

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE DIREITO
DEPARTAMENTO DE DIREITO PÚBLICO E FILOSOFIA DO DIREITO

Otávio Delavi Carvalho

**ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO: RESPONSABILIDADE DOS
AGENTES DIANTE DE VIOLAÇÕES AO DIREITO DO CONSUMIDOR**

Porto Alegre

2018

OTAVIO DELAVI CARVALHO

**ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO: RESPONSABILIDADE DOS
AGENTES DIANTE DE VIOLAÇÕES AO DIREITO DO CONSUMIDOR**

Monografia de conclusão de curso apresentada à Banca Examinadora como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Área de concentração: Direito do Consumidor.

Orientadora: Professora Doutora Claudia Lima Marques.

Porto Alegre

2018

OTAVIO DELAVI CARVALHO

**ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO: RESPONSABILIDADE DOS
AGENTES DIANTE DE VIOLAÇÕES AO DIREITO DO CONSUMIDOR**

Monografia de conclusão de curso apresentada à Banca Examinadora como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Área de concentração: Direito do Consumidor.

Monografia a ser apresentada em 12 de dezembro de 2018.

BANCA EXAMINADORA

Professora Doutora Claudia Lima Marques (Orientadora)

Professor(a)

Professor(a)

RESUMO

O presente trabalho visa a analisar a responsabilidade dos agentes que compõem o pólo fornecedor na economia do compartilhamento. Este novo modelo de negócios, resultante principalmente do desenvolvimento tecnológico suportado desde o início do século, apresenta uma configuração diversa daquela usualmente percebida no mercado de consumo. Sai de cena o tradicional fornecedor, e entram o particular que compartilha o bem e a plataforma digital que viabiliza a transação. Dessa forma, a primeira parte do trabalho se dedica a apresentar um panorama da economia do compartilhamento, investigando-se suas principais características e peculiaridades. No segundo capítulo, o foco passa a ser a análise da responsabilidade dos fornecedores, desenvolvendo-se o conceito de responsabilidade pela confiança criada e, especialmente, examinando-se os critérios utilizados em decisões judiciais para responsabilizar plataforma viabilizadora e fornecedor aparente em caso de danos causados a consumidores.

Palavra-chave: Direito do consumidor; Economia do compartilhamento; Comércio eletrônico; Plataformas digitais.

ABSTRACT

This paper aims to discuss the liability of the agents that make up the supplier pole in the sharing economy. This new business model resulting mainly from technological development since the beginning of the century presents a configuration distinct from the one usually perceived in the consumer market. The traditional supplier comes out of the scene, and the person that shares the good for money and the digital platform that enables the transaction emerge replacing it. Thus, the first part of the paper is devoted to presenting an overview of the sharing economy, investigating its main characteristics and peculiarities. In the second chapter, the focus is the analysis of the liability of suppliers, developing the concept of liability for the trust created and, especially, examining the criteria used in judicial decisions to make both the platform and the private individual liable in case of damages caused to consumers.

Key-words: Consumer law; Sharing economy; E-commerce; Digital platforms.

Ao Babilônia.

AGRADECIMENTO

Agradeço aos meus pais, meus avós e meu irmão, pelo incondicional apoio ao longo dos últimos anos, em especial naquele que antecedeu o ingresso nesta Universidade. O suporte que proporcionaram foi fundamental para que a graduação em direito se concretizasse de modo prazeroso. A confiança e liberdade que me depositaram permitiu que pudesse sonhar com objetivos grandes.

Agradeço ao Grupo de Pesquisa Mercosul, Direito do Consumidor e Globalização, por ter sido, desde o primeiro semestre da Faculdade, o ambiente no qual desenvolvi minha paixão pela pesquisa e onde, a cada encontro, fui inspirado por pessoas brilhantes.

Agradeço à minha orientadora, Professora Dra. Claudia Lima Marques, por ter me guiado de forma segura e estimulante no caminho da pesquisa, com sua sensibilidade por temas tão caros a uma sociedade humanista.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1. A ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO COMO UM FENÔMENO DO SÉCULO XXI	10
1.1. CONTRATOS MODERNOS DE CONSUMO	10
1.1.1. <i>Contratação no âmbito da internet</i>	10
1.1.2. <i>O compartilhamento como alternativa</i>	18
1.2. CARACTERÍSTICAS DA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO	26
1.2.1. <i>Operacionalização do modelo de negócios</i>	27
1.2.2. <i>Agentes atuantes</i>	34
2. RESPONSABILIDADE DOS FORNECEDORES POR DANOS CAUSADOS AO CONSUMIDOR	39
2.1. CONCEITUAÇÃO DE FORNECEDOR NA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO	39
2.1.1. <i>Intermediador como gatekeeper</i>	40
2.1.2. <i>O fornecedor aparente</i>	44
2.2. EXTENSÃO DA RESPONSABILIDADE	46
2.2.1. <i>Responsabilidade pela confiança criada</i>	47
2.2.2. <i>Critérios judiciais</i>	52
CONCLUSÃO	60
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62

INTRODUÇÃO

A partir do advento da internet como efetivo meio de contratação, mudou-se a forma de consumir. A exclusividade de estabelecimentos físicos e contato direto entre consumidor e fornecedor deu lugar a uma distância virtual, preponderando a impessoalidade da relação. Entretanto, se no início do século havia uma forte resistência a este meio de celebração de negócios, em especial pela ausência de segurança jurídica, neste final de segunda década não há dúvidas quanto à solidez e eficiência da internet na constituição de relações jurídicas.

Em um primeiro momento os negócios que obtiveram êxito nos meios eletrônicos foram aqueles que tradicionalmente eram realizados no mundo físico, em especial compra e venda de bens. Com o crescimento dos níveis de confiança, outras formas de contratação foram ganhando destaque, principalmente pelo fato de, em razão de suas características, poderem ser celebradas tão somente de forma *online*. Esta é justamente a situação da temática deste trabalho.

A economia do compartilhamento se apresenta como uma temática relevante e atual no campo do direito. Ao longo dos últimos anos, os contratos de *sharing* têm se popularizado e multiplicado em grandes proporções. Como um reflexo de um contexto econômico em que a aquisição de bens de forma definitiva passou a ser vista como inviável na forma como ocorria, a economia compartilhada é vislumbrada como uma alternativa sustentável de modelo de negócios.

Este modelo disruptivo de transações econômicas no mercado de consumo traz uma gama de desafios aos juristas em diversas áreas: para o direito público, questões de regulamentação dos serviços prestados; para o direito tributário, qualificação da atividade para fins de arrecadação; para o direito de trabalho, identificar a existência ou não de uma relação de emprego entre plataforma e agente parceiro. Contudo, é no campo do direito do consumidor que os desafios jurídicos são enfrentados no presente trabalho.

A estrutura peculiar que a economia do compartilhamento demonstra destoa daquela usualmente verificada no mercado de consumo. Ao invés de um fornecedor que em troca da remuneração do consumidor presta diretamente - ou por meio de sua cadeia de fornecimento com outras empresas - um serviço ou vende um determinado bem, tem-se uma relação tríplice em que há o consumidor, destinatário final; o fornecedor aparente, pessoa física que compartilha o bem; e a plataforma viabilizadora, que organiza o modelo de negócios e é peça indispensável para a concretização da troca.

Ocorre que a figura de um intermediador em uma transação econômica não é novidade no mercado de consumo; o que faz a economia do compartilhamento ser destacado objeto de estudos é a manutenção essencial de uma relação *peer to peer* (P2P) em que duas pessoas físicas desconhecidas compartilham um determinado bem entre si, porém com a presença indispensável deste agente que atua de forma profissional, envolvendo-se em cada dimensão dessa relação. Em uma estrutura triangular, o fluxo não recíproco de prestações se desenvolve de forma que o consumidor efetua o pagamento para a plataforma; a plataforma, por sua vez, facilita a troca e realiza o repasse ao proprietário do bem; o fornecedor aparente compartilha o bem com o consumidor e recebe o pagamento da plataforma.

Desta forma, dispõe-se de uma estrutura de modelo de negócio que torna a responsabilidade por danos do pólo fornecedor, composto pela plataforma viabilizadora e pelo fornecedor aparente, um assunto expressivo no âmbito do direito do consumidor. Com isso, para analisar tal questão, este trabalho está dividido em duas partes: a primeira centrada na ideia de economia do compartilhamento como um fenômeno recente e suas características principais e a segunda focada no estudo mais aprofundado dos encargos de responsabilidade jurídica dos fornecedores.

1. A ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO COMO UM FENÔMENO DO SÉCULO XXI

1.1. CONTRATOS MODERNOS DE CONSUMO

O desenvolvimento tecnológico verificado, especialmente ao longo dos últimos 20 anos, permitiu que pessoas ao redor do mundo pudessem facilmente se comunicar e interagir a custos baixos. Consequentemente, percebeu-se desde cedo que seria possível, através da rede mundial de computadores se estabelecer de forma eficiente trocas comerciais antes dificultadas em decorrência das grandes distâncias entre contratantes. Com isso, o século XXI é marcado, entre tantas mudanças, pelo estabelecimento e fortalecimento da internet com um preponderante meio de contratação à distância.

Com a ampla popularização do acesso a computadores e *smartphones* e o emprego de tecnologias, naturalmente se verificou uma verdadeira expansão de um mercado de consumo centrado na internet como um meio de contratação. Desta maneira, nesta chamada “sociedade da informação”, há uma valorização dos contratos de fornecimento de serviços e compra de bens celebrados à distância e por espaços eletrônicos.¹

Se por um lado, contudo, a internet proporciona a contratação de serviços e compra de produtos de forma simplificada, por outro se apresenta como um relevante desafio para o direito, em especial aquele que visa à tutela da parte mais vulnerável² da relação, o direito do consumidor. Assim, visa-se a compreender o modo como o direito pode garantir aos consumidores a certeza de que seus direitos serão protegidos em um ambiente em que o contato com o fornecedor não ocorre presencialmente. Particularmente, a busca de entender como, em um modelo de negócios tão próprio quanto a economia do compartilhamento, os consumidores terão sua posição de contratante mais vulnerável amparada pelas regras jurídicas será desenvolvida ao longo do presente trabalho.

1.1.1. Contratação no âmbito da internet

O fácil acesso a baixo custo aos dispositivos eletrônicos e a conexões de internet, acrescido do crescimento do poder de compra da população média, se mostra uma soma que

¹ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

² Posteriormente, abordar-se-á o conceito de vulnerabilidade do consumidor que contrata por meio da internet.

torna o fenômeno da contratação online difundido. Aliado a isso, tem-se que o novo padrão de riqueza na sociedade se baseia na noção de constantemente se estar contratando.³ A internet, dessa maneira, acaba por eliminar a necessidade de deslocamento entre as partes, sendo a sua utilização um facilitador do estabelecimento de conexões entre pessoas.⁴

Apesar de serem destacados objeto de estudos jurídicos, os contratos de consumo celebrados à distância por meio da internet compartilham diversas características com aqueles estabelecidos fisicamente entre consumidores e fornecedores. As disposições contratuais em si que estipulam as obrigações das partes guardam significativa semelhança com os contratos de consumo usuais. Conforme acentua Antônia Klee:

As questões envolvendo os contratos de consumo a distância no comércio eletrônico (B2C) relacionam-se mais ao método do que ao conteúdo dos contratos. Isso porque o conteúdo do contrato será o mesmo - contratos de adesão, cujas cláusulas são predeterminadas pelo fornecedor -, sendo celebrados no meio eletrônico ou não. "A presença do elemento eletrônico é a novidade do ponto de vista da estrutura jurídica e econômica, em todas essas operações, que já existiam antes".⁵

A difusão do uso da internet como meio de contratação ocorreu de forma tão expressiva em função da facilidade com que os consumidores têm acesso a um mercado de consumo global, podendo se comunicar diretamente com fornecedores, criando fóruns de discussão sobre produtos e serviços prestados pela rede, fazendo reclamações e sendo atendidos por seus fornecedores.⁶ É muito mais vantajoso, assim, para um consumidor que, por exemplo, vive em uma cidade pequena com uma baixa variedade de estabelecimentos comerciais, do ponto de vista de custos, realizar buscas de produtos em plataformas online com um catálogo praticamente inesgotável do que se deslocar aos grandes centros urbanos.

Deste modo, em decorrência do surgimento dessa relevante demanda gerada pelo advento do amplo acesso à internet nos últimos anos, constatou-se uma oferta de plataformas eletrônicas de compra de produtos e fornecimento de serviços. Posteriormente, bem estabelecida a internet como um meio comumente considerado confiável para contratação, surgem e difundem-se plataformas virtuais que facilitam o intercâmbio entre usuários por meio

³ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

⁴ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

⁵ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

⁶ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

do compartilhamento.⁷ Tais plataformas, que terão no trabalho sua análise aprofundada, tratam-se de um passo subsequente ao simples comércio eletrônico no âmbito das contratações na internet, uma vez que o serviço prestado envolve simbioticamente prestações obrigacionais a serem cumpridas tanto presencialmente quanto à distância pela parte fornecedora.

Algumas qualidades acentuadas do comércio eletrônico são o baixo custo e a ligação instantânea em tempo real, estabelecida mediante uma “uma troca constante de dados e atualizada segundo a segundo”.⁸ A impessoalidade da relação entre as partes é um fator de destaque, também, do comércio eletrônico, pois não há presença física dos contratantes no momento da transação, sendo elas substituídas por um conjunto de informações que identificam especialmente a parte fornecedora de forma abstrata.⁹

É, a partir de uma ponderação dessas características, que Antônia Klee define comércio eletrônico, inicialmente, como “toda e qualquer forma de transação comercial em que as partes interagem eletronicamente, em vez de estabelecer um contato físico direto e simultâneo”¹⁰ e, posteriormente, da seguinte maneira, *in verbis*:

O comércio eletrônico caracteriza-se pelas operações comerciais que se desenvolvem por meios eletrônicos ou informáticos, ou seja, o conjunto de comunicações eletrônicas realizadas com objetivos publicitários ou contratuais entre as empresas e seus clientes. A contratação eletrônica é a celebração ou a conclusão de contratos por meio de ambientes ou instrumentos eletrônicos.¹¹

Tão logo se constata o fenômeno da massificação dos contratos de consumo celebrados por meio da internet, uma característica intrínseca à condição de consumidor passa a ter atributos particularidades, a vulnerabilidade. Trata-se essa vulnerabilidade de estado realçado pelo meio à distância e eletrônico. Algumas de suas peculiaridades são a insegurança com relação à pertinência da celebração do contrato, tal como a dificuldade em identificar o objeto do contrato, a dificuldade de identificar o fornecedor do produto ou do serviço - especialmente no caso da economia do compartilhamento -, e a dificuldade de um modo geral apresentada pelo meio, que pode inibir a capacidade de decisão do consumidor.¹²

⁷ VERBICARO, Dennis; PEDROSA, Nicolas Malcher. “O impacto da economia de compartilhamento na sociedade de consumo e seus desafios regulatórios”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 113/2017, p. 457 - 482, Set. - Out. de 2017.

⁸ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

⁹ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

¹⁰ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

¹¹ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

¹² KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

Nota-se que o consumidor que contrata nos meios eletrônicos não possui à sua disposição facilidades que nos estabelecimentos comerciais físicos são propiciadas descomplicadamente. Na segunda hipótese, havendo alguma dúvida quanto ao serviço ou produto adquirido, ou a necessidade de obtenção de informações a respeito dos termos contratuais, ou até mesmo no caso de algum contratempo e sua necessária ágil resolução, é possível interagir diretamente com um funcionário do estabelecimento. Isso, por outro lado, não ocorre nas plataformas digitais: orientações são pré-disponibilizadas aos consumidores, providenciando-se informações a respeito do serviço ou produto ofertado, estando ele restrito a canais de comunicação à distância para a solução de eventuais transtornos.

Claramente, o consumidor digital se encontrará em uma situação de vulnerabilidade agravada em função do meio de contratação. Para tanto, determinados elementos ganham destaque e relevância na mitigação dessa vulnerabilidade: a confiança e a informação. A confiança tem função essencial nas relações onde a outra parte contratante - no caso o fornecedor - é de difícil acesso ou até mesmo identificação. Dessa forma, ao fornecedor é imputado quase que um dever de promover essa confiança, considerando-se que, nas palavras de Klee, “o risco da atividade é do fornecedor, que escolheu o meio eletrônico como canal de comunicação com seus consumidores.”¹³

O outro elemento central nessas relações de consumo é o da informação. Ao consumidor deve ser oportunizada a mais ampla e esclarecedora quantidade de informações que o permita celebrar o contrato de forma consciente. Especialmente por não ter ao seu alcance a possibilidade de se deslocar ao estabelecimento comercial e buscar esclarecimentos com funcionários da empresa, contar com a disponibilidade de prévia informações faz com que efetivamente se reduza os prejuízos da vulnerabilidade ampliada em razão do meio de contratação à distância.

Nada obstante os contratos eletrônicos de consumo guardam grandes semelhanças com aqueles celebrados presencialmente, em que o consumidor conclui a compra diretamente com o próprio fornecedor ou perante um representante seu, há características especiais que o levam a ser objeto diferenciado de estudo. Nestes contratos, há uma vinculação em rede da oferta e da aceitação, isto é, um conjunto de dados eletrônicos transmitidos virtualmente servem como meio

¹³ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

de expressão da vontade de contratar - basta que a oferta seja feita disponibilizada no meio eletrônico pelo consumidor para que seja considerada como de pessoa presente.¹⁴

Outro aspecto essencial do contrato celebrado por meio da internet é que a pactuação ocorre no âmbito das redes, porém as prestações do fornecedor serão efetivadas no âmbito físico, em grande parte dos casos. Nesse sentido, afirma Antônia Klee:

O contrato celebrado por meio da internet é um exemplo de um novo modo de contratar, do qual se originam obrigações, que nascem no meio eletrônico e são transpostas para o meio convencional. Note-se que a especificidade do contrato eletrônico está em poder ser concluído mediante o uso de redes de computadores; não é um novo tipo contratual, ou uma categoria autônoma, é uma nova técnica de formação de contratos a distância.¹⁵

Esse contrato eletrônico de consumo tem como característica primordial de diferenciação dos contratos típicos a sua celebração em um meio diferente - a internet. Conseqüentemente, a aceitação terá um formato diverso, podendo ocorrer tanto mediante troca de e-mails quanto pela aceitação em bloco - o “click” - das cláusulas do contrato de adesão elaborado pelo fornecedor e disponibilizado à aceitação do consumidor no site. Naturalmente, a esses contratos se aplicarão os princípios e as normas estabelecidos para a proteção e defesa do consumidor.¹⁶

Considerando-se o grande volume de compras e vendas resultantes da facilidade proporcionada pela internet, o uso da técnica dos contratos de adesão se tornou indispensável. A forma como os negócios se estabeleceram no meio eletrônico, faz com que seja inviável a elaboração de contratos individuais e discutidos com cada um dos consumidores, impondo-se a adoção de um modelo uniforme, geralmente impresso e standardizado, faltando apenas preencher os dados referentes à identificação do consumidor-contratante, do objeto e do preço.

17

Desta maneira, há que se fazer uma distinção entre os modelos de comércio eletrônico praticados. Essencialmente, serão dois: (i.) o comércio eletrônico direto e (ii.) o comércio eletrônico indireto. No primeiro caso, a oferta e a aceitação, o pagamento e a entrega dos produtos e serviços são feitos on-line.¹⁸ Isso abrange serviços como os de *streaming* de música

¹⁴ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

¹⁵ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

¹⁶ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

¹⁷ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

¹⁸ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

e filmes, *download* de programas e jogos de computadores ou armazenamento de arquivos em nuvem. Não há correspondência no “mundo físico”, sendo estes produtos e serviços que, pela sua própria natureza, devem ser usufruídos no meio digital.

O segundo caso é o do comércio eletrônico indireto, que se baseia na celebração de contratos nos quais a declaração de vontade negocial é emitida por meios eletrônicos, embora o cumprimento das obrigações seja realizado pelos canais tradicionais.¹⁹ São parte desse modelo de negócios as compras de bens materiais corpóreos a serem entregues ao consumidor e que terão uma utilidade fisicamente verificável. Aliam-se a esses bens, os serviços adquiridos por meio online prestados presencialmente ao consumidor.

A economia do compartilhamento, objeto do presente trabalho, por sua vez, de forma peculiar, é um modelo de negócios que se constitui de porções ora do comércio eletrônico direto, ora do comércio eletrônico indireto. O consumidor, por um lado, contrata o serviço de compartilhamento na plataforma intermediadora, cabendo a ela gerenciar como *gatekeeper* a sua exequibilidade, disponibilizando um canal totalmente online de operacionalização do negócio - e essa seria a parcela indireta. Por outro lado, o fornecedor aparente²⁰, aquele que é proprietário do bem compartilhado, o disponibilizará no “mundo físico” ao consumidor, sendo essa a parcela direta.

Notadamente, as particularidades do contrato de consumo celebrado nos meios eletrônicos impõe novos desafios aos juristas. Um dos seus efeitos, a multiplicação contratual, faz com que se torne mais provável a ocorrência de danos aos consumidores, em decorrência de sua vulnerabilidade. Para Claudia Lima Marques, há uma evidente mudança de paradigma da relação contratual:

O contrato de consumo é um exemplo, pois hoje está quase sem os elementos substanciais que o caracterizavam: sem limites no tempo (contratos de consumo podem ser concluídos a qualquer hora, do dia e da noite), sem limites quanto ao espaço (em casa, no trabalho, no trânsito, no avião, no mundo), sem limites quanto aos parceiros (por e com representantes, frente a computadores e ATM, por crianças, em jogos e na televisão, nos telefones fixos e móveis, no celular, em rede e na rede mundial da internet) e quanto ao pagamento do preço (por senha, por cartão de crédito ou de débito, por SMS, por "paypals", por crédito de telefones, por moedas privadas, por fidelização, mediante autorização de uso das informações etc.).²¹

¹⁹ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

²⁰ Tal conceito será abordado de forma mais detalhada no tópico 1.2.2. deste trabalho.

²¹ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

Desta sorte, os parâmetros de proteção ao consumidor reclamam serem atualizados de modo a efetivamente contemplar o novo estado das coisas dos contratos modernos de consumo, podendo garantir ao consumidor a mesma segurança estabelecida após a instituição do Código de Defesa do Consumidor no âmbito das compras realizadas presencialmente.

No ano de 2014, um significativo passo nessa direção foi dado pelo legislador pátrio, ao se regulamentar o uso da internet no Brasil, por meio da Lei 12.965 de 23.04.2014. O popular “Marco Civil da Internet”, que entrou em vigor em junho daquele ano, busca estipular princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil.

Na mesma época, começaram a tramitar no Congresso Nacional, em ambas as casas, projetos de lei, tais quais os PLS 281 e 283, que visavam à atualização do Código de Defesa do Consumidor em diversas matérias, mas com especial atenção ao comércio eletrônico. Apesar da tramitação dos projetos no parlamento - e considerando a realidade brasileira de volatilidade das vontades políticas quanto a alterações legislativas significativas - a presidência da República promulgou o Decreto 7.962 de 15.03.2013, que ao longo de nove artigos regulamenta o CDC para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.

Com isso, verifica-se que, atualmente, em relação às contratações realizadas por meio da internet incidem, principalmente, três diplomas legais: (a) o Código de Defesa do Consumidor, (b) o Decreto 7.962 de 15.03.2013 e (c) a Lei 12.965 de 23.04.2014, o “Marco Civil da Internet”. É imprescindível, assim, que, diante deste cenário, os intérpretes da lei, buscando o estabelecimento de uma norma jurídica que da melhor forma possa proteger o consumidor que contrata no meio eletrônico, utilizem uma técnica hermenêutica apropriada para tanto. E essa técnica é justamente a do “diálogo das fontes”.

A respeito do diálogo das fontes, Claudia Lima Marques, muito bem o conceitua:

O diálogo das fontes é, pois, a aplicação simultânea, compatibilizadora, das normas em conflito, sob a luz da Constituição, com efeito útil para todas as leis envolvidas, mas com eficácias (brilhos) diferenciadas a cada uma das normas em colisão, de forma a atingir o efeito social (e constitucional) esperado. O "brilho" maior será da norma que concretizar os direitos humanos envolvidos no conflito, mas todas as leis envolvidas participarão da solução concorrentemente.²²

²² MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

Outrossim, destaca a sua relevância na proteção do consumidor:

Método é caminho. O método do diálogo das fontes é uma generosa luz que ilumina nosso olhar, que nos guia para o caminho justo a seguir. O método do diálogo das fontes esclarece a lógica de tutela e proteção especial ao sujeito consumidor do CDC, possibilita uma visão unitária e coerente do direito privado, conforme à Constituição, e eleva a visão do intérprete para o telos do conjunto sistemático de normas. Nesse sentido, alerte-se que o método não deve ser usado para retirar direitos do consumidor: o diálogo só pode ser usado a favor do sujeito vulnerável, ou se transformará em analogia in pejus. A luz que ilumina o diálogo das fontes em direito privado é (e deve ser) sempre a constitucional, valores dados e não escolhidos pelo aplicador da lei - daí por que o resultado do diálogo das fontes só pode ser a favor do valor constitucional de proteção dos consumidores.²³

Brevemente analisados aspectos e características do contrato de consumo celebrado por meios eletrônicos, conclui-se que eles são uma realidade pujante do momento em que se vive. O fluxo de trocas comerciais representadas por essas operações somente indica o quão relevante é o comércio eletrônico na sociedade do consumo massificado. A forma, assim, como se estabelece novos vínculos contratuais, tem como consequência “a evolução dos conceitos do direito, com o objetivo de proteger o consumidor que celebra contratos eletrônicos, ou contratos nos quais a declaração da vontade se dá por meios eletrônicos”.²⁴

Em um contexto em que o comércio eletrônico se consagrou como um expressivo meio de aquisição de bens e serviços, surgiram as bases operacionais que tornaram a economia do compartilhamento viável. Trata-se, na sua essência, a *sharing economy* de uma projeção do que se pratica no comércio eletrônico usual na costumeira atividade do compartilhamento de bens.

Portanto, uma vez demonstrado como a internet se tornou o grande centro de interações e trocas econômicas no século XXI e como o comércio eletrônico foi, aos poucos, evoluindo e transformando-se em ambiente seguro e objeto da legislação protetiva do consumidor, passa-se, no tópico que segue, a evidenciar a forma como - e as razões pelas quais - o compartilhamento nas redes se converteu em uma alternativa sustentável frente à aquisição de bens em um cenário de consumo de massa. É a instauração desse novo e já popular

²³ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

²⁴ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Comércio eletrônico [livro eletrônico], 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

antagonismo à compra de produtos de menor e maior valor econômico como representação de *status* social que se demonstrará.

1.1.2. O compartilhamento como alternativa

O compartilhamento enquanto um fenômeno humano não é algo novo. Em grupos sociais menores como características comunitárias, essa prática ao longo do tempo - e até mesmo antes do estabelecimento de uma economia organizada com base em mercados - tem sido desenvolvida como uma forma de possibilitar um maior acesso a determinados bens considerados escassos para aquele grupo. Tal prática, contudo, é restrita, de uma forma geral, a essas referidas comunidades - e por comunidade são entendidos aqueles grupos sociais reunidos pelos vínculos mais pessoais de seus membros - que são dotadas de um aspecto fundamental, a confiança.

Compartilhar, em sua essência, é um ato que demanda uma maior proximidade e credibilidade daqueles que o realizam. Quem se propõe a repartir o uso ou consumo de um bem próprio com outra pessoa cria certas expectativas em relação a ela, na medida em que se estabelece um vínculo de maior proximidade. O elemento central desse vínculo é a confiança; dificilmente alguém se dispõe a compartilhar um bem com quem não se confia. É por essa razão, assim, que o compartilhamento é um fenômeno que tem preponderância em comunidades, onde os participantes previamente se conhecem e são dotados de uma reputação.

De uma perspectiva funcional, o compartilhamento se apresenta como uma alternativa realmente efetiva. Ao adquirir-se um bem, por um lado, pensa-se no seu uso diante de uma demanda existente e em geral específica e momentânea; por outro lado, não é levado em conta o tempo ocioso daquele determinado bem, em que não será utilizado de modo algum.²⁵ É, uma vez analisada essa *big picture*, que se percebe como é válido compartilhar ao invés de adquirir, em boa parte dos casos. Para que eu precisaria comprar uma furadeira, se o que eu realmente preciso é um furo na parede? Essa é a lógica de compartilhar.

²⁵ “Segundo uma reportagem recente do jornal Frankfurter Allgemeine Zeitung, em termos estatísticos, uma furadeira é usada apenas 13 minutos em toda sua vida útil. Então, quem precisa ter a sua própria guardada no porão? E também a maioria dos carros permanece parada na rua 23 horas por dia”. DEUTSCHE WELLE. "Sharing economy": dividir em vez de consumir. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/sharing-economy-dividir-em-vez-de-consumir/a-16424875>> Acesso em: 03 de agosto de 2018.

Ocorre que o que antes era um fenômeno restrito a essas comunidades, como explicitado, sobreveio como uma necessidade diante de um contexto de crises e consumo massificado no século XXI. Passou-se, cada vez mais, a adquirir-se bens de forma definitiva frente a um imenso incentivo, seja pela facilidade de obtenção de crédito, seja pelo convencimento através da publicidade ostensiva. Entretanto, percebeu-se que tal modelo de mercado, com o tempo, não era sustentável. Uma vez atingidos por uma crise financeira ou pelo endividamento, os consumidores não se viam mais na posição de adquirir certos bens de consumo.

Desta maneira, a sustentabilidade econômico-financeira e ambiental surgiu não somente como uma bandeira pós-moderna, mas também como uma urgência social. Passa-se, então, a busca primordial da prevenção de algo insustentável, o desperdício tanto de bens quanto de recursos econômicos. A subutilização de produtos e o simples fato de se comprar coisas para nunca serem utilizadas é uma realidade a qual grande parte da população não pode mais se permitir.²⁶

A economia do compartilhamento, diante desse cenário econômico e social, é um movimento que visa a uma solução de uma problemática presente. Ela é uma alternativa que reage em relação a necessidade da produção de meios de negócios que combinam crescimento econômico com sustentabilidade.²⁷ É, assim, evidente a sua compatibilidade, enquanto modelo de negócios, com o novo estado das coisas que se busca estabelecer no mercado de consumo.

Diferentemente do tradicional comércio eletrônico, a economia do compartilhamento demandará um certo grau de colaboração interpessoal daqueles nela envolvidos. No esforço para a racionalização de recursos e a possibilidade do desenvolvimento de um modelo de negócios sustentável, que permita combater os desafios atuais da massificação do consumo, contribuindo na redução da desigualdade de renda e promovendo a mudança de hábitos dos consumidores,²⁸ as partes que compartilham precisarão estabelecer não só uma confiança entre

²⁶ BLOG "ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO". Como surgiu a economia do compartilhamento? Disponível em: <<http://economiadocompartilhamento.com.br/como-surgiu-2/>> Acesso em: 04 de agosto de 2018.

²⁷ VERBICARO, Dennis; PEDROSA, Nicolas Malcher. "O impacto da economia de compartilhamento na sociedade de consumo e seus desafios regulatórios", Revista de Direito do Consumidor, vol. 113/2017, p. 457 - 482, Set. - Out. de 2017.

²⁸ VERBICARO, Dennis; PEDROSA, Nicolas Malcher. "O impacto da economia de compartilhamento na sociedade de consumo e seus desafios regulatórios", Revista de Direito do Consumidor, vol. 113/2017, p. 457 - 482, Set. - Out. de 2017.

elas, mas também uma vontade mútua de que o negócio se realize da forma mais eficiente possível, em vista das vantagens buscadas por ambos os lados.

Os benefícios, por sua vez, de um modelo de consumo colaborativo para a sociedade se mostram imediatos. Quando se deixa de comprar um carro, por exemplo, usando-se bicicletas compartilhadas ou pegando-se carona, o trânsito das cidades é reduzido e a qualidade do ar que se respira é melhorada, havendo ainda uma economia de dinheiro dos que compartilham.²⁹

O caso da habitação é um dos mais notórios. Entre estudantes, que em geral deslocam-se para as cidades das universidades com pouco dinheiro, na busca de um local para morar, é comum o compartilhamento de residências, no modelo de “repúblicas”, visando-se a redução de custos. Na Alemanha, por exemplo, há em torno de 200 empresas especializadas que gerenciam e organizam esse mercado, devido a grande demanda existente.³⁰

Ocorre, também, que não é somente nas habitações com intuito de permanência por um longo período que o compartilhamento se manifesta. O aluguel de imóveis de particulares por temporadas vem sendo uma alternativa economicamente mais vantajosa para consumidores em relação a pousadas ou hotéis tradicionais. Nesses casos, é comum que proprietários de imóveis disponibilizem suas casas ou apartamento tanto de forma parcial (quartos de uso exclusivo com o compartilhamento dos demais cômodos) quanto de forma integral (alugando-se a totalidade do imóvel).

A economia do compartilhamento, em situações de necessidade econômica, não é exclusivamente vantajosa para os consumidores. Pode-se dizer que ela é, principalmente, mais benéfica para aquele que opta por compartilhar um bem próprio em troca de remuneração. A ociosidade do bem e o encontro de uma utilidade adicional para ele permite que muitos consigam obter uma fonte de renda adicional diversa ou complementar aquela usualmente praticada.

Com isso, é a partir dessas ideias de confiança, sustentabilidade dos recursos do ambientais e financeiros e o protagonismo das pessoas que dela participam que a economia do compartilhamento se viabilizou como uma alternativa frente à escassez experimentada em

²⁹ BLOG "ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO". Quais os benefícios da economia do compartilhamento? Disponível em: <<http://economiadocompartilhamento.com.br/beneficios-da-economia-do-compartilhamento/>> Acesso em: 06 de agosto de 2018.

³⁰ DEUTSCHE WELLE. "Sharing economy": dividir em vez de consumir. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/sharing-economy-dividir-em-vez-de-consumir/a-16424875>> Acesso em: 03 de agosto de 2018.

situações de crise. Compartilhar e acessar bens se tornaram expressões cada vez mais populares.

31

Essa nova forma de compartilhar, surgida como um resultado de uma necessidade de readequação do mercado de consumo, possui características que a diferenciam do tradicional compartilhamento em comunidades. Ela decorre, principalmente, da popularização da internet como um meio de trocas econômicas e interações sociais; é o mundo digital que viabiliza a esse modelo disruptivo.

Bruno Miragem entende a economia do compartilhamento da seguinte forma, *in verbis*:

Esta economia dita do compartilhamento *sharing economy* concebe novos modelos de negócio não mais concentrados na aquisição da propriedade de bens e na formação de patrimônio individual, mas no uso em comum — por várias pessoas interessadas — das utilidades oferecidas por um mesmo bem. A estruturação destes negócios ganha força pela internet, e se dá tanto sob o modelo *peer to peer* (P2P), quanto no modelo *business to business* (B2B), ou seja, entre pessoas não profissionais e entre empresários.³²

A *sharing economy*, em relação às formas tradicionais de transações na internet pode ser concebida, também, como uma “revolta dos consumidores”. Há nesse modelo de negócios uma redução dos intermediários e uma maior autorregulação por parte dos agentes. A busca comum pelo lucro através de uma reinvenção do capitalismo, de certo modo, é um aspecto primordial que se verifica.³³

É o *modus operandi* da economia do compartilhamento que faz com que a sua dinâmica se destaque e diferencie dos demais modelos. Plataformas intermediadoras que conectam aqueles que desejam compartilhar, organizando demanda e oferta, substituem os tradicionais fornecedores típicos do comércio eletrônico. As plataformas possibilitam uma melhor gestão da oferta aliada à “necessidade daqueles que precisam dela, o que gerou uma

³¹ ZEH, Andrea Kauffmann. *Sharing Economy: A Inevitável, Genial e quase Ilegal Terra Prometida*. Disponível em:

<<https://blogs.oglobo.globo.com/eu-voce-e-irene/post/sharing-economy-inevitavel-genial-quase-ilegal-terra-prometida-568523.html>> Acesso em: 04 de agosto de 2018.

³² MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor* [livro eletrônico], 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

³³ ZERO HORA. "Sharing economy" reinventa o capitalismo e o conceito de reputação. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/porto-alegre/noticia/2015/01/sharing-economy-reinventando-capitalismo-e-o-conceito-de-reputacao-4682925.html>> Acesso em: 03 de agosto de 2018.

facilidade de uso sem precedentes graças ao crescente número de dispositivos digitais que conectam instantaneamente as partes interessadas”.³⁴

O foco da economia do compartilhamento, em um sentido mercadológico, é voltado para itens com custos mais elevados. Não que não se compartilhe itens baratos com grande utilização, mas em relação a eles ainda parece mais vantajoso para consumidores obterem a sua posse. São outros tipos de produtos que movimentam a *sharing economy*, aqueles em que o benefício que trazem é maior que o objeto em si, onde o acesso será mais importante do que a compra, que se torna irrelevante diante das vantagens somente do uso eventual.³⁵

A noção de economia colaborativa abrange uma série de modos de conexão entre o ofertante do bem ou serviço e o usuário. Pode, assim, tratar-se de locação, empréstimo, assinatura, revenda ou troca. A base comum, porém, que há é a da criação de valor pela maximização da utilidade e do uso de recursos existentes, reduzindo sua ociosidade. Esse modelo fomenta uma conexão na medida em que instiga interações sociais entre o ofertante do produto/serviço e o usuário/consumidor.³⁶

Abre-se, deste modo, caminho para um compartilhamento de grandes proporções, um compartilhamento popularizado e internalizado em uma sociedade de consumo como uma alternativa viável aos altos custos de aquisição de bens. Hoje em dia, passados poucos anos do estabelecimento dos aplicativos de transportes individuais, há um senso comum de que eles são em muitas situações mais vantajosos do que a compra de automóveis no contexto das grandes cidades. Remove-se com o seu uso, de uma só vez, a ociosidade do veículo durante boa parte do dia, custos com estacionamento e combustível que seriam suportados pelo proprietário e a quantidade desnecessárias de veículos no trânsito que transportam, normalmente, uma só pessoa.

Mais adiante, no presente trabalho, serão melhores analisados os papéis e as funções exercidas por cada agente na economia do compartilhamento. Contudo, uma breve explicação do funcionamento dessa relação triangular, com o objetivo de melhor elucidar esse modelo de

³⁴ ESTADÃO. Economia colaborativa: mais um pilar do livre mercado. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/economia-colaborativa-mais-um-pilar-do-livre-mercado/>> Acesso em: 06 de agosto de 2018.

³⁵ BLOG "ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO". O que é economia do compartilhamento? Disponível em: <<http://economiacompartilhamento.com.br/o-que-e-economia-do-compartilhamento-2/>> Acesso em: 04 de agosto de 2018.

³⁶ ESTADÃO. Economia colaborativa: mais um pilar do livre mercado. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/economia-colaborativa-mais-um-pilar-do-livre-mercado/>> Acesso em: 06 de agosto de 2018.

negócios, merece ser feita. É uma característica inerente e indispensável da *sharing economy*. Para isso, destaca-se o que expôs Fabio Schwartz:

Aquele que utiliza desta *sharing economy* remunera os serviços, que são viabilizados peer to peer (P2P), isto é, de computador a computador, entre celular e celular. O intermediário/blend desaparece nesta tecnologia, mas está muito presente na “reputação” e nas avaliações dos consumidores, no local do encontro e na negociação digital/locus e na imposição das regras sobre este “encontro/negócio”. Nestas situações está presente sempre um profissional, no exercício habitual de sua atividade para a obtenção de lucro, que intermedeia o consumo, ou que constrói o locus para o encontro das duas pessoas. Como afirmamos, na economia digital e na economia do compartilhamento, sem exceções, gratuita ou onerosa, a palavra-chave é confiança e haverá responsabilidade pela confiança criada.³⁷

A plataforma intermediadora será, neste compartilhamento das redes, um elemento central e substancial. Se no tradicional compartilhamento em comunidades a confiança era um ativo já presente entre seus membros, no mundo digital, em que desconhecidos compartilham entre si, é necessário que se estabeleça mecanismos que promovam essa confiança. A plataforma, enquanto *gatekeeper*, será a fiadora dessa confiança, que é a legítima moeda da economia do compartilhamento.³⁸

Destaca-se, ademais, que o compartilhamento como modelo de negócios no meio digital abarca tanto negócios que exigem uma remuneração pelo compartilhamento, como o caso do Airbnb e Uber, quanto serviços como o Couchsurfing ou o “Tem Açúcar?”, que visam apenas a construir uma plataforma de confiança em que os usuários possam livremente compartilhar seus bens dentro dessa rede, livre de ônus.³⁹ Neste trabalho, o foco será, entretanto, voltado para as plataformas que cobram dos consumidores valores pelo compartilhamento, a fim de que melhor se delimite a responsabilidade dos fornecedores diante de violações contratuais.

Ainda assim, a título ilustrativo, cabe uma explicitar quais são as quatro categorias amplas nas quais o compartilhamento se enquadra, que seriam (i.) recirculação de bens, (ii.) utilização ampliada de ativos duráveis, (iii.) troca de serviços e (iv.) compartilhamento de

³⁷ MARQUES, Claudia Lima. “A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 111/2017, p. 247 - 268, Mai. - Jun. de 2017.

³⁸ MELLER-HANNICH, Caroline. “Economia compartilhada e proteção do consumidor”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 105/2016, p. 19 - 31, Mai. - Jun. de 2016.

³⁹ VERBICARO, Dennis; PEDROSA, Nicolas Malcher. “O impacto da economia de compartilhamento na sociedade de consumo e seus desafios regulatórios”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 113/2017, p. 457 - 482, Set. - Out. de 2017.

ativos produtivos.⁴⁰ No mercado de consumo, é a segunda categoria, “utilização ampliada de ativos duráveis”, que é amplamente desfrutada. Nela, estão incluídos os dois tipos de compartilhamento que mais engajam os consumidores: compartilhamento de automóveis e de residências.

Resume-se, por conseguinte, que a economia do compartilhamento permite o acesso a esses bens, sem a onerosidade de adquiri-los ou mantê-los, ao mesmo passo em que torna o patrimônio inservível ou ocioso em uma fonte ativa de renda. Notadamente, deixa de haver um regime de propriedade e parte-se para um regime de acesso, baseado pelo uso limitado de ativos controlados por redes de fornecedores “anônimos e despersonalizados”.⁴¹

Para todos os efeitos, economia do compartilhamento, em sua essência, é uma “economia”, ou seja, envolve trocas. Na sociedade moderna de consumo, ela se viabilizou, entre outras razões, pela possibilidade de, por um lado, aqueles que compartilham auferirem uma nova forma de renda e, por outro lado, aqueles que se valem do compartilhamento gastarem menos do que no comércio tradicional. Esse aspecto de ser uma “economia” faz com que se analise com um olhar mais pragmático a relação estabelecida entre os agentes. Apesar de serem interessantes e disruptivas as características da confiança e da sustentabilidade que envolvem o modelo de negócios, elas não podem encobrir o fato de que há deveres das partes para um efetivo adimplemento do serviço de compartilhamento contratado.

Não se pode ignorar que a economia do compartilhamento apresenta números já significativos, tendo um imenso potencial de negócios. Projeções da consultoria PwC mostram que a economia compartilhada deverá movimentar mundialmente US\$ 335 bilhões em 2025 - 20 vezes mais do que se apurou em 2014, quando o setor movimentou US\$ 15 bilhões.⁴²

Uma breve consulta em sites de plataformas como o Airbnb ou o Uber trás uma clara noção do tamanho dessa economia. O nível de profissionalização das plataformas não deixa dúvidas de que se trata de um negócio extremamente bem estruturado e provido de recursos.

O aplicativo de transportes Uber, por exemplo, atingiu somente no Brasil a marca de mais de 500 mil motoristas parceiros em outubro de 2017, e 17 milhões de usuários ativos.

⁴⁰ FALCÃO DA PAIXÃO, Marcelo Barros. “Os desafios do direito do consumidor e da regulação na sharing economy”, Revista dos Tribunais, v. 994/2018, p. 225 - 243, Ago. de 2018.

⁴¹ FALCÃO DA PAIXÃO, Marcelo Barros. “Os desafios do direito do consumidor e da regulação na sharing economy”, Revista dos Tribunais, v. 994/2018, p. 225 - 243, Ago. de 2018.

⁴² REVISTA PEGN. "Economia do compartilhamento" devera ser responsavel por 30 do pib de servicos. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Tecnologia/noticia/2017/10/economia-do-compartilhamento-devera-ser-responsavel-por-30-do-pib-de-servicos.html>> Acesso em: 06 de agosto de 2018.

Para se ter uma ideia do crescimento da plataforma, até outubro de 2016, havia 50 mil motoristas cadastrados. No estado de Pernambuco, o número de motoristas é de 21 mil.⁴³

O sucesso da economia do compartilhamento também atraiu a atenção de empresas com destaque na atuação em mercados mais tradicionais, como o caso de montadoras de automóveis. General Motors, por exemplo, criou e administra uma plataforma própria de compartilhamento de carros, a Maven. Está lançando, assim, um serviço que permitirá que os proprietários aluguem seus carros das marcas da empresa buscando ganhar dinheiro.⁴⁴ Logo, não se trata mais exclusivamente de uma companhia voltada para a fabricação de automóveis para o seu comércio, mas também de uma empresa que tem a mobilidade e a oferta de um serviço de transporte como parte da sua atividade econômica.

Percebe-se, portanto, que a economia do compartilhamento, enquanto uma alternativa disruptiva para o tradicional comércio, tem se mostrado viável e popular. As características do modelo de negócio voltadas para fomentar um ambiente de transações sustentável tanto economicamente quanto ambientalmente fazem com que haja uma ampla receptividade e aceitação no mercado de consumo.

Evidentemente, não se trata de um simples compartilhamento. Por ser também “economia”, há aspectos mercadológicos intrínsecos que são necessários para o funcionamento de negócio, tal como a profissionalização de um dos agentes da relação, a plataforma intermediadora. Os números da *sharing economy* explicitam como a sua popularização se deve em muito pela atuação dessas plataformas no mercado de consumo como grandes empresas.

Uma vez desenvolvida a ideia de contratos modernos de consumo, com foco nos que são celebrados por meios eletrônicos e concentrando-se, especialmente, nos fatores oportunistas a economia do compartilhamento como hoje ela se apresenta, no próximo tópico do presente trabalho, o foco será analisar de forma mais aprofundada as características e peculiaridades da economia do compartilhamento, centrando-se na maneira como o negócio opera e nas funções que exercem os agentes atuantes.

⁴³ JORNAL DO COMÉRCIO. Economia do compartilhamento garante renda extra em tempos de crise. Disponível em: <<https://jconline.ne10.uol.com.br/canal/economia/pernambuco/noticia/2017/12/31/economia-do-compartilhamento-garante-renda-extra-em-tempos-de-crise-322022.php>> Acesso em: 08 de agosto de 2018.

⁴⁴ UOL. Maven, da GM, lança serviço estilo Airbnb para donos de carros. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/bloomberg/2018/07/24/maven-da-gm-lanca-servico-estilo-airbnb-para-donos-de-carros.htm>> Acesso em: 08 de agosto de 2018.

1.2. CARACTERÍSTICAS DA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO

A economia do compartilhamento se torna um interessante objeto de estudos, na medida em que quebra certos padrões até então verificados nos negócios tradicionais do mercado de consumo. Ela trabalha a partir de uma lógica própria, em que os agentes não atuam como usualmente se constata com fornecedores e consumidores comuns.

Nesse modelo de consumo, em que a colaboração entre as partes é fator indispensável, há a busca do estabelecimento de uma relação entre as pessoas. Isso foi possível exclusivamente em função da internet como meio de interação, que permitiu o crescimento de empresas do setor. Sem as redes, a conexão entre desconhecidos com um propósito comum seria extremamente inviável.⁴⁵

Meller-Hannich, em artigo referência sobre o tema, nas publicações pátrias, define economia do compartilhamento da seguinte forma:

A economia compartilhada é colaborativa, participativa e horizontal. Ela representa modelos de negócios e práticas que visam à igualdade e à partilha. Subordinação e exclusividade talvez sejam a antítese ideal de consumo colaborativo. Acesso pela propriedade, circulação de capitais entre as pessoas, conhecimento aberto, educação e informação, estas são as chaves com as quais o fenômeno do consumo colaborativo é normal e positivamente relacionado. Modelos: habitação, veículos, transporte/logística, informação de produtos, consumo de produtos.⁴⁶

Tendo em vista esses aspectos tão particulares à economia do compartilhamento, desenvolvê-los de forma mais detalhada é imprescindível para, posteriormente, determinar a responsabilidade jurídica dos agentes em caso de descumprimentos contratuais. Por isso, inicialmente, será analisada a forma como o modelo de negócios se operacionaliza, focando-se em aspectos práticos e funcionais. Na sequência, serão examinados os papéis exercidos pelos agentes atuantes na *sharing economy*, com especial destaque para o que seria compreendido como o pólo fornecedor da relação: plataforma intermediadora e fornecedor aparente - o proprietário que compartilha o seu bem e obtém um ganho econômico direto.

⁴⁵ BLOG "ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO". Como surgiu a economia do compartilhamento? Disponível em: <<http://economiadocompartilhamento.com.br/como-surgiu-2/>> Acesso em: 04 de agosto de 2018.

⁴⁶ MELLER-HANNICH, Caroline. "Economia compartilhada e proteção do consumidor", Revista de Direito do Consumidor, vol. 105/2016, p. 19 - 31, Mai. - Jun. de 2016.

1.2.1. Operacionalização do modelo de negócios

Para melhor compreender a economia do compartilhamento, é necessário que se desenvolva aspectos funcionais do modelo de negócios. Desse modo, saber como se operacionaliza a rede colaborativa, através de seus mecanismos, permite que, diante de conflitos entre as partes, melhor se encontre uma solução. São quatro aspectos, assim, que pormenorizados servem como chave de leitura da *sharing economy*: (i.) a autorregulação da atividade, (ii.) modelo contratual, (iii.) modelos de compartilhamento e (iv.) conexidade contratual.

Inicialmente, há que se analisar como é regulada a atividade da economia compartilhada. Ressalte-se, porém, que a regulação não será uma temática, mais adiante, aprofundada no trabalho. Como não interfere significativamente na efetiva proteção aos consumidores, o seu breve exame não prejudica o estudo da responsabilidade dos agentes.

No âmbito dos direitos administrativo e concorrencial, essa é uma questão amplamente discutida, pois, na medida em que propõe uma forma de atuar diversa daquela usualmente praticada no mercado de consumo, a economia compartilhada se diferencia substancialmente de serviços *prima facie* semelhantes já regulamentados. Como anteriormente mencionado, os dois ramos com negócios mais estruturados envolvem o compartilhamento de automóveis e residências; justamente a eles há já estabelecidas atividades que guardam uma equivalência funcional. Para os aplicativos de transporte há os serviços de táxi; para as plataformas de aluguel por temporada de residências há o serviço de hotelaria.

Os aplicativos de transporte enfrentam um notória resistência organizada por parte dos serviços de transporte individual de passageiros de táxi. Isso se evidencia com maior clareza nas grandes metrópoles. São Paulo, por exemplo, foi uma das primeiras cidades do país a colocar em ação um plano de regulamentação dos aplicativos. Para a prefeitura, uma vez que se levava passageiros a bordo de um carro, cobrando-se por isso, haveria uma correspondência às atividades dos taxistas, cabendo, assim, o regramento ao qual estes são submetidos também aos que compartilham seus automóveis por meio das plataformas.⁴⁷

⁴⁷ FOLHA DE S.PAULO. Conflito entre Uber e táxis em SP leva prefeitura a estudar regulação do app. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2015/05/1629339-conflito-entre-uber-e-taxis-em-sp-leva-prefeitura-a-estudar-regulacao-do-app.shtml>> Acesso em: 11 de agosto de 2018.

Já no caso das plataformas de hospedagem em residência de particulares, a resistência ocorre por parte dos tradicionais serviços de hotelaria bem estabelecidos no ramo do turismo. O Airbnb, por exemplo, é a plataforma líder nesse segmento. Com mais de dez anos de atuação, tem uma avaliação de mercado de US\$ 31 bilhões (R\$ 119,9 bilhões), de acordo com uma estimativa feita em sua mais recente rodada de capitalização, em 2017.⁴⁸ Algumas cidades européias que recebem um grande fluxo anual de turistas estão se organizando com a finalidade de evitar que os preços dos imóveis e das locações disparem, ou que a oferta imobiliária se reduza. Conforme noticiado, Paris, o mais destacado entre os mercados do Airbnb, com estimativa de 60 mil acomodações para aluguel, abriu um processo contra a empresa e sua concorrente Windu. O legislativo francês, por sua vez, votou uma série de sanções contra proprietários que operavam ilegalmente, aplicando multas às plataformas, com o fim de limitar as atividades.⁴⁹

No Brasil, cabe a investigação de se a atividade de aluguel de residências de particulares se enquadra no âmbito da Lei nº 11.771/2008, que disciplina o turismo. A regra define “meios de hospedagem” como “os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede”, mediante a cobrança de diária. Por parte do Ministério do Turismo houve regulamentação da norma, detalhando-se os meios de hospedagem possíveis como “de resorts a cama e café, todos pressupõe a prestação de algum serviço (recepção recreação, limpeza, café da manhã etc.)”.⁵⁰

De qualquer forma, pode-se tranquilamente afirmar que não são conflitantes a ausência de uma regulação pública e uma efetiva proteção do consumidor. A bem da verdade, entraves regulatórios, quando excessivos, podem inibir o desenvolvimento da economia do compartilhamento e, conseqüentemente, prejudicar o consumidor.⁵¹ Como uma solução a esse

⁴⁸ FOLHA DE S.PAULO. Metrôpoles turísticas limitam o avanço do Airbnb. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/07/metropoles-turisticas-limitam-o-avanco-do-airbnb.shtml>> Acesso em: 08 de agosto de 2018.

⁴⁹ FOLHA DE S.PAULO. Metrôpoles turísticas limitam o avanço do Airbnb. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/07/metropoles-turisticas-limitam-o-avanco-do-airbnb.shtml>> Acesso em: 08 de agosto de 2018.

⁵⁰ VALOR ECONÔMICO. Airbnb e outras plataformas: locação ou serviço de hospedagem? Disponível em: <<https://www.valor.com.br/legislacao/fio-da-meada/5630755/airbnb-e-outras-plataformas-locacao-ou-servico-d-e-hospedagem>> Acesso em: 03 de agosto de 2018.

⁵¹ VERBICARO, Dennis; PEDROSA, Nicolas Malcher. “O impacto da economia de compartilhamento na sociedade de consumo e seus desafios regulatórios”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 113/2017, p. 457 - 482, Set. - Out. de 2017.

impasse, a autorregulação do setor é uma característica do modelo de negócios que é uma possibilidade - com as suas ressalvas⁵² - que pode melhor viabilizar a atividade.

Pensar, contudo, na simples ilegalidade das plataformas de compartilhamento em razão da ausência de uma regulação pública ainda controversa na doutrina parece incorreto. A *sharing economy* é fruto do avanço tecnológico experimentado nos últimos anos bem como da mudança dos hábitos de consumo, visando à melhoria da vida das pessoas. A livre iniciativa, enquanto princípio, possibilita ao empreendedor que arrisque na busca de colocar no mercado um produto mais qualificado.⁵³ Nesse sentido, Teixeira e Maldonado destacam a relevância desse princípio:

Se por um lado a livre concorrência favorece o consumidor, por outro ela também favorece o empresário. Aquele empresário que melhor se capacita e consegue se adaptar aos constantes anseios do mercado, ou seja, aquele que for mais competente será recompensado pelo seu esforço. A livre concorrência é um quesito indispensável para a prosperidade do sistema capitalista, ela se baseia no fato de que várias empresas, produtores, prestadores de serviços e vendedores irão competir entre si.⁵⁴

O modelo como os contratos se estruturam é de fundamental relevância para compreender a economia do compartilhamento. Esses negócios podem ocorrer tanto pelo modelo *peer to peer* (P2P) quanto pelo modelo *business to business* (B2B), isto é, entre pessoas não-profissionais e entre empresários.⁵⁵ Diferentemente do modelo tradicional de consumo, fundado majoritariamente na equação *business to consumer* (B2C), a *sharing economy* pressupõe o maior protagonismo das partes “iguais”.

⁵² Verbicaro e Pedrosa destacam que “confiar o equilíbrio das relações de mercado nas mãos dos próprios agentes econômicos não seria suficiente para garantir a isonomia e segurança das relações econômicas criadas pelo consumo colaborativo. Como a autorregulação evidenciaria ainda mais a vulnerabilidade econômica dos consumidores/usuários, resta evidente a necessidade da elaboração de um sistema regulatório eficiente que dê segurança jurídica às novas relações sociais geradas pela nova dinâmica do compartilhamento. Todavia, o que vemos no contexto global são diversos entraves que dificultam a entrada desses negócios inovadores no mercado, seja pelo enorme regime burocrático, seja pelo controle de preços ou pela limitação de atuação mercadológica”. VERBICARO, Dennis; PEDROSA, Nicolas Malcher. “O impacto da economia de compartilhamento na sociedade de consumo e seus desafios regulatórios”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 113/2017, p. 457 - 482, Set. - Out. de 2017.

⁵³ TEIXEIRA, Tarcisio; MALDONADO, Gregory Tonin. “Uber: a livre iniciativa e a inconstitucionalidade das leis municipais que proibem atividades semelhantes”, Revista dos Tribunais, vol. 983/2017, p. 191 - 204, Set. de 2017.

⁵⁴ TEIXEIRA, Tarcisio; MALDONADO, Gregory Tonin. “Uber: a livre iniciativa e a inconstitucionalidade das leis municipais que proibem atividades semelhantes”, Revista dos Tribunais, vol. 983/2017, p. 191 - 204, Set. de 2017.

⁵⁵ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

Como a mais significativa parcela dos contratos - seja em números globais, seja em volume financeiro das transações - ocorre nas plataformas em que predomina o modelo P2P, é em relação a este que se aprofundará o estudo.

Prima facie, a estrutura *peer to peer* aparenta envolver tão somente dois agentes, quais sejam aquele que disponibiliza o bem para compartilhamento e aquele que tira proveito do seu uso. Contudo, no contexto do mercado de consumo moderno, com as relações se estabelecendo por meios eletrônicos à distância, a viabilidade desse modelo só é possível quando há a presença de um agente intermediador. Como visto, esse agente será um profissional (um fornecedor criador do aplicativo, um fornecedor das bicicletas ou automóveis a compartilhar, um agenciador, um comissionado, um meio de comunicação etc).⁵⁶

*Peer to peer*⁵⁷ pode ser visualizado como “computador para computador” (ou dispositivos tecnológicos equivalentes como *smartphones*), pois será por meio deles que as pessoas organizarão o compartilhamento. É a presença invisível na equação da plataforma profissional que caracteriza a economia do compartilhamento enquanto tal. É a diferença - a princípio singela, mas relevante - entre “compartilhamento” puro e simples e “economia do compartilhamento” como um negócio.⁵⁸

Apesar de serem duas pessoas que compartilham um bem, a plataforma que gerencia, organiza e possibilita essa abertura (*gatekeeper*) - o guardião do acesso - faz as vezes de fiador da efetividade do compartilhamento. Evidentemente, para isso há um custo, e ele se manifesta em boa parte dos casos através da cobrança de comissões, com porcentagens que variam de acordo com a categoria do compartilhamento.⁵⁹

Mesmo assim, a presença da plataforma não altera a economia compartilhada de um modelo de negócios que atua sob a estrutura *peer to peer* para um que funcione a partir da lógica *business to consumer*, pois é fundamental o reconhecimento da essencialidade da pessoa que compartilha o bem (aqui tratada como fornecedor aparente) no exercício da atividade.

⁵⁶ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

⁵⁷ Para Claudia Lima Marques, “a expressão *peer to peer* ainda permite uma outra tradução, como navios no mar da Internet necessitam as pessoas de um 'porto', o computador, o seu IP ou telefone celular, de 'porto' a 'porto' é a tradução literal, mas o 'mar' ou rede da Internet não é sem remuneração, tudo é remunerado, nem que seja com dados pessoais e fidelização”. MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

⁵⁸ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

⁵⁹ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

Os diferentes modelos de compartilhamento também manifestam as características próprias da *sharing economy*. Objetivamente, há três diferentes que possibilitam o seu desenvolvimento: (i.) sistemas de serviços de produtos. (ii.) mercados de redistribuição e (iii.) estilo de vidas colaborativas.⁶⁰ Assim, analisa-se a seguir os aspectos de cada um deles.

No primeiro modelo, os sistemas de serviços de produtos são aqueles casos em que um determinado bem móvel ou imóvel é compartilhado por meio de um “aluguel” em troca de uma remuneração financeira. É central aqui que não se adquire a propriedade do bem; ela permanece com quem o compartilha, sendo apenas o seu uso concedido a terceiro. Utilizando como exemplos as duas empresas que na economia compartilhada têm mais destaque, se enquadram nesse modelo, o compartilhamento de residências através do Airbnb e de carros pelo Uber.

O segundo modelo, mercados de redistribuição, diferentemente do primeiro caso, envolvem a transferência da propriedade da coisa em troca de uma retribuição financeira.⁶¹ Nestes mercados, os negócios estão baseados essencialmente na troca e doação de bens, em sua maioria móveis. Esse tipo de compartilhamento está mais associado ao que se pratica no âmbito das comunidades, porém ainda assim se trata de economia, pelo viés financeiro das trocas.

Os estilos de vida colaborativos são o terceiro modelo de compartilhamento. Os ativos que são objeto de uma forma geral são intangíveis, envolvendo o tempo, o espaço, as habilidades e o dinheiro como valores compartilháveis. Assim, se enquadram nele conceitos como os de *crowdsourcing*, *crowdfunding*, *crowdlearning*, *couchsurfing* e *coworking*. DURANTE e MUCELIN destacam outro recente e interessante meio de compartilhamento nos estilos de vida colaborativos, que é o compartilhamento de alimentos:

Exemplo notável dessas iniciativas são os aplicativos para dispositivos móveis ligados ao compartilhamento de alimentos, chamados de aplicativos de food-sharing. Enquadrados no contexto da *sharing economy*, tais utensílios visam a conectar indivíduos, ou mesmo estabelecimentos, que possuam alimentos excedentes a pessoas que estejam à procura de uma refeição. São diversas as maneiras como essa troca acontece: é possível que uma pessoa vá diretamente ao encontro de quem disponibilizou, por meio dos aplicativos, aquilo que não

⁶⁰ DURANTE, Patrícia; MUCELIN, Guilherme Antônio Balczarek. “Do celular à mesa de refeições: o compartilhamento de alimentos por meio de aplicativos e seus impactos no contexto da *sharing economy*”, *Res Severa Verum Gaudium*, v. 3, n. 2, p. 212-225, Abr. de 2018.

⁶¹ DURANTE, Patrícia; MUCELIN, Guilherme Antônio Balczarek. “Do celular à mesa de refeições: o compartilhamento de alimentos por meio de aplicativos e seus impactos no contexto da *sharing economy*”, *Res Severa Verum Gaudium*, v. 3, n. 2, p. 212-225, Abr. de 2018.

consumiu, bem como existem equipes responsáveis por coletar esses alimentos e destiná-los a grupos específicos, como moradores de áreas carentes.⁶²

Pode-se classificar, ainda, a *sharing economy* de acordo com o objeto de compartilhamento. Não necessariamente há uma correspondência direta para cada modelo apresentado, mas para fins de distinção têm a sua relevância. Os grupos de ativos compartilhados, desse modo, se dividem em três: (i.) dinheiro, (ii.) objetos em geral e (iii.) serviços.⁶³

O compartilhamento de dinheiro decorre do dificultoso acesso a crédito no mercado para determinados grupos, em especial àqueles que visam a empreender. Com altas taxas de juros e risco de inadimplência, tomar empréstimos nos serviços bancários tradicionais muitas vezes não é uma alternativa viável financeiramente. Por isso, busca-se empréstimos em modelos *peer to peer* através de plataformas de *crowdfunding*. Elas permitem que pessoas que possuem dinheiro guardado emprestem para pessoas físicas ou jurídicas.⁶⁴ A vantagem, como é o padrão na economia do compartilhamento, é presumível para ambos os lados: aquele que empresta terá ganhos maiores do que os investimentos usuais como a poupança, e aquele que obtém o empréstimo pagará taxas menores do que as impostas pelas instituições financeiras.

O compartilhamento de objetos em geral envolvem a grande parcela do universo da *sharing economy*. É baseado na circulação do uso de bens ociosos de diversas naturezas, e nisso estão compreendidos: automóveis, imóveis, roupas, eletrodomésticos, brinquedos, utensílios domésticos, entre outras coisas que possa, ter uma utilidade prática.

O terceiro compartilhamento é o de serviços. Nessa hipótese, por exemplo, serviços de pedreiro, carpinteiro, pintor, diarista, eletricista, entre outros, que em geral costumam ser relativamente caros quando analisados pelo cálculo valor pago x tempo de trabalho, quando

⁶² DURANTE, Patrícia; MUCELIN, Guilherme Antônio Balczarek. “Do celular à mesa de refeições: o compartilhamento de alimentos por meio de aplicativos e seus impactos no contexto da *sharing economy*”, *Res Severa Verum Gaudium*, v. 3, n. 2, p. 212-225, Abr. de 2018.

⁶³ BLOG "ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO". 10 Maneiras de Economizar com a Economia Compartilhada. Disponível em: <<http://economiadocompartilhamento.com.br/10-maneiras-de-economizar-com-a-economia-compartilhada/>> Acesso em: 13 de agosto de 2018.

⁶⁴ BLOG "ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO". 10 Maneiras de Economizar com a Economia Compartilhada. Disponível em: <<http://economiadocompartilhamento.com.br/10-maneiras-de-economizar-com-a-economia-compartilhada/>> Acesso em: 13 de agosto de 2018.

compartilhados assumem custos menores, pois quem se disponibiliza a fazê-los os realizam em oportunidades que normalmente não o fariam, pela ociosidade do tempo.⁶⁵

O quarto aspecto operacional da economia do compartilhamento se trata justamente daquele que tem uma relevância jurídica maior; é a conexidade contratual. É um fenômeno presente em todos os casos de *sharing economy*, uma vez que a plataforma intermediadora dificilmente atua diretamente na proporção de todas as facilidades às quais propõe. Um exemplo disso é o dos mecanismos de pagamento, pois geralmente quem o maneja é um parceiro comercial da plataforma, empresas especializadas tais quais o *PayPal*. Além de se visar à segurança, se visa sobretudo à redução de custos operacionais, que serão refletidos no valor final do serviço de compartilhamento fornecido.

O fenômeno da conexidade contratual, por outro lado, não se manifesta exclusivamente nas relações da plataforma com os seus parceiros comerciais. Ele se verifica, principalmente, na própria natureza triangular da relação estabelecida entre plataforma intermediadora, fornecedor aparente e consumidor/usuário. Um breve exemplo sintetiza isso: no caso dos aplicativos de transporte, o consumidor chama o carro pela plataforma, que por uma livre disposição sua escolhe um motorista (não predefinido pelo consumidor), que irá transportá-lo para o seu destino. A plataforma recebe o pagamento do consumidor e repassa parcela ao motorista proprietário do carro compartilhado. Veja-se que entre consumidor e motorista (fornecedor aparente), aquele que efetivamente compartilha o bem, não há uma clara e direta relação contratual.

Tudo o que ocorre no compartilhamento, cada ato dos envolvidos, passa pela plataforma inevitavelmente. Havendo um problema com o usuário ou o fornecedor aparente eles se dirigem à plataforma, e não um ao outro. A necessidade, portanto, dessa rede de contratos conexos se impõe, em vista de que a rigor não está presente uma organização profissional, ou o exercício habitual da atividade para a obtenção de lucro pelo fornecedor aparente.⁶⁶

No próximo tópico, de forma mais minuciosa, serão desenvolvidas as formas de atuação de cada agente na economia compartilhada. Contudo, para o momento já é relevante saber que,

⁶⁵ BLOG "ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO". 10 Maneiras de Economizar com a Economia Compartilhada. Disponível em: <<http://econiadocompartilhamento.com.br/10-maneiras-de-economizar-com-a-economia-compartilhada/>> Acesso em: 13 de agosto de 2018.

⁶⁶ MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor [livro eletrônico], 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

para o seu devido funcionamento eficaz, há uma complexidade de prestações obrigacionais não necessariamente recíprocas e diretas.

De certa forma, há opiniões no sentido de que a economia do compartilhamento acabaria por banalizar⁶⁷ ou se valer de uma forma mais simples do fenômeno da conexidade contratual. Contudo, é inegável que ele faz parte da essência da *sharing economy*. Há um evidente plano de redes contratuais que funcionam como um sistema, em que o consumidor, a partir do momento, utilizando o exemplo anterior, solicita um carro pelo aplicativo de transportes de passageiros, dá origem ao contrato com a plataforma eletrônica, com o motorista, com a empresa de cartão de crédito, do motorista com a plataforma eletrônica e da plataforma eletrônica com a empresa do cartão de crédito. O que une todos esses elementos é um fim econômico contratual, o compartilhamento.⁶⁸

1.2.2. Agentes atuantes

Na economia do compartilhamento se verifica uma clara estrutura triangular entre os agentes. Mesmo sendo, em sua essência, baseada em negociações *peer to peer*, como anteriormente mencionado, há essa terceira figura sempre presente da plataforma intermediadora. Este tópico, portanto, se propõe a examinar a função exercida por cada um desses três agentes nesse modelo que reverte a divisão esquemática entre produção e consumo, estabelecendo uma nova relação entre os atores econômicos.⁶⁹

O primeiro agente analisado é o fornecedor aparente. Para ele há outras expressões como “fornecedores de pares”⁷⁰ e *peer provider*⁷¹ que buscam, de uma forma mais precisa,

⁶⁷ “Observa-se da emergência da *sharing economy* uma banalização do fenômeno da conexidade contratual, ou seja, quando da formação de um negócio jurídico de maior complexidade, realiza-se uma série de contratos relacionados entre si, para dar cobertura a um amplo leque de possibilidades. A conexidade é um fenômeno que potencializa o consumo, estabelecendo relações jurídica interdependentes entre si, mas com vínculos individuais, que se unificam para certos fins”. FALCÃO DA PAIXÃO, Marcelo Barros. “Os desafios do direito do consumidor e da regulação na *sharing economy*”, Revista dos Tribunais, v. 994/2018, p. 225 - 243, Ago. de 2018.

⁶⁸ FALCÃO DA PAIXÃO, Marcelo Barros. “Os desafios do direito do consumidor e da regulação na *sharing economy*”, Revista dos Tribunais, v. 994/2018, p. 225 - 243, Ago. de 2018.

⁶⁹ MELLER-HANNICH, Caroline. “Economia compartilhada e proteção do consumidor”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 105/2016, p. 19 - 31, Mai. - Jun. de 2016.

⁷⁰ “Este artigo adota a expressão “fornecedores de pares” para se referir aos indivíduos (ou, por vezes, microempresas) que fornecem os bens ou serviços e os “consumidores” aos que compram, adquirem ou locam tais bens e serviços. As empresas da internet que fornecem plataformas para facilitar, organizar e mediar as interações entre fornecedores de pares e consumidores são chamadas de “plataformas de pares” neste artigo”. FARIA DE CARVALHO, Diógenes; CARDOSO, Alysson Godoy. “Protegendo os consumidores em mercados de

qualificá-lo na relação. Neste trabalho, contudo, a expressão “fornecedor aparente” será utilizada para identificar aquele que compartilha o bem de sua propriedade, uma vez que se entende ser ela aquela que mais se aproxima da função dessa figura na economia do compartilhamento.

O fornecedor aparente é o agente que disponibiliza algo de sua propriedade para uso de terceiro através da plataforma intermediadora. Ao fim e ao cabo será ele que de alguma forma terá um contato direto com o usuário/consumidor. É o motorista do Uber ou o proprietário da casa no Airbnb. Responde o fornecedor aparente pelo efetivo êxito do compartilhamento e a obtenção por parte do consumidor daquilo que contratou. A boa qualidade do compartilhamento está em grande parte nas mãos desse agente.

Há alguns paralelos que podem ser feitos, criando-se correspondência entre o fornecedor aparente e prestadores tradicionais de serviços já estabelecidos no mercado. Seria o caso, assim, de associá-lo, por exemplo, ao motorista de táxi na atividade dos aplicativos de transporte individual. Nada obstante haja semelhanças, há aspectos inerentes à economia compartilhada que fazem com que esse fornecedor não possa em escala maior do que a ilustrativa comparado com outros profissionais. Alessandra Garcia Marques aponta algumas dessas características:

Inicialmente, tanto o motorista que pretende prestar serviço quanto o usuário devem se cadastrar por meio do aplicativo. A principal característica do serviço que utiliza a inovação em comento é que ele é realizado porta a porta. O motorista não tem ponto, ele deve apenas cumprir exigências impostas pela Uber no momento do cadastramento, as quais dizem respeito à qualidade do serviço e do carro, submetendo-se ao modo de remuneração fixado pela empresa que desenvolveu o app. Nesse tocante, o passageiro, que somente contratará o serviço pelo aplicativo, deverá remunerar o motorista em dinheiro ou por meio de cartão de crédito, no valor definido pelo aplicativo, que debitará, no ato do pagamento com o cartão, o valor referente à remuneração da empresa. O pagamento pelo serviço é feito

plataformas de Pares-OECD”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 114/2017, p. 229 - 270, Nov. - Dez. de 2017.

⁷¹ “Outrossim, o papel desempenhado por um consumidor na relação P2P é significativamente mais ativo, não apenas como consumidor, mas, também, simultaneamente, como produtor (peer providers), algumas vezes, ou como avaliador (reviewer), já que essas plataformas adotam sistemas de reputação e avaliação. A função desempenhada pela plataforma (peer platform) também é capital para entender-se o plexo de relações jurídicas decorrentes, bem como as responsabilidades de cada parceiro (peer) e até que ponto o direito do consumidor pode oferecer algum tipo de segurança jurídica a essas relações”. FALCÃO DA PAIXÃO, Marcelo Barros. “Os desafios do direito do consumidor e da regulação na sharing economy”, Revista dos Tribunais, v. 994/2018, p. 225 - 243, Ago. de 2018.

levando em consideração a distância e o tempo percorrido, existindo uma tabela de valor fixo, consoante a categoria e a localidade onde o serviço é operado.⁷²

Ocorre que uma das discussões mais relevantes no estudo da economia do compartilhamento envolve diretamente a figura do fornecedor aparente. Mesmo sendo enquadrado enquanto um *provider*, ou seja, alguém que fornece algo no mercado de consumo, há a dúvida se, em relação à plataforma viabilizadora, ele não exerceria o papel de consumidor. No capítulo seguinte, quando analisadas decisões judiciais envolvendo litígios que tem como objeto relações de economia compartilhada, no momento de se averiguar a parcela de responsabilidade dos fornecedores (seja a plataforma, seja o fornecedor aparente), essa questão será melhor desenvolvida. É possível, contudo, já afirmar que há uma maior inclinação jurisprudencial no sentido de entender que o fornecedor aparente, efetivamente, faz parte da cadeia de fornecimento na economia do compartilhamento e como tal responderia. Tal questão foi objeto de acórdão proferido pelo Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo.⁷³

Tratando, assim, o fornecedor aparente como “fornecedor”, há em relação a ele elementos próprios da sua função na economia compartilhada: assumir riscos pessoais, em especial em relação às restrições impostas pela plataforma, despendendo tempo e esforços para construir uma boa reputação, com boas avaliações⁷⁴; e riscos patrimoniais, pois em geral se compartilha um bem único de uso também próprio. A respeito da responsabilidade dos agentes quando da falta de diligência do fornecedor aparente, decidiu o Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro, que respondem de forma conjunta aqueles que compõem o pólo fornecedor da relação.⁷⁵

O segundo agente da economia do compartilhamento a ser analisado é o consumidor/usuário. Em relação ao tradicional mercado de consumo, essa figura não diverge

⁷² GARCIA MARQUES, Alessandra. “Inovação e direitos fundamentais: o impacto do aplicativo Uber no mercado consumidor brasileiro”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 107/2016, p. 59 - 87, Set. - Out. de 2016.

⁷³ SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Recurso Inominado Nº 1001658-74.2015.8.26.0565. Recorrentes: Fernando Moreno Machado e Érika Kanamori. Recorrido: Ache um Lugar para Ficar Airbnb Brasil Serviços e Cadastro de Hospedagem Ltda. Relator: Dr. José Francisco Matos. Santo André, 26 ago. 2016.

⁷⁴ FALCÃO DA PAIXÃO, Marcelo Barros. “Os desafios do direito do consumidor e da regulação na sharing economy”, Revista dos Tribunais, v. 994/2018, p. 225 - 243, Ago. de 2018.

⁷⁵ RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. Apelação Cível Nº 0000837-08.2016.8.19.0061. Apelantes 1: Ache um Lugar para Ficar Airbnb Brasil Ltda. Apelantes 2: Marcio Carvalho Barboza e outros (Recurso Adesivo). Apelados: os mesmos. Relator: Des. Leila Albuquerque. Rio de Janeiro, 29 mar. 2017.

muito. Continua, essencialmente, como o destinatário final da relação. O consumidor paga o preço e em troca recebe o direito de uso/compartilhamento do bem.

O que se destaca é que na economia compartilhada ele pode ter um papel mais ativo do que usualmente teria.⁷⁶ Como a confiança é um elemento central desse modelo de negócios, os sistemas de avaliação mútuos entre fornecedor aparente e consumidor demandam que ambos prezem por uma boa “reputação” na plataforma. Isso exige que, eventualmente, o consumidor busque estabelecer uma boa e harmoniosa relação com quem compartilha o bem a fim de que não seja rotulado como um mal ou inconveniente usuário.

O terceiro e, talvez, mais interessante agente da economia compartilhada é a plataforma viabilizadora. É ela que, como um elemento que permeia a relação *peer to peer* entre consumidor/usuário e fornecedor aparente, age como unidade motriz da *sharing economy*. Nesse sentido, destaca-se o ensinamento de Claudia Lima Marques:

Como afirmamos, na economia do compartilhamento, a palavra-chave é confiança e há responsabilidade pela confiança criada. Em "todas estas situações de consumo colaborativo pela internet utilizam plataforma digital mantida por alguém que se dispõe a viabilizar espaço ou instrumento de oferta por intermédio de um site ou aplicativo. O site ou aplicativo atua não apenas como um facilitador, mas sim como aquele que torna viável e, por vezes, estrutura um determinado modelo de negócio. Em outros termos, o site ou aplicativo permite o acesso à "highway" e atua como guardião deste acesso, um gatekeeper ("guardião do acesso"), que assume o dever, ao oferecer o serviço de intermediação ou aproximação, de garantir a segurança do modelo de negócio, despertando a confiança geral ao torná-lo disponível pela internet.⁷⁷

Enquanto *gatekeeper*, a plataforma efetivamente operacionaliza e torna viável todo o modelo de negócios. Sem ela, certamente a economia do compartilhamento não seria dotado de seu aspecto mercadológico, restringindo-se somente a uma prática, como antes elucidado, de comunidades. O Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, em acórdão proferido no julgamento de Recurso de Apelação, entendeu que a plataforma, por meio dos seus recursos viabilizadores, se caracteriza como fornecedor relevante no modelo de negócios.⁷⁸

⁷⁶ FARIA DE CARVALHO, Diógenes; CARDOSO, Alysso Godoy. “Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de Pares-OECD”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 114/2017, p. 229 - 270, Nov. - Dez. de 2017.

⁷⁷ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

⁷⁸ SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Apelação Cível Nº 1006651-04.2017.8.26.0077. Apelante: Karen Sabioni Oliveira. Apelado: Airbnb Serviços Digitais Ltda. Relator: Des. Daniela Menegatti Milano, São Paulo, 30 jul. 2018.

Ao longo do próximo capítulo, desenvolver-se-á a responsabilidade da plataforma enquanto fornecedora na economia do compartilhamento. Entretanto, cabe no momento já apontar como o direito brasileiro a qualifica. De acordo com a definição estabelecida no art. 5.º, VII c/c art. 15 da Lei 12.965/2014 as plataformas se tratam indistintamente de provedores de aplicações de internet. Para tanto, a norma exige que se constituam na forma de pessoa jurídica, exercendo a atividade de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos. Ainda nas palavras de Claudia Lima Marques:

O dever deste guardião (gatekeeper, guardião do acesso) será o de garantir a segurança do meio negocial oferecido, em uma espécie de responsabilidade em rede (network liability), cuja exata extensão, contudo, será definida caso a caso, conforme o nível de intervenção que tenha sobre o negócio. A economia do compartilhamento é economia, business, custa algo, há presença de um consumidor. Há situações em que poderá haver responsabilidade do intermediador pela satisfação do dever principal de prestação do negócio objeto de intermediação com o consumidor. Mas na maior parte das vezes, aquele que apenas aproxima e intermedia o negócio deverá garantir a segurança e confiança no meio oferecido para realizá-lo, não respondendo, necessariamente, pelas prestações ajustadas entre partes".⁷⁹

Essas plataformas de mercados de pares⁸⁰ serão, portanto, a partir de agora o principal objeto de estudo do trabalho, uma vez que, na posição de viabilizadoras da economia do compartilhamento, assumiram papel central na cadeia de fornecimento - destaque-se, porém que não são as únicas participantes, em vista também da natureza semelhante do fornecedor aparente.

⁷⁹ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

⁸⁰ FARIA DE CARVALHO, Diógenes; CARDOSO, Alysson Godoy. "Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de Pares-OECD", Revista de Direito do Consumidor, vol. 114/2017, p. 229 - 270, Nov. - Dez. de 2017.

2. RESPONSABILIDADE DOS FORNECEDORES POR DANOS CAUSADOS AO CONSUMIDOR

2.1. CONCEITUAÇÃO DE FORNECEDOR NA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO

Em decorrência da sua peculiar estrutura triangular, em que o consumidor contrata diretamente com a plataforma viabilizadora e o fornecedor aparente disponibiliza o bem para compartilhamento, é diversa a noção de fornecedor na economia do compartilhamento em relação aos negócios usualmente celebrados no mercado de consumo. Se no comércio clássico aquele que recebe o pagamento também presta o serviço, concentrando todas ou significativa parte das contrapartidas, na *sharing economy* essas atribuições estarão divididas essencialmente entre a plataforma e o proprietário do bem.⁸¹

A UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento), por exemplo, reconheceu a natureza tríplice dessa relação, e seus efeitos práticos.⁸² O principal deles, inevitavelmente, será identificar como o consumidor pode ser protegido diante de um descumprimento contratual ou uma falha na prestação do serviço de compartilhamento. A resposta para uma proteção mais efetiva, com isso, é necessariamente ligada à ideia de que a economia do compartilhamento, por excelência, tem dois fornecedores: a plataforma e o fornecedor aparente.⁸³

Portanto, o primeiro passo para essa resposta foi reconhecer que essa relação tríplice, de fato, se trata de relação de consumo. Nessa linha, assevera Claudia Lima Marques:

Em outras palavras, estas relações que são de consumo, apesar de poderem estar sendo realizadas entre duas pessoas leigas e não em forma profissional, deixam-se contaminar por este outro fornecedor, o fornecedor principal da economia do compartilhamento, que é organizada e remunerada. O outro, pode ser um profissional (como os motoristas) ou um leigo (que aluga sua própria casa), mas ambos prestam um serviço remunerado, e a presença deste fornecedor principal, o organizador do compartilhamento, o guardião de acesso (ao compartilhamento), acaba por contaminar a relação como de consumo, trazendo deveres de boa-fé também para este que oferece o serviço ou produto a compartilhar. Parafraseando a

⁸¹ OLIVEIRA, Amanda Flávio de. “Economia colaborativa e desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões”, *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 115/2018, p. 479 - 495, Jan. - Fev. de 2018.

⁸² Ver mais em UNCTAD. Intergovernmental Group of Experts on Consumer Protection Law and Policy, First Session. Geneva, 17-18 October 2016. Roundtable on challenges and perspectives for the collaborative economy. Contributions from OECD. Disponível em: [unctad.org/en/pages/meetingdetails.aspx?meetingid=1060].

⁸³ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais*, São Paulo: Ed. RT, 2016.

law and economics, não há mais “ingenuidade” naquele que compartilha por dinheiro o serviço ou o produto na economia do compartilhamento e seus deveres, pelo menos no que concerne à informação, à cooperação e ao cuidado com a saúde e com os dados do consumidor, destinatário final, devem ser semelhantes aos exigidos por um fornecedor na outra economia e aquele que organiza o locus de compartilhamento não é um terceiro, é sempre um fornecedor, o guardião do acesso, e como fornecedor será por isso responsabilizado.⁸⁴

Deste modo, visa-se agora esclarecer como cada um dos fornecedores da economia do compartilhamento realiza suas contribuições para a prestação do serviço de *sharing*. Demonstrado isso, será possível, na segunda parte do capítulo, de forma mais embasada, identificar como são responsabilizados os fornecedores diante de descumprimentos e falhas na prestação.

2.1.1. Intermediador como *gatekeeper*

A principal função da plataforma viabilizadora na economia do compartilhamento é possibilitar uma efetiva troca entre particulares desconhecidos disponibilizando mecanismos que proporcionem o sucesso do negócio. Ela, primordialmente, conecta os sujeitos, agindo como um elemento facilitador entre eles.⁸⁵

Desta maneira, atribui-se à plataforma a função de *gatekeeper* (guardião do acesso).⁸⁶ O *gatekeeper* é assim qualificado por possuir o monopólio dos meios de operacionalização do negócio. É ao fim a ao cabo um elemento indispensável, sem o qual não haveria a menor possibilidade de o negócio de efetuar em âmbito comercial. É Claudia Lima Marques quem traz esse conceito para a doutrina brasileira:

Gostaria de identificar aqui um dos fornecedores destes serviços ou 'produtos' compartilhados no mercado brasileiro como o guardião do acesso. Inspira-me a expressão de Hans Micklitz, 'gatekeeper' (literalmente, o guarda da porta ou portão). O Marco Civil da Internet também utiliza esta expressão de 'guarda', e afirma, em seu art. 10, que a "guarda e a disponibilização dos registros de conexão e de acesso a aplicações de internet de que trata esta Lei, bem como de dados pessoais e do conteúdo de comunicações privadas, devem atender à preservação da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem das partes direta ou indiretamente envolvidas". E em seu parágrafo primeiro considera que o "provedor responsável pela guarda

⁸⁴ MARQUES, Claudia Lima. “A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 111/2017, p. 247 - 268, Mai. - Jun. de 2017.

⁸⁵ OLIVEIRA, Amanda Flávio de. “Economia colaborativa e desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 115/2018, p. 479 - 495, Jan. - Fev. de 2018.

⁸⁶ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

somente será obrigado a disponibilizar os registros mencionados no caput, de forma autônoma ou associados a dados pessoais ou a outras informações que possam contribuir para a identificação do usuário ou do terminal, mediante ordem judicial, na forma do disposto na Seção IV deste Capítulo, respeitado o disposto no art. 7^o.⁸⁷

É o *gatekeeper*, aquele que possibilita que o compartilhamento tenha um caráter econômico, que, por sua natureza profissional, organizada e remunerada, acaba por “contaminar” a relação entre aqueles que compartilham o bem, qualificando-a como de consumo.⁸⁸ Como anteriormente demonstrado, esse agente tem a forma de uma empresa de grande porte com estrutura negocial equivalente às consolidadas no mercado de consumo tradicional. Por essa razão, faz com que o compartilhamento deixe de ser um ato visando simplesmente ao bem-comum, mas sim um legítimo *business*.

Assim, a plataforma viabilizadora opera através de mecanismos, que basicamente se dividem em dois: pagamento e avaliação. É o controle sobre tais instrumentos que atribuem à plataforma a qualidade de sujeito principal da economia do compartilhamento.

Na estrutura triangular, os pagamentos são operacionalizados da seguinte maneira: estipula-se um preço para o compartilhamento, podendo isso ser feito tanto pela plataforma (como é comum nos casos de aplicativos de transportes) quanto pelo fornecedor aparente (como ocorre no compartilhamento de imóveis para hospedagem); o consumidor contrata por meio da plataforma, retendo ela uma parcela da quantia a título de taxa de serviço; a plataforma, por fim, repassa ao fornecedor aparente a maior parte da quantia paga. Nota-se, porém, que não há qualquer transação financeira direta entre consumidor e fornecedor aparente.

O controle das formas de pagamento pela plataforma ocorre pelo fato de ela estipular formas seguras e meios de garantia para a transação que haveria entre os particulares. Por meio de redes contratuais, parcerias comerciais com empresas de cartão de crédito ou companhias de pagamento os sistemas de pagamento são operacionalizados. Entram, assim, mais agentes na cadeia de fornecimento, porém mais ligados às tradicionais estruturas de fornecimento do mercado de consumo do que à forma disruptiva de negócios estabelecida pela economia do compartilhamento.⁸⁹

⁸⁷ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

⁸⁸ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

⁸⁹ MARQUES, Claudia Lima. “A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 111/2017, p. 247 - 268, Mai. - Jun. de 2017.

O segundo mecanismo essencial disponibilizado pelas plataformas são os sistemas mútuos de avaliações. A confiança, como apontado, é a “moeda” da economia do compartilhamento. Quando se trata de transações entre particulares, principalmente em um cenário em que isso ocorre entre desconhecidos, é necessário que se proporcione formas de promover a confiança entre eles. As plataformas, portanto, o fazem pelos sistemas de avaliação de reputação tanto de fornecedores aparentes quanto de usuários. Isso significa que, previamente à contratação, as partes irão dispor de uma avaliação atribuída por terceiros que refletirá em um grau de confiabilidade.

Uma vez garantidos os mecanismos que viabilizam a economia do compartilhamento, a plataforma presta um serviço, e, conseqüentemente, haverá uma remuneração como contrapartida. A remuneração terá, entretanto, duas naturezas, uma direta e outra indireta. Sobre essa distinção, afirma Bruno Miragem que a respeito da remuneração direta:

Como referimos, a primeira espécie de remuneração como elemento característico da relação de consumo é o da remuneração direta. Refere-se à situação de pagamento de contraprestação pecuniária direta pelo consumidor ao fornecedor, representado pelo preço do produto ou o valor do serviço prestado. Ou seja, uma vantagem econômica direta e imediata do fornecedor. Constitui, em regra, elemento do contrato de consumo, e caracteriza sua natureza eminentemente econômica. E será em vista deste ganho econômico do fornecedor que as normas de proteção do consumidor vão imputar-lhe a responsabilidade pelos riscos da atividade. Ou seja, será em vista da existência da remuneração e, portanto, da vantagem econômica representada pela prestação paga pelo consumidor, que o fornecedor deverá arcar com todos os riscos inerentes ao desenvolvimento de sua atividade econômica, o denominado risco-proveito.⁹⁰

Sobre a remuneração indireta, aduz o professor Miragem que o reconhecimento da remuneração indireta tem como pressuposto que toda a atuação do fornecedor no mercado tem o objetivo de obter uma vantagem econômica. A diferença, então, em relação à remuneração direta é o modo como é obtida: a partir de uma fidelidade do consumidor, novos contratos futuros e onerosos mais facilmente seriam celebrados com esse consumidor. O ganho no segundo contrato custeará a suposta gratuidade do primeiro.⁹¹

O recebimento de remuneração é mais um aspecto que afasta da plataforma viabilizadora qualquer outra função que não seja a de fornecedora. Presta-se um serviço disponibilizado no mercado de consumo, inegavelmente. Não há características de um serviço de natureza altruísta ou sem finalidades econômicas. Até nos casos de *couchsurfing*, por

⁹⁰ MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor [livro eletrônico], 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

⁹¹ MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor [livro eletrônico], 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

exemplo, em que não há a cobrança de remuneração direta pela intermediação, há um notório ganho por meio de remuneração indireta, pela venda de espaços publicitários online.

A plataforma atua, no meio digital, como uma empresa que visa ganhos financeiros e lucro, e isso será determinante na sua imputabilidade como responsável por danos causados ao consumidor na economia do compartilhamento. Na segunda parte deste capítulo a questão será melhor desenvolvida. O Tribunal de Justiça do Estado do Paraná, ressalta-se, decidiu que a plataforma responde no caso de cancelamentos efetuados pelo fornecedor aparente, no compartilhamento de residências.⁹²

Outra questão relevante acerca da plataforma viabilizadora enquanto fornecedora é a classificação da sua natureza jurídica. Da perspectiva do direito brasileiro, encontrou-se uma resposta no Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2014). Segundo o regramento jurídico da internet, as plataformas são denominadas provedores de aplicação, uma vez que viabilizam o acesso à rede mundial de computadores ou oferecem conteúdo a ser acessado pelos usuários no âmbito virtual.⁹³ Segundo norma, os provedores de aplicação são divididos em três espécies distintas: (i.) os provedores de conteúdo, (ii.) os provedores de serviços e (iii.) os provedores de rede. As plataformas viabilizadoras, no âmbito da economia do compartilhamento se qualificam como provedores de serviços.

Segundo Bruno Miragem, os provedores de serviço são os responsáveis por possibilitar tanto o acesso à contratação por meio da internet quanto por prover o conteúdo acessados por meio do serviço, que serão fruídos por intermédio da internet ou a partir dessa, com uma parcela do serviço sendo desenvolvida ou concluída fora da rede de computadores.⁹⁴

Os provedores de serviço, indiscutivelmente, tratam-se de fornecedores de serviço, uma vez que a eles está relacionado um ganho econômico direto ou indireto, como mencionado. Por conseguinte, enquadram-se na definição de fornecedor do artigo 3º do CDC. Logo, suportam os riscos negociais do empreendimento e, na qualidade de fornecedores de serviços, respondem pela qualidade e segurança dos mesmos, nos termos da legislação em vigor.⁹⁵ A incidência do CDC decorre, portanto, decorre da garantia de qualidade, procedência, pontuação e distinção

⁹² PARANÁ. Tribunal de Justiça do Estado do Paraná. Recurso Inominado Nº 0002307-02.2017.8.16.0036.

Recorrente: Jefferson da Silva Spolador. Recorrido: Airbnb Serviços Digitais Ltda. Relator: Dra. Maria Fernanda Scheidemantel Nogara Ferreira da Costa. Curitiba, 15 mar. 2018.

⁹³ MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor [livro eletrônico], 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

⁹⁴ MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor [livro eletrônico], 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

⁹⁵ MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor [livro eletrônico], 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

dos negociantes cadastrados no site, assegurando-se o pagamento, ultrapassando-se a função de mero veículo de anúncios.⁹⁶

2.1.2. O fornecedor aparente

Se qualificar a plataforma viabilizadora enquanto fornecedor não é uma tarefa que demanda um ônus argumentativo significativo, para afirmar que o *peer provider* se trata de um efetivo fornecedor é necessária uma melhor análise das funções que desempenha na economia do compartilhamento. Como anteriormente exposto, a *sharing economy* se baseia em uma estrutura P2P, isto é com particulares nos polos da relação, diferindo do tradicional mercado de consumo.

O primeiro aspecto que merece destaque é o não exercício de forma profissional de uma atividade econômica pelo fornecedor aparente. Tem-se que, enquanto pessoa física, aquele que compartilha o bem o faz sem a habitualidade e organização dos meios de produção tal qual um empresário. Essas características empresariais, na estrutura triangular, estão presentes do lado da plataforma, que claramente exerce uma atividade profissional em nível profissional, de forma organizada, buscando o lucro.

Relacionar, contudo, estritamente o conceito de fornecedor com a ideia de profissionalidade para fins de responsabilização é um equívoco. Em grande parte dos casos, o bem que se compartilha é uma propriedade única do fornecedor aparente, ou seja, o seu automóvel ou o seu imóvel de uso próprio. A própria habitualidade, intrinsecamente relacionada à noção de profissionalidade, não poderia ser considerada como parâmetro para definição de fornecedor na economia do compartilhamento, uma vez que não se pode exigir do *provider* a disponibilização do bem de forma sazonal, quando na prática isso ocorre de forma eventual.

O fator que atrai para quem compartilha o bem o rótulo de fornecedor é o ganho econômico existente.⁹⁷ Diferentemente da plataforma viabilizadora, a remuneração recebida é puramente direta, pois se trata de uma contrapartida da disponibilização do bem ao consumidor. A finalidade econômica, portanto, da atividade do fornecedor aparente o atrai para o polo de provedor no mercado de consumo.

⁹⁶ MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor [livro eletrônico], 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

⁹⁷ FALCÃO DA PAIXÃO, Marcelo Barros. “Os desafios do direito do consumidor e da regulação na *sharing economy*”, Revista dos Tribunais, v. 994/2018, p. 225 - 243, Ago. de 2018.

A partir da exegese do artigo 3º do CDC, é possível identificar os critérios estabelecidos pelo legislador pátrio para classificar alguém como fornecedor. Claramente, o *peer provider* se trata de uma pessoa física que desenvolve atividade de prestação de um serviço. Ademais, tal serviço é uma atividade oferecida no mercado de consumo, mediante remuneração. Desta forma, não se pode negar que, a partir das medidas estipuladas pelo CDC, o fornecedor aparente se trata de fato de um fornecedor na economia do compartilhamento.

Para Bruno Miragem, a profissionalidade não é um requisito indispensável:

Não exige a legislação brasileira, de modo expreso, que o fornecedor de produtos e serviços seja um profissional. O requisito de profissionalidade, expressamente referido em diversas leis estrangeiras, não constitui elemento da definição presente no artigo 3º do CDC. Por outro lado, segundo observam alguns autores, o próprio significado etimológico da expressão “fornecer”, remonta a noções como a de “prover, abastecer, guarnecer, dar, ministrar, facilitar ou proporcionar”. O legislador, ao referir que o fornecedor é aquele que “desenvolve atividades” de produção, distribuição, comercialização, entre outras, permite interpretar o conceito vinculado a uma certa habitualidade desta conduta.⁹⁸

A consequência lógica do reconhecimento dessa posição de fornecedor é a responsabilização por danos causados ao consumidor. Se por um lado, há quem defenda que o *provider* precise gerar um ganho econômico suficiente para suportar as responsabilidades de proteção do consumidor;⁹⁹ por outro, bastaria preencher os requisitos impostos pelo artigo 3º do CDC. Na opinião de Claudia Lima Marques, já não há mais “ingenuidade” de quem compartilha um serviço em troca de dinheiro, impondo-se a esse agente deveres mínimos de informação, cooperação e cuidado com a saúde e os dados do consumidor.¹⁰⁰

No âmbito do direito comparado, vale mencionar o Art. 3 (1) da Diretiva Europeia dos Direitos do Consumidor¹⁰¹ que estipula o referido regramento se aplica “a qualquer contrato realizado entre um comerciante e um consumidor”. A própria diretiva define que comerciante

⁹⁸ MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor [livro eletrônico], 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

⁹⁹ FALCÃO DA PAIXÃO, Marcelo Barros. “Os desafios do direito do consumidor e da regulação na sharing economy”, Revista dos Tribunais, v. 994/2018, p. 225 - 243, Ago. de 2018.

¹⁰⁰ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais, São Paulo: Ed. RT, 2016.

¹⁰¹ Diretiva 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, Art. 3º (1): A presente directiva aplica-se, nas condições e na medida prevista nas suas disposições, aos contratos celebrados entre um profissional e um consumidor. Aplica-se também aos contratos de fornecimento de água, gás, electricidade ou aquecimento urbano, incluindo por fornecedores públicos, na medida em estes produtos de base sejam fornecidos numa base contratual. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex:32011L0083>

pode ser pessoa física.¹⁰² Isso significa que quem aluga um imóvel seu, por exemplo, para fins comerciais estaria abrangido pelo conceito de fornecedor igualmente.¹⁰³

Claudia Lima Marques, ao analisar o papel de quem compartilha o bem,¹⁰⁴ afirma que, quando dois civis se encontram na internet, um deles exercendo um papel aparente de fornecedor de produtos ou serviços com o outro sendo consumidor, verificando-se a presença da plataforma viabilizadora, esta seria a fornecedora direta e o particular que compartilha, o fornecedor indireto.

Uma vez reconhecido que na economia do compartilhamento há dois agentes que formam o lado fornecedor da relação jurídica, a próxima - e última - etapa do presente trabalho será apresentar como são - ou devem ser - responsabilizados fornecedor aparente e plataforma viabilizadora. Prestações diferentes ao consumidor ensejam responsabilidades diferentes, ou se trata de uma responsabilização solidária? Esses questionamentos serão enfrentados a partir de agora.

2.2. EXTENSÃO DA RESPONSABILIDADE

Neste segundo capítulo foram, até agora, apresentados os sujeitos que compõem o pólo fornecedor na economia do compartilhamento. Plataforma viabilizadora, enquanto agente que operacionaliza a troca comercial e controla a maioria dos mecanismos de intermediação, e fornecedor aparente, enquanto quem detém a propriedade do bem e o compartilha em troca de remuneração, substituem a figura do provedor clássico no mercado de consumo.

O objetivo passa, então, a ser a determinação da responsabilidade de cada um desses agentes no caso de uma violação de direitos do consumidor. Tamanho desafio ocorre em razão de características próprias à economia do compartilhamento. Situações, por exemplo, em que a falha na prestação tenha ocorrido por exclusiva culpa de um dos fornecedores implicaria

¹⁰² Diretiva 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, Art. 2º (2): “Profissional”: qualquer pessoa singular ou colectiva, pública ou privada, que, nos contratos abrangidos pela presente directiva, actue, incluindo através de outra pessoa que actue em seu nome ou por sua conta, no âmbito da sua actividade comercial, industrial, artesanal ou profissional. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex:32011L0083>

¹⁰³ FARIA DE CARVALHO, Diógenes; CARDOSO, Alysson Godoy. “Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de Pares-OECD”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 114/2017, p. 229 - 270, Nov. - Dez. de 2017.

¹⁰⁴ MARQUES, Claudia Lima. “A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 111/2017, p. 247 - 268, Mai. - Jun. de 2017.

responsabilidade do outro? A plataforma, por se tratar de uma empresa com atividade organizada, deveria suportar uma maior parcela da responsabilidade?

São relevantes os desafios enfrentados na busca por um regime de responsabilidade que efetivamente proteja o consumidor que atente às particularidades da economia compartilhada. Dessa forma, essa análise se dividirá em duas partes: a primeira, o estudo da responsabilidade que surge a partir da confiança criada nas partes; a segunda, o exame dos critérios utilizados no julgamento de demandas envolvendo compartilhamento de bens no Âmbito dos tribunais brasileiros.

2.2.1. Responsabilidade pela confiança criada

A confiança, como anteriormente explicitado, é a “moeda” da economia do compartilhamento. Com o notório distanciamento entre os contratantes - característica básica desse meio de contratação - a confiança surge como um elemento que viabiliza a celebração de negócios online. Portanto, uma vez que o estabelecimento de uma relação de confiança entre desconhecidos exige primordialmente tempo e que o imediatismo dos negócios online não dispõe desse ativo, ganhou importância a ideia de “confiança artificial”, que com base *trust-mechanics* é um registro de transações que cada indivíduo faz nas plataformas, ao longo do tempo, em um determinado negócio, manifestando-se especialmente por meio de avaliações feitas pelos parceiros e consumidores.¹⁰⁵

Tal confiança criada é imprescindível para o sucesso da economia do compartilhamento enquanto modelo de negócios. Em vista que se propõe um novo conceito de fornecedor, é através do aumento do nível de confiança dos usuários que a plataforma terá adesão. Um consumidor, por exemplo, ao ler a avaliação de um motorista em uma plataforma de transporte individual, quando boa, criará uma legítima expectativa a respeito daquele que o transportará. A promoção de um ambiente de confiança, contudo, cabe em grande escala à plataforma, que, através de sua marca e reputação, deposita no consumidor uma expectativa de segurança durante todo o processo, estabilizando as esperanças das pessoas de que os sistemas funcionarão a contento.¹⁰⁶

¹⁰⁵ ZERO HORA. "Sharing economy" reinventa o capitalismo e o conceito de reputação. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/porto-alegre/noticia/2015/01/sharing-economy-reinventa-o-capitalismo-e-o-conceito-de-reputacao-4682925.html>> Acesso em: 03 de agosto de 2018.

¹⁰⁶ SCHWARTZ, Fabio. “A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 111/2017, p. 221 - 246, Mai. - Jun. de 2017.

Nada obstante, ao promover o nível de confiança necessário para a viabilização da economia do compartilhamento, a plataforma assume um risco aceitável por conta dela. A proteção da confiança, pois, é uma consequência da inevitável vulnerabilidade do consumidor nesse meio de contratação - a confiança no parceiro contratual é indispensável para levar o usuário a utilizar o serviço de compartilhamento de forma segura. Não só, assim, deveres de lealdade com a busca constante de honrar-se as expectativas criadas são necessários, mas também um efetivo e consistente fomento a um mecanismo de estabelecimento de confiança constante é indispensável.¹⁰⁷

A complexidade do *e-commerce* como sistema, especialmente marcada pela celeridade das transações e despersonalização das partes que contratam, não permite espaço para um ambiente de negócios em que a confiança não seja a base do funcionamento das relações. A confiança proporcionará previsibilidade, segurança jurídica e continuidade das relações na economia do compartilhamento.¹⁰⁸

Desta feita, nos contratos celebrados no âmbito da economia do compartilhamento, a confiança deve ser tutelada de acordo com a especificidade do meio e do modelo de negócios, garantindo-se uma expectativa legítima da parte consumidora sob a perspectiva da segurança e informação. Um conceito, assim, que se aplica satisfatoriamente é o de boa-fé objetiva, com suas três principais funções:(i.) ser fonte de interpretação e integração contratual; (ii.) ser norma de criação de deveres jurídicos; (iii.) ser norma de controle do exercício de deveres subjetivos. Os deveres instrumentais, anexos ou deveres de conduta ensejados pela boa-fé adotam determinados comportamentos que visam a proteger as partes contratantes, destacando-se na economia do compartilhamento os de transparência, lealdade, cuidado, proteção e colaboração.¹⁰⁹

Com isso, sendo a proteção da boa-fé objetiva uma forma de garantia da proteção da confiança, impõe-se que as legítimas expectativas do consumidor sejam guarnecidas frente ao distanciamento das relações. A implementação dessa proteção, entretanto, demanda um entendimento de que as plataformas, enquanto *gatekeepers* e viabilizadoras do modelo de

¹⁰⁷ SCHWARTZ, Fabio. “A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 111/2017, p. 221 - 246, Mai. - Jun. de 2017.

¹⁰⁸ MILAGRES, Marcelo de Oliveira; GONÇALVES, Thatiane Rabelo. “A despersonalização na contratação eletrônica: a realidade dos contratos de fato”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 117/2018, p. 491 - 511, Mai. - Jun. de 2018.

¹⁰⁹ MILAGRES, Marcelo de Oliveira; GONÇALVES, Thatiane Rabelo. “A despersonalização na contratação eletrônica: a realidade dos contratos de fato”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 117/2018, p. 491 - 511, Mai. - Jun. de 2018.

negócios, assumem a função de “fiduciários” da economia compartilhada. Uma vez despertada a confiança, caberia, então, às plataformas serem responsabilizadas por eventuais falhas nos produtos e serviços que por ela foram “afiançados” por meio dos seus mecanismos de reputação disponibilizados.¹¹⁰

Se a confiança, contudo, for tratada como um conceito amplo sem uma definição mais pormenorizada, a efetiva proteção do consumidor estará prejudicada. É necessário que se aponte no que se reflete a confiança e é, justamente, à ideia de disponibilização de informação que ela está conectada. Avaliações são informação; comentários são informação; detalhes do bem compartilhado são informação. A devida informação disponibilizada ao usuário despertará a confiança necessária para o funcionamento da economia do compartilhamento.¹¹¹

Quando se analisa relações de consumo estabelecidas por meio da internet, o dever de informar do fornecedor é consequência da positivação legal do direito básico do consumidor a informação, desdobrado em uma gama de disposições próprias a informações de distintos aspectos da relação de consumo. Nessa vulnerabilidade latente em relação ao meio de contratação, há um claro lapso de informações por parte do consumidor em relação (i.) a aspectos técnico-informáticos (armazenamento de informações, segurança sobre os dados pessoais transmitidos pela rede, procedimentos de acesso a determinadas informações); (ii.) aspectos decorrentes do caráter imaterial da contratação; e (iii.) do fato de ser celebrada à distância, bem como aspectos relativos à defesa e efetividade de seus direitos, como é o caso de contratações celebradas entre consumidores e fornecedores de cidades ou países distintos, e os obstáculos a eventual demanda judicial ou extrajudicial visando assegurar o cumprimento dos termos da obrigação.¹¹²

No âmbito do Direito europeu, por exemplo, um dos principais deveres dos prestadores de serviço por intermédio da Internet constitui-se no dever de informar. O artigo 4º, da Diretiva 2000/31/CE sobre comércio eletrônico, impõe como dever dos prestadores de serviços por intermédio da Internet o de que possibilitem aos usuários das plataformas acesso fácil, direto e permanente, no mínimo, às seguintes informações: o nome do prestador, endereço

¹¹⁰ SCHWARTZ, Fabio. “A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 111/2017, p. 221 - 246, Mai. - Jun. de 2017.

¹¹¹ MELLER-HANNICH, Caroline. “Economia compartilhada e proteção do consumidor”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 105/2016, p. 19 - 31, Mai. - Jun. de 2016.

¹¹² MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor [livro eletrônico], 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

geográfico em que o prestador se encontra estabelecido, elementos de informação relativos ao prestador de serviços, número de inscrição em registro comercial ou público.¹¹³

A informação a respeito dos fornecedores e do bem compartilhado despertam no consumidor a confiança necessária para que conclua o negócio. É evidente, portanto, que qualquer proteção da confiança passe essencialmente pela garantia de que a informação necessária estará à disposição do consumidor, pois de outro modo não seriam efetivamente tutelados os direitos da parte mais vulnerável na relação comercial. Dessa forma, destaca-se que as normas protetivas estabelecidas na aplicação conjunta do CDC em diálogo com o Marco Civil da Internet e o Código Civil são capazes de oferecer uma satisfatória segurança dos consumidores nesse modelo de negócios.

Encontrar um modelo de responsabilidade que efetivamente proteja os direitos dos consumidores e esteja adequado às peculiaridades da economia compartilhada é um desafio presente. Embora as plataformas não detenham a propriedade dos bens compartilhados, tampouco tenham uma relação empregatícia estabelecida com os fornecedores aparentes, é difícil identificar uma situação em que, diante de uma falha na prestação do serviço, mesmo que por culpa exclusiva daquele que compartilha o bem, a plataforma, na qualidade de *gatekeeper*, se exima de qualquer responsabilidade. Por outro lado, não se imagina a hipótese em que o fornecedor aparente, quando der causa à falha, se desonere completamente do encargo de se responsabilizar, recaindo este ônus apenas para a plataforma.

A próxima parte do trabalho analisará como têm sido julgadas as demandas envolvendo economia do compartilhamento e quais os critérios têm sido utilizados pelos julgadores para determinar a parcela de responsabilidade tanto da plataforma quanto do fornecedor aparente. Para o momento, contudo, destaca-se que essa responsabilidade dos fornecedores assume um notório caráter solidário.

A responsabilidade solidária é o que se pode chamar de responsabilidade adequada na economia do compartilhamento.¹¹⁴ Para se inferir a responsabilidade da plataforma, alguns aspectos da sua atuação são explicativos: (i.) atua em uma função intermediadora; (ii.) possui uma estrutura profissional de negócios; (iii.) obtém ganhos financeiros da atividade, sejam diretos, sejam indiretos. Evidentemente, por haver essa multiplicidade de fornecedores, a responsabilidade da plataforma não pode ser integral em relação a danos decorrentes da

¹¹³ MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor [livro eletrônico], 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

¹¹⁴ FALCÃO DA PAIXÃO, Marcelo Barros. “Os desafios do direito do consumidor e da regulação na sharing economy”, Revista dos Tribunais, v. 994/2018, p. 225 - 243, Ago. de 2018.

relação P2P, porém, quando definida casuisticamente, a ela será atribuída alguma parcela, em vista de que detém os mecanismos indispensáveis para a efetivação do negócio, passando todos os aspectos relevantes da relação pelo seu espaço.¹¹⁵

Da perspectiva do Código de Defesa do Consumidor não há maiores problemas em tratar a responsabilidade entre plataforma viabilizadora e fornecedor aparente como solidária. Há entre esses dois sujeitos uma evidente relação comercial com a busca de um ganho econômico baseado na disponibilização de um mesmo serviço - características que apontam para a configuração de uma parceria comercial. Aliado a isso está, sobretudo, a verificação de uma também evidente relação de consumo estabelecida tanto entre usuário e fornecedor aparente quanto entre usuário e plataforma viabilizadora. Há, portanto, um e tão somente um destinatário final nessa relação tríplice.

Desta maneira, visualiza-se a cadeia de fornecimento da qual fazem parte plataforma e fornecedor aparente. A solidariedade entre os agentes será, portanto, o reflexo mais importante e o resultado mais destacável da visualização da cadeia e do aparecimento plural dos sujeitos-fornecedores. Mesmo se tratando o fornecedor aparente de um civil ele não será excluído do conceito de fornecedor estabelecido pelo CDC, incumbindo-se também do ônus da responsabilidade.

Para que o consumidor da economia do compartilhamento de forma satisfatória utilize o serviço, verifica-se uma organização complexa dos agentes do pólo fornecedor para efetiva realização do compartilhamento. Responsáveis solidariamente, eles se operacionalizam, assim, por meio de uma diversidade de contratos conexos. Claudia Lima Marques destaca essa relevante característica da cadeia de fornecimento na economia do compartilhamento:

A conexidade é, pois, o fenômeno operacional econômico de multiplicidade de vínculos, contratos, pessoas e operações para atingir um fim econômico unitário e nasce da especialização das tarefas produtivas, da formação de redes de fornecedores no mercado e, eventualmente, da vontade das partes. Na doutrina, distinguem-se três tipos de contratos conexos de acordo com as suas características básicas de possuírem fim unitário (elemento objetivo), de existir uma eventual vontade de conexão ou união (elemento subjetivo) ou de a conexão ter sido determinada por lei (compra e venda com financiamento do art. 52 do CDC (LGL\1990\40)): grupos de contratos; rede de contratos e contratos conexos (*stricto sensu*). Como já escrevi, contratos conexos *stricto sensu* são aqueles contratos autônomos que, por visarem à realização de um negócio único (nexo funcional), se celebram entre as mesmas partes ou entre partes diferentes e se vinculam por esta finalidade econômica supracontratual comum, identificável seja na causa, no consentimento, no objeto ou nas bases do negócio. Assim, se a finalidade

¹¹⁵ FALCÃO DA PAIXÃO, Marcelo Barros. “Os desafios do direito do consumidor e da regulação na sharing economy”, Revista dos Tribunais, v. 994/2018, p. 225 - 243, Ago. de 2018.

supracontratual comum é de consumo, todos os contratos são de consumo por conexidade ou acessoriedade. Para mim, este parece ser o caso dos contratos da economia do compartilhamento realizados com consumidores.¹¹⁶

Aplica-se, portanto, um conceito já bem definido na doutrina e jurisprudência, como o da responsabilidade para reger a relação entre os atores da economia do compartilhamento. Esse modelo protetivo deverá, sobretudo, refletir-se nos termos de uso, valores, comportamento e medidas organizacionais implementadas.¹¹⁷ Isso induzirá os sujeitos que compõem a parte fornecedora a atuarem de forma diligente e de acordo com os deveres anteriormente mencionados.

O próximo desafio, contudo, será compreender como - e em quais situações - recaem maiores parcelas de responsabilidade para fornecedor aparente e para plataforma viabilizadora. Para isso, terá papel fundamental a análise de decisões judiciais sobre relações da economia do compartilhamento. Determinar os critérios utilizados pelos julgadores para responsabilizar os fornecedores complementará significativamente o estudo da responsabilidade nesse modelo de negócios com as suas peculiaridades.

2.2.2. Critérios judiciais

Nada obstante se entenda que ambos os fornecedores da economia do compartilhamento podem ser responsabilizados diante de uma falha na prestação do serviço de compartilhamento, é necessário identificar as situações em que esse ônus recairia de forma mais sobre um deles em relação ao outro.

Um primeiro destaque que merece ser feito é sobre a natureza destas falhas. Tratam-se daquelas hipóteses em que o consumidor tem seus direitos violados em decorrência da falta de diligência na atuação principalmente do fornecedor aparente. Isso pois quando a falha é exclusivamente imputável à plataforma sem que haja envolvimento do fornecedor aparente não faria sentido em se falar da responsabilidade deste segundo. Há um âmbito da relação entre plataforma e consumidor que está restrito exclusivamente a estes dois, sem que nenhum

¹¹⁶ MARQUES, Claudia Lima. “A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 111/2017, p. 247 - 268, Mai. - Jun. de 2017.

¹¹⁷ FARIA DE CARVALHO, Diógenes; CARDOSO, Alysson Godoy. “Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de Pares-OECD”, Revista de Direito do Consumidor, vol. 114/2017, p. 229 - 270, Nov. - Dez. de 2017.

fornecedor aparente que compartilha o bem esteja envolvido. Um exemplo disso é o caso de uma falha na cobrança pelo compartilhamento.

O tipo de falha e violação que será objeto de análise é aquela que se dá no pólo do fornecedor aparente, uma vez que inevitavelmente passará através do “filtro” de controle da plataforma viabilizadora. O que se busca compreender é os critérios adotados nas decisões judiciais para determinar a responsabilidade dos fornecedores nessas situações. Por posicionar-se em uma posição que a permite controlar grande parte dos aspectos da transação, a plataforma passa a suportar um ônus de responsabilidade. Busca-se determinar o tamanho desse ônus.

Segundo Bruno Miragem, quando se trata de serviços de intermediação, não basta apenas que se qualifique como fornecedor aquele que promove a atividade com fins econômicos. Há a necessidade de se definir com precisão o vício ou defeito da prestação, em uma análise caso a caso do modelo de negócios, para se apontar a exata medida da responsabilidade daquele que explora o site ou aplicativo.¹¹⁸

A partir deste ponto, o trabalho se dedicará a análise de decisões judiciais selecionadas a fim de se encontrar critérios utilizados na determinação da responsabilidade dos fornecedores. Para isso, serão abordadas passagens de oito decisões proferidas no âmbito do julgamento de recursos de apelação e recursos inominados envolvendo a empresa Airbnb.

No Brasil, essencialmente dois tipos de compartilhamento são populares: o compartilhamento de automóveis e de residências. Os primeiros, em geral, envolvem pequenos valores que, quando objeto de uma controvérsia dificilmente são discutidos em juízos - as próprias plataformas desenvolvem mecanismos de resolução. No compartilhamento de residências, quando há uma falha na prestação do serviço ou violação de direitos do consumidor, os valores disputados são mais significativos, o que estimula os consumidores a irem a juízo por eles. No entanto, destaque-se que essas demandas ficam majoritariamente restritas à jurisdição dos juizados especiais cíveis. O propósito, portanto, desta análise de julgados não é apontar jurisprudência com caráter vinculativo sobre o tema, mas tão somente investigar os critérios utilizados para determinar a responsabilidade dos fornecedores.

Posto isso, um primeiro aspecto a ser ressaltado é o da solidariedade na cadeia de fornecimento. Conforme apontado na parte anterior deste capítulo, a responsabilização solidária dos fornecedores na economia do compartilhamento tem uma função determinante para garantir

¹¹⁸ MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor [livro eletrônico], 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

ao consumidor uma efetiva reparação dos danos sofridos na hipótese de violação de seus direitos. É relevante, porém, visualizar como o reconhecimento dessa responsabilidade solidária ocorre no caso concreto.

Em demanda que buscava a responsabilização da plataforma do Airbnb diante da falta de diligência de um fornecedor aparente em entregar um apartamento em boas condições de habitabilidade na cidade de Nova Iorque, EUA, a empresa arguiu ilegitimidade para constar no polo passivo da demanda, uma vez que a falha teria ocorrido em razão exclusiva da atuação do proprietário do imóvel. Entretanto, a 1º Turma Recursal Cível do Colégio Recursal - Santo André - do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo entendeu haver solidariedade entre plataforma e fornecedor aparente de modo que caberia igual responsabilização da primeira. Veja-se trecho da decisão:

Afasto a preliminar arguida pela recorrente, que ostenta legitimidade passiva a figurar no polo passivo da demanda, **uma vez que os fornecedores atuaram em cadeia e de forma organizada, respondendo solidariamente pelos danos experimentados pelos consumidores** (art. 25, § 1º do CDC). É matéria de fato a alegação de falha no serviço do réu, eis que as condições do apartamento por eles escolhido, em consulta ao site do réu, para passarem a lua de mel em Nova Iorque, não correspondia às encontradas no momento de sua estadia.¹¹⁹ [grifou-se]

Percebe-se que a ideia de cadeia de fornecimento responsável solidariamente consumada no art. 25 do CDC permitiu que os julgadores afastassem qualquer possibilidade de exoneração de sua capacidade de responder por danos causados no âmbito do compartilhamento por parte da plataforma. Este primeiro passo é o que, ao fim, vai possibilitar que se determine com maior precisão qual é o grau de responsabilidade da plataforma e do fornecedor aparente diante de uma violação de direitos do consumidor.

Um segundo tema abordado neste capítulo é o da responsabilidade por uma confiança criada. Na medida em que o compartilhamento ocorre entre desconhecidos, a confiança se torna um ativo significativo na *sharing economy*. Às plataformas, assim, cabe a função de estabelecer mecanismos que promovam um ambiente confiável de trocas. O mais notório destes mecanismos é, sem dúvidas, o sistema de avaliações de usuários, que permite que ao final do

¹¹⁹ SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Recurso Inominado Nº 1001658-74.2015.8.26.0565. Recorrentes: Fernando Moreno Machado e Érika Kanamori. Recorrido: Ache um Lugar para Ficar Airbnb Brasil Serviços e Cadastro de Hospedagem Ltda. Relator: Dr. José Francisco Matos. Santo André, 26 ago. 2016.

compartilhamento de um bem, mutuamente consumidor e fornecedor aparente troquem impressões um sobre o outro que estarão disponíveis aos futuros parceiros.

Em ação em que o consumidor buscava reparação por danos materiais e morais em decorrência das más condições de limpeza do imóvel, a Terceira Turma Recursal Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul julgou a demanda no sentido de exonerar a plataforma do Airbnb de responsabilidade pelas condições de imóvel, uma vez que, dentre outras razões, a anfitriã possuía um bom nível de avaliação de outros usuários, dispondo de “elogios” e de “um grande prestígio”, conforme se verifica em trecho retirado do acórdão:

A requerida AIRBNB, no entanto, apresentou verossimilhança em suas alegações, tendo em vista que a dona do imóvel em questão possui vasta experiência na plataforma de aluguel – possuindo grande prestígio e inúmeros elogios ao seu apartamento e tratamento junto aos hóspedes (fls.154-159). Em contrapartida, o autor estava utilizando pela primeira vez o serviço e claramente não seguiu os termos de uso, visto que não procedeu da forma correta ao não comunicar a empresa AIRBNB dos problemas, bem como não documentá-los – com fotos, vídeos ou certidões (fl.147).¹²⁰

Trata-se de um julgado extremamente interessante, na medida em que aponta para um limite da responsabilidade da plataforma viabilizadora diante de uma violação. Atribui-se ao mecanismo de avaliações o papel de blindar a plataforma quanto a qualidade do compartilhamento, passando o risco da escolha e de uma melhor análise das ofertas ao consumidor. Há um reconhecimento, portanto, de que enquanto as avaliações forem majoritariamente positivas, aquele determinado fornecedor aparente estará rotulado como um bom parceiro comercial.

Contudo, sem dúvidas o aspecto mais controverso do estudo da responsabilidade envolvendo os agentes na economia do compartilhamento são as hipóteses em que a violação ocorre em decorrência da ação do fornecedor aparente, porém sob o âmbito de um suposto controle da plataforma. Nestes casos, é possível identificar de forma mais clara a qual dos fornecedores corresponde parcela de culpa na falha de prestação do serviço. O desafio passa, então, a ser a verificação de se os fornecedores respondem proporcionalmente às suas parcelas ou se um deles - em geral a plataforma por dispor de maiores recursos econômicos - arcaria com a integralidade deste ônus.

¹²⁰ RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul. Recurso Inominado Nº 0051749-70.2017.8.21.9000. Recorrente: Charles Larri Pereira Felix. Recorridos: Ache um Lugar para Ficar Airbnb Brasil Ltda. e Ebanx Ltda. Relator: Dr. Luis Francisco Franco. Porto Alegre, 28 set. 2017.

Em ação proposta por consumidor que teve a sua reserva cancelada pelo fornecedor aparente na data prevista para a chegada no imóvel, a Vigésima Quinta Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro considerou estaria compreendido entre as atribuições da plataforma o dever de diligência na forma de manter um contato com o fornecedor aparente a fim de se evitar qualquer cancelamento intempestivo. Veja-se trecho da decisão:

A prova dos autos demonstra a falha na prestação de serviços da Ré em razão do cancelamento da reserva no mesmo dia em que ela se iniciava, sendo-lhe defeso sustentar a ocorrência de fato exclusivo de terceiro porque sua responsabilidade decorre da ausência de diligência junto aos proprietários do imóvel para confirmar a reserva. A falha da Ré também se verifica na ausência de solução para o caso, considerando-se ainda que se tratava de período pré-natalino, no qual, em razão da notória escassez de imóveis disponíveis na cidade de Nova Iorque, a Demandada deveria ter dobrado seus esforços para prevenir cancelamentos e problemas nas reservas. (...) Assim, considerando-se que os Autores foram obrigados a buscar hospedagem em hotéis em razão da falha na prestação de serviço da Ré, correta a sentença ao condenar a parte Demandada ao pagamento de indenização por danos materiais no equivalente às despesas com diárias.¹²¹

Deste modo, mesmo sob a alegação de que o prejuízo suportado pelo consumidor ocorre em razão da conduta de terceiro à demanda, o fornecedor aparente, atribuiu-se à plataforma grau de culpabilidade e responsabilidade pela permissão de que no ambiente de compartilhamento que operacionaliza tal situação se tornasse suscetível de ocorrer.

Para Bruno Miragem, a responsabilização nesse nível decorre o risco da atividade desenvolvida, conforme o artigo 14 do CDC e o artigo 927 do Código Civil, uma vez que se estabelece uma obrigação de reparação do dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade que é desenvolvida pelo causador do dano implicar risco para o direito de outrem.¹²²

Responsabilizou-se também a plataforma do Airbnb ao pagamento de indenização a consumidor pelos gastos adicionais com reserva de hotel diante de cancelamento unilateral de reserva pelo proprietário do imóvel. A 1ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná entendeu que configura-se falha na prestação do serviço, também, a ocorrência de cancelamentos de reservas contratadas por meio da plataforma, mesmo que

¹²¹ RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. Apelação Cível Nº 0000837-08.2016.8.19.0061. Apelantes 1: Ache um Lugar para Ficar Airbnb Brasil Ltda. Apelantes 2: Marcio Carvalho Barboza e outros (Recurso Adesivo). Apelados: os mesmos. Relator: Des. Leila Albuquerque. Rio de Janeiro, 29 mar. 2017.

¹²² MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor [livro eletrônico], 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

causados exclusivamente pela ação do fornecedor aparente, sobre o qual a empresa não teria nenhuma ingerência.¹²³

Nesta linha, a 1ª Turma Recursal Cível do Colégio Recursal - Lapa do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo também entendeu que, uma vez que a plataforma se propõe a realizar um serviço de intermediação, surge uma responsabilidade pelo devido êxito do compartilhamento, pressupondo-se que qualquer falha na relação entre fornecedor aparente e plataforma não pode justificar um prejuízo ao consumidor. Nesse sentido, afirma-se no acórdão o que segue:

Em que pese o entendimento esposado na r. Sentença monocrática, entendo que na hipótese, a empresa que intermediou a locação entre viajante brasileiro e anfitrião estrangeiro deve ser responsabilizada pelo cancelamento por parte deste último, ainda que conste das regras do contrato a exclusão da responsabilidade nesta hipótese. A exclusão da responsabilidade é cláusula potestativa, inserida em contrato de adesão, que não obriga o consumidor inocente.¹²⁴

Este entendimento vai ao encontro do que ensina Bruno Miragem, quando aduz que o fornecedor de serviços, ainda que inexistente culpa sua, responde pela reparação de danos causados ao consumidor, em função de defeitos relacionados à prestação dos serviços. Essa responsabilidade, na visão do professor, é objetiva por parte das plataformas, se os danos decorrem de atos ilícitos, pelos riscos resultantes do desenvolvimento de suas atividades.¹²⁵

Em acórdão proferido pela 4ª Turma Cível do Colégio Recursal - Campinas do Tribunal de Justiça de São Paulo, discutiu-se a validade da cláusula contratual estabelecida pelo Airbnb que restringe sua responsabilidade em casos de cancelamentos efetuados por anfitriões. O relator afirmou que a “exclusão da responsabilidade é cláusula potestativa, inserida em contrato de adesão, que não obriga o consumidor inocente”.¹²⁶

¹²³ PARANÁ. Tribunal de Justiça do Estado do Paraná. Recurso Inominado Nº 0002307-02.2017.8.16.0036. Recorrente: Jefferson da Silva Spolador. Recorrido: Airbnb Serviços Digitais Ltda. Relator: Dra. Maria Fernanda Scheidemantel Nogara Ferreira da Costa. Curitiba, 15 mar. 2018.

¹²⁴ SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Recurso Inominado Nº 1006081-56.2016.8.26.0011. Recorrentes: Marcelo Nastromagario e Ana Paula Valerio Becegato Nastromagario. Recorrido: Ache um Lugar para Ficar Airbnb Brasil Serviços e Cadastro de Hospedagem Ltda. Relatora: Dra. Virginia Sampaio. São Paulo, 18 nov. 2016.

¹²⁵ MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor [livro eletrônico], 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

¹²⁶ SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Recurso Inominado Nº 1038803-28.2016.8.26.0114. Recorrente: Ache um Lugar para Ficar Airbnb Brasil Serviços e Cadastro de Hospedagem Ltda. Recorridos: Decleide Aparecida Toneato Melhado e outros. Relator: Dr. Rafael Imbrunite Flores. São Paulo, 25 ago. 2017.

Um aspecto relevante, por sua vez, foi abordado em decisão da 19ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo em que se enfrentou a questão da função da plataforma na relação tríplice com fornecedor aparente e consumidor. Na demanda, o proprietário do imóvel em comunicação com o usuário havia determinado um valor para o aluguel da residência, enquanto no anúncio contratado na plataforma constava outra quantia. Os julgadores afirmaram que o preço que valeria a contratação seria o cobrado pelo Airbnb, na medida em que trata-se de uma das funções da plataforma viabilizadora controlar os mecanismos de pagamento. Veja-se trecho do acórdão:

As plataformas de economia compartilhada, tais como Uber, DogHero, TaskRabbit, Couchsurfing e a própria apelada, empoderaram o cidadão ao permitir o aproveitamento de seus recursos particulares com valor de mercado, tais como seus carros, seu tempo, sua capacidade laborativa e seu espaço residencial disponível. Todavia, a utilização destes serviços pelo consumidor não é disciplinada pelo proprietário ou pelo titular do recurso compartilhado, e sim pelos termos e condições de uso da plataforma, o que inclui suas normas de pagamento, de segurança, higiene, de qualidade do serviço, entre outros. Assim, o preço eventualmente informado pelo anfitrião por mensagem não prevalece sobre o preço e as informações constantes da webpage de pagamento (fl. 88).¹²⁷

Se por um lado se reconhece o papel central da plataforma na economia do compartilhamento, por outro os deveres e responsabilidades que decorrem dessa função relevante exercida são diretamente proporcionais. Esse foi o entendimento adotado pela 30ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, em julgamento de recurso apelação. No caso discutido em juízo, a consumidora teve sua viagem ao exterior frustrada por ter sofrido lesões em razão de insetos no imóvel locado. Mesmo tendo sido uma situação de falta de diligência do fornecedor aparente, o acórdão consagrou o seguinte:

A ré é, sim, responsável por eventuais danos causados aos consumidores. A ré disponibiliza em seu conhecido sítio na internet (Airbnb) um serviço por meio do qual pessoas podem oferecer, em sua plataforma, locais para hospedagem de diversos tipos, tais como casas, apartamentos, sítios, entre outros. A ré, por seu turno, divulga esse conteúdo e outros consumidores, como a autora, que buscam uma hospedagem em determinada localidade, utilizam o serviço do Airbnb para buscar o local mais adequado para suas necessidades.

Não há dúvida de que o nome Airbnb é conhecido mundialmente e que, em geral, os usuários relatam que o serviço prestado é de qualidade. Sua marca não seria tão buscada pelos consumidores se, de fato, o serviço não fosse de grande confiança.

¹²⁷ SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Apelação Cível Nº 1006651-04.2017.8.26.0077. Apelante: Keren Sabioni Oliveira. Apelado: Airbnb Serviços Digitais Ltda. Relator: Des. Daniela Menegatti Milano, São Paulo, 30 jul. 2018.

Todavia, isso, por si só, não garante que o serviço será sempre cem por cento perfeito. Não é crível que uma empresa desse porte acredite prestar um serviço infalível, uma vez que em seu próprio sítio na internet afirma que "2 milhões de pessoas se hospedam em acomodações no Airbnb em 65.000 cidades do mundo inteiro. Você pode escolher dentre mais de 4 milhões de anúncios em 191 países - isso é mais do que as cinco principais redes de hotéis juntas" (Disponível em <https://www.airbnb.com.br/trust>. Acesso em: 12.06.2018, 15h16min).

Ainda que o Airbnb não seja o efetivo anfitrião ou locador dos imóveis oferecidos, é dessa empresa que o consumidor busca a prestação do serviço que lhe garanta uma hospedagem tranquila, no local ali divulgado, pelo preço previamente ajustado, e com a garantia da empresa de que o consumidor não está sendo vítima de uma fraude ao aceitar se hospedar em um imóvel indicado na plataforma. Logo, **Airbnb responde, sim, por eventuais danos causados aos consumidores, incumbindo a ela, querendo, e se for o caso, buscar eventual reparação de danos causados por atos praticados por terceiros.** O serviço é cobrado, uma vez que a ré fica com parte do valor pago. É ela quem intermedia todo o pagamento e faz o repasse ao anfitrião.

(...)

Além disso, incumbia à ré tomar as medidas necessárias para verificar o que estava ocorrendo com a consumidora, a qual, diga-se novamente, buscou um serviço confiável. **Eventual falha da pessoa tida como anfitriã e que, em tese, tenha causado prejuízo à ré, há de ser arguida por meio da via adequada, não sendo admissível prejuízo para o consumidor.** A ré é quem garante que o serviço será prestado de maneira adequada ao oferecê-lo ao público consumidor; portanto, se ela opta, seja por questões práticas, seja por motivos financeiros, que o consumidor entre em contato diretamente com o responsável pelo imóvel para solucionar eventuais problemas, é como se esses ditos anfitriões agissem como seu preposto para fins de garantia de uma hospedagem de qualidade.¹²⁸ [grifou-se]

A partir da análise dos julgados realizada é possível identificar que prevalece um entendimento de que a responsabilidade da plataforma viabilizadora na economia do compartilhamento, em grande medida, é consequente e proporcional à sua relevância na operacionalização do negócio. Compreende-se esse *gatekeeper* como o principal fornecedor da *sharing economy* e, portanto, como tal sofre os encargos maiores em termos de responsabilização por prejuízos enfrentados pelos consumidores.

O fornecedor aparente, que em muitas situações traz a causa principal do dano, também por ele pode ser responsabilizado. Contudo, para que o consumidor não seja prejudicado em função da particular estrutura da cadeia de fornecimento da economia do compartilhamento, quando aquele não consegue facilmente ser acionado judicialmente, esse busca na plataforma a devida indenização.

¹²⁸ SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Apelação Cível Nº 1009888-93.2017.8.26.0320. Apelante: Airbnb Serviços Digitais Ltda. Apelado: Mareisa Lucas de Sá. Relator: Des. Lino Machado. São Paulo, 25 jul. 2018.

CONCLUSÃO

A economia do compartilhamento em sua estrutura própria apresenta complexos desafios interpretativos aos juristas. Como se viu, a cadeia de fornecimento, diferentemente do mercado de consumo tradicional, possui uma configuração que envolve parcelas não necessariamente recíprocas entre os agentes.

A chave de leitura para a economia compartilhada passa pela compreensão dela como um modelo de negócios disruptivo que fundamentalmente é celebrado por meios eletrônicos, com o compartilhamento ocorrendo, porém, no mundo físico, entre presentes. A concepção a respeito dos deveres do fornecedor no comércio eletrônico e os seus reflexos no direito do consumidor são indispensáveis para o bom entendimento acerca da temática proposta no trabalho. Assim, o que se buscou no primeiro capítulo deste trabalho foi apresentar um panorama, inicialmente, sobre aspectos relevantes do comércio realizado por meios eletrônicos, que como gênero que engloba economia do compartilhamento, tem refletido diretamente na forma de analisá-la.

Ainda no primeiro capítulo, um dos enfoques foi a pormenorização das características próprias e mais relevantes da economia do compartilhamento, que a tornam destacado objeto de estudo no campo do direito do consumidor. A compreensão dessas características, obtendo-se um panorama do funcionamento e operacionalização do modelo de negócios, permitiu que se criasse uma base para o estudo posterior da responsabilidade dos agentes na cadeia de fornecimento.

No segundo capítulo, portanto, concentrou-se em demonstrar como poderiam ser responsabilizados aqueles que compõem o pólo fornecedor da relação, em situações de violação dos direitos do consumidor, causando-lhes danos e prejuízos. A base para isso foi, então, a ideia de uma responsabilidade pela confiança criada, uma vez que na economia do compartilhamento o ativo mais relevante, a sua efetiva moeda é a confiança estabelecida entre aqueles que compartilham um bem e que é promovida por mecanismos disponibilizados pela própria plataforma.

A segunda parte do segundo capítulo, por sua vez, buscou em decisões judiciais envolvendo disputas sobre casos de compartilhamento de bens os critérios utilizados para determinar a responsabilidade dos fornecedores. O objetivo dessa análise, destaque-se, não era encontrar significativa jurisprudência sobre o tema, uma vez que grande parte dos litígios que

têm a economia compartilhada como objeto, são resolvidos no âmbito dos Juizados Especiais. o Enfoque se concentrou efetivamente na fundamentação utilizada pelos julgadores.

O resultado que se pode obter foi a percepção de um difundido entendimento de que as plataformas atuam como fornecedor principal da economia do compartilhamento, apesar de ser o fornecedor aparente quem ao fim irá disponibilizar o bem no mercado de consumo. Isso significa que aquele que exerce de forma organizada e profissional a atividade econômica sofrerá os principais encargos de responsabilidade. Verifica-se que mesmo que o fornecedor aparente dê causa exclusiva ao dano sofrido pelo consumidor, a plataforma, na posição de *gatekeeper*, pode por eles responder, na medida em que controla, majoritariamente, os âmbitos e o desenvolvimento da relação estabelecida entre consumidor e fornecedor aparente.

Evidentemente, trata-se ainda de uma posição fragilizada pela ausência de um maior número de decisões envolvendo o compartilhamento de bens. Contudo, não parece provável que se adote uma interpretação da dinâmica da relação na economia do compartilhamento diversa da que tem sido realizada, em vista de que significaria considerável prejuízo à proteção do consumidor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BLOG "ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO". **O que é economia do compartilhamento?** Disponível em: <<http://economiadocompartilhamento.com.br/o-que-e-economia-do-compartilhamento-2/>> Acesso em: 04 de agosto de 2018.

BLOG "ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO". **Como surgiu a economia do compartilhamento?** Disponível em: <<http://economiadocompartilhamento.com.br/como-surgiu-2/>> Acesso em: 04 de agosto de 2018.

BLOG "ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO". **Quais os benefícios da economia do compartilhamento?** Disponível em: <<http://economiadocompartilhamento.com.br/beneficios-da-economia-do-compartilhamento/>> Acesso em: 06 de agosto de 2018.

BLOG "ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO". **Qual a relação entre consumo colaborativo e economia do compartilhamento?** Disponível em: <<http://economiadocompartilhamento.com.br/relacao-consumo-colaborativo-e-economia-do-compartilhamento/>> Acesso em: 11 de agosto de 2018.

BLOG "ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO". **Nem tudo é Uber Economia.** Disponível em: <<http://economiadocompartilhamento.com.br/uber-economia/>> Acesso em: 11 de agosto de 2018.

BLOG "ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO". **10 Maneiras de Economizar com a Economia Compartilhada.** Disponível em: <<http://economiadocompartilhamento.com.br/10-maneiras-de-economizar-com-a-economia-compartilhada/>> Acesso em: 13 de agosto de 2018.

BLOG "ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO". **Os números da economia compartilhada nos Estados Unidos.** Disponível em: <<http://economiadocompartilhamento.com.br/a-economia-compartilhada-em-numeros-nos-estados-unidos/>> Acesso em: 13 de agosto de 2018.

COUTO, Rainer; NOVAIS, Leandro. **“Regulação de tecnologias disruptivas: uma análise de sharing economy”**, Revista de Direito do Consumidor, vol. 111/2017, p. 269 - 292, Mai. - Jun. de 2017.

DEUTSCHE WELLE. **"Sharing economy": dividir em vez de consumir.** Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/sharing-economy-dividir-em-vez-de-consumir/a-16424875>> Acesso em: 03 de agosto de 2018.

DURANTE, Patrícia; MUCELIN, Guilherme Antônio Balczarek. **“Do celular à mesa de refeições: o compartilhamento de alimentos por meio de aplicativos e seus impactos no contexto da sharing economy”**, Res Severa Verum Gaudium, v. 3, n. 2, p. 212-225, Abr. de 2018.

ESTADÃO. **Economia colaborativa: mais um pilar do livre mercado.** Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/economia-colaborativa-mais-um-pilar-do-livre-mercado/>> Acesso em: 06 de agosto de 2018.

EUROPA. **Diretiva 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho.** Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex:32011L0083>>. Acesso em: 15 out. 2018.

EXAME. **Uso de táxi cai enquanto apps como Uber crescem, diz pesquisa.** Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/uso-de-taxi-cai-enquanto-apps-como-uber-crescem-diz-pesquisa/>> Acesso em: 06 de agosto de 2018.

FALCÃO DA PAIXÃO, Marcelo Barros. **“Os desafios do direito do consumidor e da regulação na sharing economy”**, Revista dos Tribunais, v. 994/2018, p. 225 - 243, Ago. de 2018.

FARIA DE CARVALHO, Diógenes; CARDOSO, Alysson Godoy. **“Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de Pares-OECD”**, Revista de Direito do Consumidor, vol. 114/2017, p. 229 - 270, Nov. - Dez. de 2017.

FOLHA DE S.PAULO. **Mercado de venda e troca de produtos usados e serviços evolui no Brasil.** Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/04/mercado-de-venda-e-troca-de-produtos-usados-e-servicos-evolui-no-brasil.shtml>> Acesso em: 03 de agosto de 2018.

FOLHA DE S.PAULO. **Conflito entre Uber e táxis em SP leva prefeitura a estudar regulação do app.** Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2015/05/1629339-conflito-entre-uber-e-taxis-em-sp-leva-prefeitura-a-estudar-regulacao-do-app.shtml>> Acesso em: 11 de agosto de 2018.

FOLHA DE S.PAULO. **Metrópoles turísticas limitam o avanço do Airbnb.** Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/07/metropoles-turisticas-limitam-o-avanco-do-airbnb.shtml>> Acesso em: 08 de agosto de 2018.

GARCIA MARQUES, Alessandra. **“Inovação e direitos fundamentais: o impacto do aplicativo Uber no mercado consumidor brasileiro”**, Revista de Direito do Consumidor, vol. 107/2016, p. 59 - 87, Set. - Out. de 2016.

JORNAL DO COMÉRCIO. **Economia do compartilhamento garante renda extra em tempos de crise.** Disponível em: <<https://jconline.ne10.uol.com.br/canal/economia/pernambuco/noticia/2017/12/31/economia-do-compartilhamento-garante-renda-extra-em-tempos-de-crise-322022.php>> Acesso em: 08 de agosto de 2018.

KLEE, Antonia Espíndola Longoni. **Comércio eletrônico [livro eletrônico]**, 1. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais**, São Paulo: Ed. RT, 2016.

MARQUES, Claudia Lima. **“A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo”**, Revista de Direito do Consumidor, vol. 111/2017, p. 247 - 268, Mai. - Jun. de 2017.

MELLER-HANNICH, Caroline. **“Economia compartilhada e proteção do consumidor”**, Revista de Direito do Consumidor, vol. 105/2016, p. 19 - 31, Mai. - Jun. de 2016.

MILAGRES, Marcelo de Oliveira; GONÇALVES, Thatiane Rabelo. **“A despersonalização na contratação eletrônica: a realidade dos contratos de fato”**, Revista de Direito do Consumidor, vol. 117/2018, p. 491 - 511, Mai. - Jun. de 2018.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor [livro eletrônico]**, 7. ed., São Paulo: Ed. RT, 2018.

OLIVEIRA, Amanda Flávio de. **“Economia colaborativa e desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões”**, Revista de Direito do Consumidor, vol. 115/2018, p. 479 - 495, Jan. - Fev. de 2018.

PARANÁ. Tribunal de Justiça do Estado do Paraná. **Recurso Inominado Nº 0002307-02.2017.8.16.0036**. Recorrente: Jefferson da Silva Spolador. Recorrido: Airbnb Serviços Digitais Ltda. Relator: Dra. Maria Fernanda Scheidemantel Nogara Ferreira da Costa. Curitiba, 15 mar. 2018.

REVISTA PEGN. **“Economia do compartilhamento” deveria ser responsável por 30 do PIB de serviços**. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Tecnologia/noticia/2017/10/economia-do-compartilhamento-deveria-ser-responsavel-por-30-do-pib-de-servicos.html>> Acesso em: 06 de agosto de 2018.

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. **Apelação Cível Nº 0000837-08.2016.8.19.0061**. Apelantes 1: Ache um Lugar para Ficar Airbnb Brasil Ltda. Apelantes 2: Marcio Carvalho Barboza e outros (Recurso Adesivo). Apelados: os mesmos. Relator: Des. Leila Albuquerque. Rio de Janeiro, 29 mar. 2017.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul. **Recurso Inominado Nº 0051749-70.2017.8.21.9000**. Recorrente: Charles Larri Pereira Felix. Recorridos: Ache um Lugar para Ficar Airbnb Brasil Ltda. e Ebanx Ltda. Relator: Dr. Luis Francisco Franco. Porto Alegre, 28 set. 2017.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Recurso Inominado Nº 1001658-74.2015.8.26.0565**. Recorrentes: Fernando Moreno Machado e Érika Kanamori. Recorrido: Ache um Lugar para Ficar Airbnb Brasil Serviços e Cadastro de Hospedagem Ltda. Relator: Dr. José Francisco Matos. Santo André, 26 ago. 2016.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Apelação Cível Nº 1009888-93.2017.8.26.0320**. Apelante: Airbnb Serviços Digitais Ltda. Apelado: Mareisa Lucas de Sá. Relator: Des. Lino Machado. São Paulo, 25 jul. 2018.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Recurso Inominado Nº 1006081-56.2016.8.26.0011**. Recorrentes: Marcelo Nastromagario e Ana Paula Valerio Becegato Nastromagario. Recorrido: Ache um Lugar para Ficar Airbnb Brasil Serviços e Cadastro de Hospedagem Ltda. Relatora: Dra. Virginia Sampaio. São Paulo, 18 nov. 2016.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Recurso Inominado Nº 1038803-28.2016.8.26.0114**. Recorrente: Ache um Lugar para Ficar Airbnb Brasil Serviços e Cadastro de Hospedagem Ltda. Recorridos: Declaide Aparecida Toneato Melhado e outros. Relator: Dr. Rafael Imbrunite Flores. São Paulo, 25 ago. 2017.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Apelação Cível Nº 1006651-04.2017.8.26.0077**. Apelante: Keren Sabioni Oliveira. Apelado: Airbnb Serviços DÍgitais Ltda. Relator: Des. Daniela Menegatti Milano, São Paulo, 30 jul. 2018.

SCHWARTZ, Fabio. **“A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário”**, Revista de Direito do Consumidor, vol. 111/2017, p. 221 - 246, Mai. - Jun. de 2017.

TEIXEIRA, Tarcisio; MALDONADO, Gregory Tonin. **“Uber: a livre iniciativa e a inconstitucionalidade das leis municipais que proíbem atividades semelhantes”**, Revista dos Tribunais, vol. 983/2017, p. 191 - 204, Set. de 2017.

UOL. **Maven, da GM, lança serviço estilo Airbnb para donos de carros**. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/bloomberg/2018/07/24/maven-da-gm-lanca-servico-estilo-airbnb-para-donos-de-carros.htm>> Acesso em: 08 de agosto de 2018.

VALOR ECONÔMICO. **Airbnb e outras plataformas: locação ou serviço de hospedagem?** Disponível em: <<https://www.valor.com.br/legislacao/fio-da-meada/5630755/airbnb-e-outras-plataformas-locacao-ou-servico-de-hospedagem>> Acesso em: 03 de agosto de 2018.

VERBICARO, Dennis; PEDROSA, Nicolas Malcher. **“O impacto da economia de compartilhamento na sociedade de consumo e seus desafios regulatórios”**, Revista de Direito do Consumidor, vol. 113/2017, p. 457 - 482, Set. - Out. de 2017.

ZEH, Andrea Kauffmann. **Sharing Economy: A Inevitável, Genial e quase Ilegal Terra Prometida.** Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/eu-voce-e-irene/post/sharing-economy-inevitavel-genial-quase-ilegal-terra-prometida-568523.html>> Acesso em: 04 de agosto de 2018.

ZERO HORA. **"Sharing economy" reinventa o capitalismo e o conceito de reputação.** Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/porto-alegre/noticia/2015/01/sharing-economy-reinventa-o-capitalismo-e-o-conceito-de-reputacao-4682925.html>> Acesso em: 03 de agosto de 2018.