fiscal, na qual a tecnologia se torne meio de concretização dos princípios constitucionais da eficiência, da transparência e da cooperação federativa.

O futuro da tributação digital no Brasil passa pela implementação de um sistema fiscal inteligente, baseado em interoperabilidade, automação e transparência. Tecnologias como blockchain, inteligência artificial e big data podem possibilitar auditorias em tempo real, rastreamento automatizado de operações e emissão imediata de relatórios fiscais, reduzindo custos de compliance e aumentando a eficiência arrecadatória. Entretanto, a adoção efetiva dessas ferramentas depende da consolidação de um pacto federativo voltado à integração

de dados, à padronização de sistemas e à criação de uma cultura administrativa orientada pela governança digital.

A experiência comparada demonstra que países que avançaram na tributação digital - como Estônia, Reino Unido e Coreia do Sul - combinaram inovação tecnológica com marcos regulatórios claros e interoperáveis. No caso brasileiro, é fundamental que a digitalização tributária venha acompanhada de políticas de inclusão tecnológica e de fortalecimento da capacidade institucional do Estado. Somente por meio da integração entre direito, tecnologia e ética pública será possível construir uma tributação digital compatível com os valores constitucionais do Estado Democrático de Direito e com os desafios da economia do século XXI.

3.4 O papel ético e econômico das plataformas digitais na conformidade tributária

As plataformas digitais ocupam posição central na arquitetura econômica contemporânea, funcionando como mediadoras complexas entre consumidores, fornecedores e o Estado. Sua atuação vai muito além da intermediação comercial: elas estruturam fluxos de informação, controlam cadeias logísticas e influenciam padrões de consumo e de arrecadação. Essa centralidade confere às plataformas uma dimensão ética e institucional que transcende o mero papel empresarial, atribuindo-lhes responsabilidade social e fiscal em um ambiente de economia globalizada e digitalmente interconectada.

No campo tributário, essas plataformas emergem como agentes de interesse público, partícipes do esforço coletivo de promover integridade, transparência e justiça fiscal. Como destaca Rodrigo Lopes (2024), o futuro da tributação digital dependerá da capacidade das plataformas de incorporar valores de responsabilidade social e fiscal à sua governança corporativa, internalizando práticas de *compliance* tributário e de transparência algorítmica. A conformidade fiscal, portanto, deixa de ser um mero ônus regulatório para converter-se em ativo reputacional, associado à sustentabilidade do próprio modelo de negócios e à legitimidade social das corporações digitais.

A literatura recente tem enfatizado que a ética corporativa na era digital assume caráter estratégico. Segundo Pazzoto, Pisciotta e Belo (2025), empresas que adotam políticas robustas de integridade fiscal, auditorias automatizadas e prestação de contas em tempo real ampliam sua credibilidade perante consumidores, investidores e órgãos públicos. Trata-se de um movimento que alinha a competitividade global à responsabilidade social, reconhecendo que a conformidade tributária é também um fator de governança econômica.

A consolidação de uma cultura de conformidade fiscal digital contribui para a formação de um ecossistema de governança inteligente, no qual tecnologia, ética e legalidade se articulam como pilares complementares. Nesse modelo, a cooperação entre Estado e plataformas não se baseia na coerção, mas em valores compartilhados de responsabilidade social e confiança institucional. Como observa Sales (2021), a modernização tributária deve ser orientada por uma lógica de corresponsabilidade, em que o setor privado participa ativamente da promoção da justiça fiscal e da sustentabilidade das políticas públicas.

Desse modo, o fortalecimento da ética fiscal digital implica a construção de um novo pacto de cidadania tributária, no qual inovação e justiça social caminham lado a lado. A adoção de tecnologias como blockchain, *machine learning* e *big data*

analytics permite auditorias preditivas, detecção automática de inconsistências e mecanismos de monitoramento contínuo, elevando o padrão de integridade fiscal sem restringir a liberdade econômica. O desafio, contudo, está em equilibrar eficiência arrecadatória e proteção de direitos fundamentais, de modo que a tributação digital se converta em instrumento de equidade e desenvolvimento sustentável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O comércio eletrônico, especialmente por meio dos marketplaces virtuais, consolidou-se como um dos fenômenos mais marcantes da economia contemporânea, alterando profundamente a forma de consumo, de produção e de arrecadação tributária. A expansão das plataformas digitais ampliou o acesso ao mercado e democratizou oportunidades de inserção econômica, permitindo que pequenos empreendedores e consumidores participem de um ecossistema global de trocas. Contudo, essa mesma expansão introduziu novas modalidades de fraudes fiscais, como a omissão de receitas, o subfaturamento e o uso de empresas de fachada, que comprometem a justiça fiscal, a concorrência leal e a efetividade da arrecadação estatal.

Verifica-se que o ordenamento jurídico brasileiro ainda carece de um marco legal uniforme sobre a responsabilidade tributária das plataformas digitais. Embora o artigo 124 do Código Tributário Nacional ofereça amparo à aplicação da solidariedade tributária, sua extensão deve ser interpretada com cautela, observando-se os princípios constitucionais da legalidade, da proporcionalidade e da capacidade contributiva. Nesse cenário, a Lei Complementar nº 214/2025 representa um avanço relevante ao regulamentar o Imposto sobre Bens e Serviços (IBS) e a Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), reconhecendo as plataformas como agentes de relevância fiscal. A introdução do modelo de split payment, que possibilita o recolhimento automático dos tributos incidentes nas transações, surge como instrumento promissor para mitigar evasões fiscais e promover maior eficiência arrecadatória.

A partir da análise doutrinária e jurisprudencial, constatou-se que a responsabilização solidária das plataformas digitais não deve ser generalizada. Como defendem Hugo de Brito Machado (2022) e Luciano Amaro (2016), a solidariedade tributária somente é legítima quando há nexos diretos entre a atuação do intermediário e a infração tributária. A mera intermediação tecnológica ou a disponibilização de infraestrutura digital não bastam para justificar a transferência de deveres estatais ao particular. Essa interpretação, além de resguardar a proporcionalidade, preserva a coerência sistêmica do direito tributário e evita a criação de encargos excessivos que poderiam inviabilizar a inovação tecnológica.

Adicionalmente, a ausência de uniformidade entre legislações estaduais e municipais, com normas distintas impondo deveres de informação, retenção e recolhimento, tem fragilizado a segurança jurídica e criado um ambiente de incerteza normativa. Caffé (2022) e Lopes (2024) destacam a urgência de uma lei nacional de tributação digital, capaz de centralizar diretrizes sobre cooperação fiscal, compartilhamento de dados e padrões tecnológicos, em consonância com o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) e com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018). A ausência de coordenação entre os entes

federativos resulta em um verdadeiro caos federativo, no qual a multiplicidade de normas compromete a competitividade e desestimula investimentos em inovação.

A literatura recente, como apontam Pazzoto, Pisciotta e Belo (2025), FGV Direito Rio (2023), Lopes (2024) e Caffé (2022), enfatiza que a transferência indiscriminada de deveres fiscais às plataformas pode gerar aumento expressivo nos custos de compliance e distorções concorrenciais. A criação de um marco regulatório nacional de tributação digital é, portanto, imprescindível para assegurar tratamento isonômico, eficiência administrativa e proteção jurídica dos agentes econômicos. Tal marco deveria inspirar-se em experiências exitosas como o próprio Marco Civil da Internet, estabelecendo padrões mínimos de cooperação, transparência e responsabilidade fiscal, bem como mecanismos de auditoria tecnológica integrados a sistemas de governança pública.

As experiências internacionais analisadas, notadamente da União Europeia, dos Estados Unidos e da China, indicam uma tendência de governança fiscal cooperativa, na qual as plataformas digitais atuam como parceiras do Estado no processo de fiscalização e arrecadação, sem que isso implique substituição do papel estatal. Nesses modelos, a utilização de tecnologias como inteligência artificial, big data e blockchain permite auditorias em tempo real, rastreabilidade das operações e maior controle sobre as obrigações tributárias, conciliando eficiência arrecadatória com liberdade de inovação.

Em perspectiva ética e institucional, as plataformas digitais assumem papel de agentes corresponsáveis pela integridade fiscal e pela promoção da justiça social. A consolidação de uma cultura de compliance fiscal digital transforma a conformidade tributária em ativo reputacional, fortalecendo a confiança dos consumidores e a credibilidade do ambiente econômico. Tal compromisso ético, associado à adoção de padrões tecnológicos de transparência, contribui para a construção de um ecossistema digital mais justo, competitivo e sustentável.

Conclui-se, assim, que o futuro da tributação digital no Brasil depende da integração equilibrada entre direito, tecnologia e ética corporativa. O Estado deve buscar a modernização fiscal por meio de instrumentos inovadores e cooperativos, sem sufocar o potencial criativo e econômico das plataformas digitais. Estas, por sua vez, devem reconhecer seu papel estratégico como parceiras legítimas na construção de um modelo de arrecadação transparente, equilibrado e socialmente justo. Somente pelo equilíbrio entre inovação, responsabilidade e segurança jurídica será possível desenvolver um sistema tributário digital compatível com as demandas da economia do século XXI e com os valores constitucionais de um Estado Democrático de Direito.

REFERÊNCIAS:

AGUIAR, André Mendes de. Tributação e economia digital. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2024.

AMARO, Luciano. Direito Tributário Brasileiro. 21. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.
BRASIL. Código Tributário Nacional. Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966.
Diário Oficial da União, Brasília, DF, 27 out. 1966.

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Diário Oficial da União: Seção 1, Brasília, DF, p. 1, 5 out. 1988.

BRASIL. Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013. Regulamenta a contratação no comércio eletrônico. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 mar. 2013.

CAFFÉ, Mariana. Tributação e economia digital: desafios contemporâneos da fiscalidade eletrônica. São Paulo: Quartier Latin, 2022.

CARDOSO, Felipe Augusto. Marketplaces digitais e responsabilidade tributária. São Paulo: Almedina, 2023.

CARMO, Rafael Moreira do. Comércio eletrônico e desafios tributários: impactos da pandemia da COVID-19. Belo Horizonte: Fórum, 2021.

CARVALHO, Paulo de Barros. Curso de Direito Tributário. 30. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

CASTELLO, Mariana Rodrigues de. Fraudes fiscais no comércio eletrônico e a responsabilidade das plataformas digitais. Revista de Direito Tributário Contemporâneo, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 115–140, 2021.

COTS, Guilherme. E-commerce e tributação: desafios e perspectivas. Curitiba: Juruá, 2014.

CUNHA, Ana Beatriz; PECIS, Renata. Marketplaces digitais e responsabilidade tributária. São Paulo: Almedina, 2023.

FERNANDES, Lucas. Deemed Supplier e responsabilidade fiscal de marketplaces. Lisboa: Instituto de Fiscalidade, 2023.

FGV DIREITO RIO. Estudo sobre conformidade fiscal e plataformas digitais. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2023.

LI, Wen. Digital taxation and governance in China: real-time monitoring and compliance. Beijing: Tsinghua University Press, 2020.

LOPES, Rodrigo Manfroi. Plataformas digitais e responsabilidade tributária no Brasil contemporâneo. Belo Horizonte: Fórum, 2024.

MACHADO, Hugo de Brito. Curso de Direito Tributário. 41. ed. São Paulo: Malheiros, 2022.

OCDE. Tax challenges arising from digitalisation: report on e-reporting and VAT compliance. Paris: OECD Publishing, 2021.

OCDE. The Role of Digital Platforms in the Collection of VAT/GST on Online Sales. Paris: OECD Publishing, 2019.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). The Role of Digital Platforms in the Collection of VAT/GST on Online Sales. Paris: OECD Publishing, 2019.

PAZZOTO, Fábio; PISCIOTTA, Mariana; BELO, André. O IBS e a responsabilidade fiscal das plataformas digitais. *Revista de Direito Tributário Contemporâneo*, v. 9, n. 2, p. 115–139, 2025.

PISTONE, Pasquale; WEBER, Dennis. The EU VAT system and platform responsibility. Amsterdam: IBFD, 2021.

SALES, Eduardo. Tributação e desenvolvimento econômico: perspectivas para o Brasil pós-reforma. Brasília: Enap, 2021.

SALES, Rischard. E-commerce e tributação digital. São Paulo: Atlas, 2021.

SOUZA, Mariana Rodrigues de. Fraudes fiscais no comércio eletrônico e a responsabilidade das plataformas digitais. *Revista de Direito Tributário Contemporâneo*, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 115–140, 2021.

SULLIVAN, Martin A. Marketplace Facilitator Laws and the future of sales tax compliance. Washington: Tax Analysts, 2020.

TORRES, Heleno Taveira. *Direito Tributário e Comércio Eletrônico*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

UNIÃO EUROPEIA. Diretiva (UE) 2017/2455 do Conselho, de 5 de dezembro de 2017. Estabelece regras comuns sobre o IVA aplicável ao comércio eletrônico.

VALADÃO, Cláudia; ARAÚJO, Fernando. *Comércio eletrônico e responsabilidade fiscal*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2021.

VALADÃO, Gustavo; ARAÚJO, Cláudia. Selo de conformidade fiscal digital e governança tributária em marketplaces. *Revista Brasileira de Direito Digital*, v. 4, n. 1, p. 67–89, 2022.