



Centro Universitário de Brasília - UniCEUB  
Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais – FAJS  
Curso de Bacharelado em Direito

**FERNANDO BIANCHINI DE OLIVEIRA**

**A REGULAÇÃO DO MERCADO DE ECONOMIA COMPARTILHADA**

**BRASÍLIA**

**2018**

**FERNANDO BIANCHINI DE OLIVEIRA**

**A REGULAÇÃO DO MERCADO DE ECONOMIA COMPARTILHADA**

Artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção de título de bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais – FAJS do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Morishita Wada.

**BRASÍLIA**

**2018**

**FERNANDO BIANCHINI DE OLIVEIRA**

**A REGULAÇÃO DOS NEGÓCIOS DE ECONOMIA COMPARTILHADA**

Artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção de título de bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais – FAJS do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Morishita Wada.

Brasília, 21 de setembro de 2018

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Professor Doutor Ricardo Morishita Wada (Orientador)**

---

**Professor examinador**

## RESUMO

O presente artigo jurídico busca analisar a possibilidade e a maneira mais eficiente de introduzir novas tecnologias e novos modelos de mercado – como a economia de compartilhamento, foco deste trabalho – na sociedade brasileira, garantindo, contudo, a proteção dos direitos dos consumidores e o interesse de toda a sociedade, o fazendo com base na legislação, jurisprudência e doutrina brasileira e em exemplos concretos de como a economia de compartilhamento tem sido introduzida no mercado (citados sem fins publicitários ou comerciais). Cabe esclarecer que este trabalho acadêmico se atém apenas aos preceitos regulatórios e econômicos da inserção do modelo econômico da economia de compartilhamento no mercado brasileiro, fazendo referência à sua recepção em outros países, sem se aprofundar em questões sob a ótica empresarial ou trabalhista.

**Palavras-chave:** DIREITO DO CONSUMIDOR. DIREITO REGULATÓRIO. DIREITO ECONÔMICO. ECONOMIA COMPARTILHADA. ECONOMIA DE COMPARTILHAMENTO. *SHARING ECONOMY*. TECNOLOGIA DISRUPTIVA. REGULAÇÃO.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>6</b>
<b>1 CONCEITOS BÁSICOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR E A CHEGADA DE TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS NO MERCADO .....</b>	<b>7</b>
1.1 Breve introdução ao Direito do Consumidor .....	7
1.2 A chegada de tecnologias disruptivas no mercado mundial e nacional .....	10
<b>2 A ECONOMIA COMPARTILHADA E UMA NOVA NOÇÃO DE FORNECEDORES .....</b>	<b>12</b>
2.1 Conceituação de economia colaborativa .....	13
2.2 Fornecedor intermediário e fornecedor de fato .....	15
2.3 Exemplos da economia de compartilhamento no mercado .....	19
2.3.1 <i>Locação de imóveis e o caso do Airbnb</i> .....	20
2.3.2 <i>Aplicativos de transporte de passageiros e entregas</i> .....	21
2.3.3 <i>Carsharing</i> .....	25
2.3.4 <i>Comércio de bens usados e o reaproveitamento de bens em circulação</i> .....	27
2.3.5 <i>Serviços de cuidados de animais domésticos</i> .....	28
<b>3 ALTERNATIVAS PARA A REGULAÇÃO ESTATAL DO MERCADO DE ECONOMIA COMPARTILHADA .....</b>	<b>29</b>
3.1 A transparência e a concorrência como forma de assegurar a qualidade das relações contratuais .....	29
3.2 A capacidade de autorregulação do mercado e seus limites de aplicação .....	32
3.3 De que forma o Estado deve intervir? .....	34
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>39</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>40</b>

## INTRODUÇÃO

Cada vez mais as tecnologias disruptivas se popularizam globalmente e, conseqüentemente, adentram o mercado brasileiro, trazendo novas noções – antes impensadas – à economia nacional. É o que se verifica claramente na economia compartilhada, que vem sacodindo mercados e renovando práticas comerciais já sedimentados no ramo.

A economia compartilhada se baseia na comercialização de produtos e serviços ociosos, principalmente por pessoas físicas. Enquanto tal fornecedor consegue uma renda extra, seja comercializando ou alugando determinado bem seu que esteja parado, ou prestando serviço durante seu tempo livre, os consumidores ganham um novo mercado, muito mais diversificado e com preços geralmente mais atrativos que aqueles impostos pelas grandes empresas.

Contudo, a chegada de novas tecnologias e novas práticas comerciais trazem consigo a necessidade de adaptação do ordenamento jurídico vigente para as inovações do mundo contemporâneo. Assim, devem os Estados regulamentar tais atividades de modo a adaptá-las aos padrões da sociedade e aos princípios basilares do Direito daquela nação.

Desse modo, busca o presente trabalho acadêmico estudar como o fenômeno da economia compartilhada poderá ser introduzido da melhor maneira no ordenamento jurídico brasileiro, seja por meio de alterações na legislação, novas interpretações por parte dos tribunais pátrios ou regulamentações administrativas, de modo a diminuir as disparidades e tensões com os modelos de negócio já consolidados, como o ramo de táxis e hotéis.

A economia compartilhada chegou com força e aceitação incríveis no mercado consumidor, e sua remoção apenas traria malefícios aos consumidores, verdadeiros titulares dos direitos por um mercado mais justo, equilibrado e acessível.

Somente a partir da análise pormenorizada das situações reais que os intérpretes do Direito poderão encontrar o balanço entre os princípios básicos do Direito (do Consumidor), as práticas comerciais já sedimentadas e as inovações trazidas pelos novos agentes comerciais, de modo a garantir a proteção dos interesses dos consumidores e a igualdade no tratamento de todos os fornecedores de produtos e serviços.

# 1 CONCEITOS BÁSICOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR E A CHEGADA DE TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS NO MERCADO

Inicialmente, cabe definir alguns conceitos que serão utilizados neste trabalho acadêmico, principalmente o de fornecedor e consumidor, bem como uma breve explanação acerca das relações de consumo e a aplicação do Direito do Consumidor no mercado, passando para um panorama geral acerca da criação e difusão de tecnologias disruptivas no mercado e como podem alterar a sociedade moderna.

## 1.1 Breve introdução ao Direito do Consumidor

O Direito do Consumidor busca dar garantias aos consumidores, quase sempre hipossuficientes nas negociações, para equilibrar as relações de consumo e compensar sua vulnerabilidade. Para isso, previne e pune práticas abusivas praticadas no mercado e facilita a busca de seus direitos quando forem violados.

Conforme preceitua o art. 3º do Código de Defesa do Consumidor – CDC (Lei Federal nº 8.078/1990)<sup>1</sup>, são considerados fornecedores as pessoas físicas ou jurídicas que participem da cadeia de produção e comercialização de um produto ou a prestação de um serviço – exceto quando considerada a relação trabalhista, e o fazem em troca de uma contraprestação (outro produto/serviço ou pagamento em dinheiro, como forma de compor ou complementar sua renda) ou até mesmo de forma gratuita (como os casos de amostras grátis, distribuídas como forma de dar publicidade ao produto). Nas palavras de Grinnover *et al*:

[...] fornecedor é qualquer pessoa física, ou seja, qualquer um que, a título singular, mediante desempenho de atividade mercantil ou civil e de forma habitual, ofereça no mercado produtos ou serviços, e a jurídica, da mesma forma, mas em associação mercantil ou civil e de forma habitual.<sup>2</sup>

Já o art. 2º do CDC<sup>3</sup> define como consumidor todo aquele que utiliza produto ou serviço como destinatário final, ou seja, aquele que o utiliza de fato e encerra a cadeia de produção e comércio. Contudo, tendo em vista a natureza das relações de consumo, esse

---

<sup>1</sup> BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 20 set. 2018.

<sup>2</sup> GRINOVER, Ada Pellegrini et al. *Código brasileiro de defesa do consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. 11. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017, p. 50.

<sup>3</sup> BRASIL, *op. cit.*.

conceito padrão foi adaptado pela doutrina e pela jurisprudência para evitar abusos por aqueles que se aproveitavam da proteção mesmo que não fossem hipossuficientes de fato.

Dessa forma, o Superior Tribunal de Justiça adotou o conceito da escola finalista mitigada (ou finalista aprofundada), na qual se exige, além da destinação final, a vulnerabilidade do consumidor e que possua expertise diversa (não possua conhecimento técnico suficiente acerca do produto/serviço que está contratando, de modo que não poderia reconhecer eventuais vícios ou fatos prejudiciais). Assim destacou a Ministra do STJ Fátima Nancy Andrighi em seu voto proferido no paradigmático julgamento do Recurso Especial nº 476.428/SC, de sua relatoria<sup>4</sup>:

Recentemente, a Segunda Seção deste STJ superou discussão acerca do alcance da expressão "destinatário final", constante do art. 2º do CDC, consolidando a teoria subjetiva (ou finalista) como aquela que indica a melhor diretriz para a interpretação do conceito de consumidor.

Segundo a teoria preferida, a aludida expressão deve ser interpretada restritivamente. Com isso, o conceito de consumidor deve ser subjetivo, e entendido como tal aquele que ocupa um nicho específico da estrutura de mercado - o de ultimar a atividade econômica com a retirada de circulação (econômica) do bem ou serviço, a fim de consumi-lo, de forma a suprir uma necessidade ou satisfação eminentemente pessoal.

Para se caracterizar o consumidor, portanto, não basta ser, o adquirente ou utente, destinatário final fático do bem ou serviço: deve ser também o seu destinatário final econômico, isto é, a utilização deve romper a atividade econômica para o atendimento de necessidade privada, pessoal, não podendo ser reutilizado, o bem ou serviço, no processo produtivo, ainda que de forma indireta.

Nesse prisma, a expressão "destinatário final" não compreenderia a pessoa jurídica empresária.

Por outro lado, a jurisprudência deste STJ, ao mesmo tempo que consagra o conceito finalista, reconhece a necessidade de mitigação do critério para atender situações em que a vulnerabilidade se encontra demonstrada no caso concreto.

Isso ocorre, todavia, porque a relação jurídica qualificada por ser "de consumo" não se caracteriza pela presença de pessoa física ou jurídica em seus pólos, mas pela presença de uma parte vulnerável de um lado (consumidor), e de um fornecedor, de outro. Porque é essência do Código o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado, princípio-motor da política nacional das relações de consumo (art. 4º, I).

Em relação a esse componente informador do subsistema das relações de consumo, inclusive, não se pode olvidar que a vulnerabilidade não se define tão-somente pela capacidade econômica, nível de informação/cultura ou valor do contrato em exame. Todos esses elementos podem estar presentes e o comprador ainda ser vulnerável pela dependência do produto; pela natureza adesiva do contrato imposto; pelo monopólio da produção do bem ou sua

<sup>4</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. *Recurso Especial nº 476.428/SC*. Recorrente: Agipliquigás S.A. Recorrido: Gracher Hotéis e Turismo Ltda. 2005. Voto da Ministra Relatora Nancy Andrighi, Brasília, 9 maio 2005. Disponível em: <[https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num\\_registro=200201456245&dt\\_publicacao=09/05/2005](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=200201456245&dt_publicacao=09/05/2005)>. Acesso em: 20 set. 2018.



qualidade insuperável; pela extremada necessidade do bem ou serviço; pelas exigências da modernidade atinentes à atividade, dentre outros fatores.

Por isso mesmo, ao consagrar o critério finalista para interpretação do conceito de consumidor, a jurisprudência deste STJ também reconhece a necessidade de, em situações específicas, abrandar o rigor do critério subjetivo do conceito de consumidor, para admitir a aplicabilidade do CDC nas relações entre fornecedores e consumidores-empresários em que fique evidenciada a relação de consumo, isto é, a relação formada entre fornecedor e consumidor vulnerável, presumidamente ou não.

Não obstante, o Código de Defesa do Consumidor<sup>5</sup> ainda considera como consumidor todas as vítimas do evento danoso (art. 17) e todos que forem expostos às práticas comerciais abusivas (art. 29), buscando proteger também todos aqueles que sofreram ou poderiam sofrer danos em razão da conduta ou negligência do fornecedor.

Portanto, a relação de consumo se dá quando o consumidor adquire um produto ou contrata um serviço para seu próprio usufruto, e sobre o qual não possui necessário conhecimento técnico capaz de garantir sua equidade na negociação, evidenciando assim sua vulnerabilidade perante o fornecedor.

O referido Código ainda dispõe, em seu artigo 6º, os direitos básicos do consumidor, que devem ser garantidos pelo Estado:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for

---

<sup>5</sup> BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 20 set. 2018.

verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;  
IX - (Vetado);  
X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Para cumprir seu papel na defesa dos consumidores vulneráveis, o Estado cria mecanismos para protegê-los de forma preventiva ou ostensiva, fiscalizando e punindo os fornecedores que abusem de sua posição privilegiada e não cumpram com seu dever de garantir a segurança de toda a sociedade por lesões decorrentes de falhas inesperadas do seu produto ou serviço.

No entanto, o avanço da sociedade – principalmente tecnológico – resulta na necessidade constante do Estado em adaptar suas normas e mecanismos de forma a garantir a proteção dos consumidores em novos modelos de negócios, que dão origem a novas possibilidades e, conseqüentemente, novas vulnerabilidades.

Não obstante, algumas dessas inovações chegam com força e velocidade estonteantes, seja por criar métodos mais práticos e eficientes ou por trazer modelos de negócios inovadores que atraiam o interesse dos consumidores, tomando o mercado antes mesmo que o Poder Legislativo possa editar leis específicas e completas. Assim, cabe aos juristas encontrar soluções rápidas e efetivas baseadas nos princípios básicos do Direito para que os tribunais pátrios possam garantir a proteção da parte vulnerável até mesmo diante do vácuo legislativo.

Diante disso, se tratará a seguir acerca das tecnologias disruptivas que sacudiram o mercado ultimamente, fortalecendo o consumo compartilhado e trazendo novos concorrentes aos grandes fornecedores já consolidados no mercado.

## **1.2 A chegada de tecnologias disruptivas no mercado mundial e nacional**

Com o advento e a popularização da internet, novas metodologias de comunicação e comércio se tornaram possíveis. Tais inovações abrem portas não só para a melhoria de modelos já consolidados, mas também ao desenvolvimento de novas e modernas tecnologias que buscam quebrar com as ideias mais antigas.

As tecnologias disruptivas, como o próprio nome sugere, combatem os modelos econômicos já consolidados e trazem inovações ao mercado, possibilitando a exploração de novos produtos ou serviços que muitas vezes competem com os modelos de negócios tradicionais, trazendo nova competitividade ao mercado. Também possibilitam o ingresso de

novos *players* (“jogadores”; agentes do mercado; fornecedores) que, por explorarem um negócio inovador, poderão ganhar espaço no meio das grandes empresas.

Tais inovações não trazem apenas benefícios aos novos fornecedores, mas também aos consumidores, uma vez que trazem mais opções ao mercado e aumentam a competitividade, forçando os *players* consolidados a se adaptar às inovações e melhorar o preço ou a qualidade do serviço. Por outro lado, podem atingir um nicho do mercado ainda inexplorado, aumentando o leque de opções do consumidor e atendendo melhor os interesses de cada um.

Contudo, a chegada de novos concorrentes em mercados já consolidados quase sempre se dá com forte resistência dos fornecedores já atuantes. Como exemplo, grandes empresas ou associações se utilizam de sua influência e de seu grande poder econômico para influenciar os Poderes Legislativo, Executivo e até mesmo Judiciário a fim de barrar os avanços dos novos concorrentes, ou ainda fazer campanhas publicitárias milionárias capazes de atrair o interesse dos consumidores para seus produtos/serviços e usar de todo seu poder econômico para garantir sua permanência no mercado.

Infelizmente, a realidade que vemos no mercado é a de várias empresas grandes, com marcas renomadas, disputando entre si por seus clientes, ocultando e até mesmo levando à falência os pequenos agentes que buscam ganhar a vida naquele determinado ramo, às sombras dos gigantes.

Mesmo diante de diversas tentativas de barrar a entrada dos agentes da economia compartilhada no mercado, seja por meio de pressão política ou até mesmo *lobbying*, tal modelo mercadológico se inseriu no mercado mundial de forma rápida e impactante, se espalhando pelos países após fazerem sucesso no país de origem (comumente o Estados Unidos da América).

Grande parte do sucesso de tal modelo na disputa com os antigos agentes se dá pelo apoio dos próprios consumidores, que veem na inovação diversos benefícios. Outra parte se dá em razão da postura tomada pelas empresas diante da confusa legislação de cada país, muitas vezes inapta para receber os resultados das inovações tecnológicas e econômicas.

Enquanto se discute acerca da legalidade ou não de determinadas atividades, os novos *players* investiram fortemente na popularização de seus produtos e serviço, fazendo com que o a adoção e pressão popular sirvam de proteção contra as investidas dos antigos agentes. Para isso, ingressam no mercado com atendimento diferenciado e preços promocionais para

conquistar novos clientes e garantir sua permanência no mercado. Nas palavras de Rainer Couto e Leandro Novais<sup>6</sup>:

A popularização da *sharing economy* tem provocado reações acirradas dos antigos players de mercados tradicionais. Os governos também não se mostraram hábeis ao lidar com o problema. A consequência é que os agentes que exploram a *sharing economy* vêm adotando uma postura agressiva: ao invés de adentrarem no ambiente político para possíveis alterações legislativas, as empresas desafiam as leis, estabelecem o produto e a marca e esperam que, com a inércia do judiciário e legislativo de cada jurisdição, possam construir uma base de clientes e uma economia forte que não possa ser eliminada futuramente. Essa prática não tão “ética” é fruto de uma incapacidade dos órgãos públicos em lidar com o alto dinamismo das tecnologias disruptivas e uma resposta às tentativas de barrar a inovação.

Um exemplo amplamente conhecido dessa conduta são os motoristas do aplicativo Uber, que no início de suas atividades no Brasil cobravam valores bem mais baratos e prestavam serviços de forma mais atenciosa e receptiva (como oferecer água e doces aos passageiros), resultando em sua rápida adoção pelo mercado consumidor brasileiro e na mudança de comportamento dos taxistas, que se viram ameaçados pela nova concorrência e precisaram se adaptar às novas exigências do mercado para continuar competindo.

Com a popularização dos *smartphones* e do acesso à internet em uma parcela cada vez maior da população mundial (incluindo países pobres e com pouca infraestrutura), abriram-se as portas para avanços antes inimagináveis. Com o advento da internet, a comunicação entre cidades ou até mesmo países, antes difícil e custosa, se tornou simples, rápida e barata. Com poucos cliques ou toques (no caso das telas *touchscreen*), compramos produtos diretamente de outros países, sem se preocupar com ligações internacionais ou complexos sistemas cambiais. A contratação de serviços se tornou tão fácil quanto apertar um único botão e permitir que o aplicativo encontre o melhor serviço ou produto pelo melhor preço.

## **2 A ECONOMIA DE COMPARTILHAMENTO E UMA NOVA NOÇÃO DE FORNECEDORES**

Como se verá a seguir, a facilidade na comunicação e negociação possibilitou a transformação de práticas íntimas e pessoais, como emprestar uma ferramenta ao vizinho ou dar carona a um amigo, em modelos de negócios rentáveis e seguros que movimentam riquezas

---

<sup>6</sup> COUTO, Rainer; NOVAIS, Leandro. Regulação de tecnologias disruptivas: uma análise da *sharing economy*. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 111, ano 26, p. 269-292. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017, p. 284.

“paradas”, combatendo o consumismo exacerbado e a acumulação de bens com pouca atualização.

## 2.1 O conceito de economia colaborativa

O consumo colaborativo se dá a partir de uma necessidade momentânea por determinado bem, como um veículo ou uma furadeira, de modo que o alto custo de aquisição torna inviável a sua compra para o uso eventual. Assim, por meio de um aplicativo fornecido por uma grande empresa, dado consumidor poderá encontrar pessoas que, proprietárias do bem buscado, o vendam ou o aluguem por preço mais vantajoso se comparado com o custo de aquisição de um recém-fabricado.

Tal prática, contrária ao pensamento puramente capitalista de acumulação e consumismo, se faz cada vez mais comum diante das crises financeiras e ambientais que presenciamos constantemente. A escassez de recursos torna a matéria prima mais cara, encarecendo assim o produto final. Por outro lado, o crescimento exorbitante da população mundial e a conseqüente escassez de empregos para todos resulta na redução da renda de cada indivíduo ou família, completando o ciclo vicioso que constantemente causa problemas à economia de todos os países.

O advento da *sharing economy* (termo em inglês para “economia de compartilhamento”) abala as estruturas de comércio comum, seja trazendo o princípio de circulação de itens usados no mercado, diminuindo assim a aquisição de itens novos, ou pela introdução de diversos pequenos fornecedores no mercado, de permanência volátil, em contrapartida aos fornecedores tradicionais. Nesse sentido, afirmam Mendes e Ceroy<sup>7</sup>:

[...] a economia compartilhada distingue-se pelo aproveitamento do excesso de capacidade e funcionalidade de bens duráveis, assim como pelo uso de meios tecnológicos que facilitam e aprimoram a qualidade e eficiência de produtos e serviços. [...]

Devido a tais características, esta nova economia diferencia-se em grande medida do capitalismo tradicional, que tinha como sua grande mola propulsora o ato de possuir e de acumular a maior quantidade possível de bens.”

---

<sup>7</sup> MENDES, Francisco Schertel; CEROY, Frederico Meinberg. *Economia Compartilhada e a Política Nacional de Mobilidade Urbana: Uma proposta de marco legal*. Texto para Discussão nº 185. Brasília, DF: Núcleo de Estudos e Pesquisas/CONLEG/Senado, 2015. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/publicacoes/estudos-legislativos/tipos-de-estudos/textos-para-discussao/td185>>. Acesso em: 20 set. 2018.

A economia de compartilhamento abandona o modelo de consumo onde quase somente as grandes empresas, já bem estabelecidas no mercado, fornecem produtos e serviços para seus consumidores, optando por dar lugar aos pequenos fornecedores, pessoas físicas que se habilitam a prestar serviço ou negociar um bem com outra pessoa, baseando-se na confiança mútua. Assim, surge como um meio de fugir dos hábitos de hiperconsumo e da acumulação de bens que quase nunca usamos, ao mesmo tempo que abre um novo mercado para aqueles com bens ou tempo ociosos. Como exemplo, temos o motorista do Uber que, possuidor de um carro, poderá realizar serviços de transporte durante seu tempo livre, prestando serviços para aqueles que precisam chegar de um ponto a outro sem a necessidade de possuir um veículo próprio.

Bond<sup>8</sup> conceitua a *sharing economy* como uma microeconomia baseada na utilização de recursos humanos e materiais ociosos, buscando a completa utilização dos recursos disponíveis na sociedade. Para ele, tal prática comercial decorre principalmente da percepção de que utilizamos os recursos naturais e humanos de forma ineficiente, causando constantes danos ao meio ambiente.

Em outras palavras, os novos fornecedores oferecem bens que não estão utilizando no momento, ou até mesmo a prestação de um serviço em seu tempo livre, muitas vezes em troca de uma contraprestação por parte do consumidor. Já os consumidores buscam fugir da necessidade de aquisição de um bem que usariam apenas ocasionalmente, gastando muito menos pela disponibilidade do bem.

Por sua vez, a autora Cláudia Lima Marques<sup>9</sup> conceitua a economia compartilhada como um modelo econômico no qual pessoas fornecem bens, novos ou usados, ou serviços, por meio de um aplicativo fornecido por uma grande empresa, facilitando assim seu contato com o consumidor final, barateando o fornecimento e ampliando as opções do consumidor:

[...] posso definir a economia do compartilhamento, de forma simples, como um sistema “negocial” de consumo (*collaborative consumption*), no qual pessoas alugam, usam, trocam, doam, emprestam e compartilham bens, serviços, recursos ou commodities, de propriedade sua, geralmente com a ajuda de aplicativos e tecnologia online móvel, com a finalidade de economizar dinheiro, cortar custos, reduzir resíduos, dispêndio de tempo, ou a imobilização de patrimônio ou melhorar as práticas sustentáveis e a qualidade de vida em sua região. São relações de confiança, geralmente contratuais, a maioria onerosa (de bicicletas nas cidades verdes, até carros, estadias e as mais “comerciais”, como o Uber, Cabify, Airbnb, Zipcar etc.),

---

<sup>8</sup> BOND, Andrew T. An App for That: Local Governments and the Rise of the Sharing Economy. *Notre Dame Law Review*, South Bend, v. 90, nº 2, p. 77-96, 2015. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2586083>>. Acesso em: 20 set. 2018.

<sup>9</sup> MARQUES, Cláudia 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*, v. 111, ano 26, p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017, p. 249.

sendo gratuito o uso do aplicativo, mas paga uma porcentagem do “contratado” ao guardião da tecnologia online, podendo também, as vezes, tomar a forma cooperativa, de *crowdfunding* ou de doação de pequena monta ou trocas gratuitas (livros em táxis etc).

Os autores Couto e Novais<sup>10</sup>, por sua vez, conceituam a *sharing economy* como um “arranjo na qual os agrupamentos de ‘pares’ conectam-se através da Internet a fim de realizar transações que aproveitam a capacidade ociosa de produtos e serviços, incentivados pelas relações de confiança e reputação”.

Cada vez mais vemos pessoas que estão deixando de adquirir bens (principalmente automóveis e imóveis, em razão de seu alto custo de compra e manutenção) em razão da facilidade e praticidade de encontrar outras pessoas que os vendam ou forneçam determinado serviço por um custo-benefício muito maior.

## 2.2 Fornecedor intermediário e fornecedor de fato

Como dito anteriormente, os negócios de economia compartilhada – que derivaram de relações interpessoais entre amigos ou vizinhos – se expandiram para o mundo todo, permitindo que estranhos os realizem mesmo sem conhecer pessoalmente um ao outro. Como veremos adiante em alguns exemplos da aplicação da *sharing economy* no mercado mundial, todas as contratações dependem da presença da grande empresa fornecedora do aplicativo que possibilitou o contato entre as partes (*peers*).

Nota-se, contudo, que na maioria dos casos não é a empresa que presta o serviço ou disponibiliza o produto, mas sim pessoas comuns buscando ajudar os demais ou conseguir uma renda extra para fortalecer suas finanças. De fato, as empresas nem sequer participam diretamente da cadeia de fornecimento, apresentando apenas o meio para que a contratação entre os particulares aconteça. Mas o que faz com que sua presença seja essencial para o bom funcionamento do negócio?

O Marco Civil da Internet (Lei Federal nº 12.965/2014)<sup>11</sup> define, em seu art. 5º, inciso VII, que a aplicação de internet é “o conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet”. Assim, é fácil perceber que, no âmbito do Direito Digital, as empresas aqui tratadas podem ser consideradas provedoras das aplicações, uma vez

---

<sup>10</sup> COUTO, Rainer; NOVAIS, Leandro. Regulação de tecnologias disruptivas: uma análise da *sharing economy*. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 111, ano 26, p. 269-292. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017, p. 270.

<sup>11</sup> BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Marco Civil da Internet. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 24 abr. 2014. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm)>. Acesso em: 20 set. 2018.

que criam plataformas para que seus clientes, por meio da internet, entrem em contato e acordem as condições da contratação. Todavia, a mera disponibilização da plataforma, apesar de ser peça essencial para o funcionamento do modelo de negócios, não é suficiente para encorajar os particulares a aderir à economia de compartilhamento, sem qualquer garantia de sua segurança.

Em verdade, os contratos da *sharing economy* se dão pela confiança mútua entre consumidor e fornecedor, amparada pela presença da grande empresa que fornece a aplicação e possibilita aquele contato, e que muitas vezes apresenta soluções práticas para dirimir eventuais conflitos e garantias para ambas as partes para o caso de haver algum problema. Com isso, “o consumidor ou grupo de consumidores quer justamente este fornecedor ou grupo de fornecedores que divide esta marca/imagem/status etc.”<sup>12</sup>.

Fábio Schwartz<sup>13</sup> conceitua essa confiança como “uma crença na ocorrência de um comportamento futuro com lastro em um agir do passado, gerando expectativa de continuidade”. Cláudia Lima Marques<sup>14</sup> complementa:

A confiança é um princípio diretriz das relações contratuais, merece proteção e é fonte autônoma de responsabilidade. Em outras palavras, as condutas na sociedade e no mercado de consumo, sejam atos, dados ou omissões, fazem nascer expectativas legítimas naqueles em que despertamos a confiança, os receptores de nossas informações ou dados, em resumo, confiar é acreditar, é manter, com fé, a fidelidade, a conduta, as escolhas e o meio; confiança é a aparência, informação, transparência, diligência e ética no exteriorizar vontades negociais.

Em suma, o provedor da aplicação – comumente uma grande empresa que atua como intermediária da relação – é peça chave para o negócio, uma vez que possibilita o contato entre duas pessoas que muito provavelmente jamais se conheceriam ou firmariam um contrato em outras circunstâncias. Portanto, é inviável afastá-lo da cadeia de fornecimento sem que esse modelo de negócio deixe de funcionar.

Na maioria dos casos, esse fornecedor intermediário (como será chamado doravante a empresa provedora da aplicação) não se confunde com fornecedor de fato, que por sua vez é a pessoa física que se aproveita desse modelo econômico para recircular seus bens ociosos ou

---

<sup>12</sup> MARQUES, Cláudia 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*, v. 111, ano 26, p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017, p. 261.

<sup>13</sup> SCHWARTZ, Fábio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 111, ano 26, p. 221-246. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017, p. 236.

<sup>14</sup> MARQUES, Cláudia Lima. *A nova crise do contrato: estudos sobre a nova teoria contratual*. São Paulo: Editora RT, 2007, p. 31 *apud* SCHWARTZ, *op. cit.*, p. 233.



para aproveitar melhor o seu tempo livre para conseguir uma renda extra. Para Marques<sup>15</sup>, o provedor da aplicação (também chamado pela autora de *gatekeeper*) tem o dever de garantir a segurança do negócio realizado por meio de sua aplicação de internet, sem ser necessariamente responsável pelo cumprimento das obrigações assumidas pelas partes contratantes.

Outrossim, ambos os fornecedores – real ou intermediário – se enquadram no conceito de fornecedor previsto no art. 3º do Código de Defesa do Consumidor<sup>16</sup> visto anteriormente. Do mesmo modo, o *gatekeeper* integra (mesmo que indiretamente) a cadeia de fornecimento, vez que, caso não estivesse presente, a grande maioria dos negócios firmados por meio de sua aplicação jamais teriam se concretizado, seja pela falta de comunicação entre as partes ou pela ausência de confiança entre aqueles desconhecidos, que só firmariam o contrato caso tivessem alguém em quem confiam os protegendo.

Diante dessa peculiaridade em relação aos modelos tradicionais, Claudia Lima Marques<sup>17</sup> aponta que não devemos analisar a economia de compartilhamento como uma mera cadeia de fornecimento, mas sim como uma correlação de contratos firmados entre diversos contratantes: consumidor, fornecedor real, instituição financeira, provedor da aplicação (fornecedor intermediário), etc. Contudo, a autora ressalta que tais contratos visam o mesmo fim, atraindo a característica do contrato de consumo para todos<sup>18</sup>:

A união de contratos, seu encadeamento em redes, cadeias de fornecimento, formação de grupos de consumidores alvo é o novo meio de que se utiliza o mercado para a satisfação de um interesse, que não se poderia realizar através das figuras típicas contratuais existentes e do modo de negociação e contratação clássico, mas que o encadeamento/simultaneidade de contratos permite.

[...]

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): 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,

<sup>15</sup> 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*, v. 111, ano 26, p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017, 255-256.

<sup>16</sup> BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Marco Civil da Internet. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 24 abr. 2014. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm)>. Acesso em: 20 set. 2018.

<sup>17</sup> MARQUES, *op. cit.*, p. 258-260.

<sup>18</sup> *Ibidem*, p. 261-262.

se a finalidade supracontratual comum é de consumo, todos os contratos são de consumo por conexidade ou acessoriedade.

Não obstante, muitas empresas se responsabilizam diretamente pela garantia da prestação do serviço, atraindo para si a responsabilização por danos causados aos seus clientes em razão do negócio firmado sob sua supervisão. Dessa forma, garante primeiramente a satisfação do cliente lesado, assumindo a cobrança regressiva do valor referente ao dano em face do usuário que causou a lesão, avaliando ainda a permanência desse na plataforma para que não cause mais problemas aos demais clientes. Com isso, objetiva fazer com que seus usuários se sintam seguros e confortáveis ao utilizar a plataforma, aumentando o índice de aprovação do serviço prestado e, conseqüentemente, atraindo mais clientes.

Não há como negar, portanto, que a confiança e as garantias trazidas pelo fornecedor intermediário devem lhe atrair responsabilidade subsidiária em relação ao devido cumprimento da obrigação assumida pelos particulares.

Claro que a responsabilidade deverá ser analisada caso a caso, cabendo à empresa comprovar a culpa exclusiva do fornecedor real, bem como a imprevisibilidade da conduta desse em relação aos consumidores, para que possa cobrar a restituição dos valores pagos ao consumidor pela empresa a título de reparação do dano causado. Como dito alhures, a confiança e as avaliações geram uma expectativa de que o serviço ou bem serão fornecidos em boas condições, na medida do possível, seja para o consumidor ou para o provedor da aplicação, em quase a totalidade dos contratos, com raras exceções.

Assim, não podemos responsabilizar exclusivamente o provedor da aplicação que, confiando na presteza que sempre lhe foi demonstrada por determinado fornecedor em tantos outros negócios – refletida em sua reputação no sistema –, seja surpreendido por conduta totalmente contrária da esperada, vez que não poderia prever tal mudança no comportamento. Isso por sua vez não afasta a obrigação de garantir os direitos do consumidor, parte mais vulnerável de toda a relação, repassando aos fornecedores o ônus de identificar qual deles realmente causou o dano. Como explica Tartuce<sup>19</sup>, é com esse mesmo intuito que o Código de Defesa do Consumidor adotou a teoria do risco-proveito, que assume a responsabilidade objetiva para os fornecedores que tiram proveito da relação, objetivando garantir a reparação integral dos danos causados ao consumidor independentemente da demonstração de culpa do fornecedor.

---

<sup>19</sup> TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assunção. *Manual de Direito do Consumidor: direito material e processual*. 7. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Método, 2018, p. 158.

Não há dúvidas de que o fornecedor intermediário obtém proveito de toda a relação, ainda mais com a costumeira cobrança de taxas sobre o valor do contrato, cobradas a título de remuneração pela intermediação e facilitação do contrato e retiradas automaticamente do pagamento efetuado pelo usuário. Desse modo, é inafastável sua responsabilidade objetiva pelos fatos de consumo ocorridos nos contratos feitos por meio de sua plataforma.

### **2.3 Exemplos da economia de compartilhamento no mercado**

Os exemplos a seguir evidenciam que, ao optar pela facilidade na contratação do serviço ou na disponibilização temporária do bem negociado, fornecedor e consumidor firmam seu contrato com base na confiança. Os modelos de negócio citados podem causar estranheza ao conectar pessoas totalmente desconhecidas para comprar ou dividir um bem ou contratar um serviço, porém os números estonteantes comprovam que a confiança no outro contratante, incentivada e assegurada pela presença do fornecedor do aplicativo, são suficientes para o perfeito funcionamento do sistema.

#### *2.3.1 Locação de imóveis e o caso do Aribnb*

Um dos precursores da economia compartilhada (além de um dos casos de maior sucesso) é a empresa estadunidense Airbnb, que introduziu no mercado um serviço utilizado no mundo todo por viajantes que desejam algum lugar para ficar, por um preço muito mais barato que as exorbitantes tarifas cobradas pelos hotéis.

Como relata o jornalista Thomas L. Friedman<sup>20</sup>, a ideia do aplicativo surgiu quando seus criadores, Brian Chesky e Joe Gebbia, precisaram de dinheiro para pagar o aluguel da casa em que moravam. Sabendo que um grande evento aconteceria em sua cidade e da superlotação dos hotéis, a dupla de amigos decidiu disponibilizar os três colchões infláveis que possuíam e oferecer café da manhã (*airbed and breakfast*, de onde surgiu o nome Airbnb) e serviço de guia turístico para aqueles que viriam ao evento.

Além da contraprestação que receberam dos três hóspedes, suficientes para complementar o pagamento do aluguel daquele mês, nasceu ali uma ideia cujo valor atual

---

<sup>20</sup> FRIEDMAN, Thomas L. Welcome to the 'Sharing Economy'. *New York Times*, Nova Iorque, 20 jul. 2013. Sunday Review. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2013/07/21/opinion/sunday/friedman-welcome-to-the-sharing-economy.html>>. Acesso em: 20 set. 2017.

ultrapassa 30 bilhões de dólares<sup>21</sup>: desenvolver uma rede global que interligasse aqueles que desejem alugar uma cama, um quarto ou até mesmo um imóvel inteiro que estava vazio, com aqueles que buscam uma alternativa mais barata e diferente do clássico setor hoteleiro.

A grande movimentação de universitários popularizou a prática nos Estados Unidos da América. Com o ingresso em instituições de ensino superior longe da casa de sua família, surge a necessidade de encontrar imóveis em valores mais baratos, tendo em vista o alto custo das universidades e o baixo preparo profissional que possibilite aos jovens arcar com o valor médio dos imóveis. Assim, quando não optam por morar em uma “república” (conjunto de apartamentos para universitários), buscam dividir uma casa com pessoas desconhecidas, repartindo assim as despesas do imóvel.

Por outro lado, com a saída dos filhos de casa para morarem perto da universidade, os pais ainda podem alugar o quarto vazio por um valor mais módico que o preço médio de mercado, podendo utilizar os rendimentos para dirimir os altos custos da educação de seu filho. Uma prática semelhante ocorre no caso de intercâmbio, onde as famílias podem disponibilizar sua moradia para o estudante estrangeiro em troca de dinheiro ou da oportunidade de seu próprio filho ser recebido em outro país por uma família na mesma situação. Isso garante ainda que o estudante possa conviver com uma família típica do país de destino, possibilitando um maior contato e aprendizado com aquela cultura.

Esses tipos de negócio exigem, contudo, a confiança dos contratantes entre si, uma vez que abrem mão de sua privacidade (e até mesmo de sua segurança) por outros interesses, como pagar preços menores, auferir renda sobre um bem ocioso ou até mesmo conviver com pessoas diferentes. Com a presença de uma empresa capaz de dirimir conflitos, garantir um mínimo de segurança e assegurar a reparação de eventuais danos, os usuários do aplicativo passam a ter mais conforto e confiança na contratação, popularizando o modelo no mercado.

Outro uso desse modelo de mercado é para viajantes que não buscam todo o conforto dos hotéis, como quartos bem arrumados e café da manhã farto, mas apenas um quarto e um banheiro para passar as noites e tomar um banho, objetivando passar o dia visitando a cidade e almoçando em restaurantes.

Denota-se que a atividade realizada pelos anfitriões do Airbnb difere do serviço ofertado por hotéis por não garantir a limpeza dos quartos e outras mordomias por um preço elevado, características do aluguel tradicional. Por outro lado, o Airbnb possibilita estadias

---

<sup>21</sup> BENSINGER, Greg. Airbnb Valued at \$31 Billion After New Funding Round. *The Wall Street Journal*, Nova Iorque, 09 mar. 2017. Tech. Disponível em: <<https://www.wsj.com/articles/airbnb-valued-at-31-billion-after-new-funding-round-1489086240>>. Acesso em: 20 set. 2017.

curtas para uma viagem ou temporada, característica da atividade hoteleira. Desse modo, os usuários podem garantir sua estadia por um custo menor em troca das mordomias que teria em um hotel.

Assim como todos os modelos econômicos, a atividade prestada no Airbnb também possui seu lado negativo, evidenciado a partir de seu mau uso por alguns fornecedores, que veem no aplicativo uma oportunidade de ofertar seus diversos imóveis, mascarando sua real atividade e escapando de eventuais taxas e limitações do mercado hoteleiro ou de locação. O mau uso da plataforma põe em cheque a noção de compartilhamento do modelo e a confiança na aplicação, sendo de interesse direto dos demais usuários e da própria empresa a exclusão de tais fornecedores, como se verá mais adiante.

### 2.3.2 Aplicativos de transporte de passageiros e entregas

Ainda nos tempos mais antigos, com a expansão da sociedade e o crescimento da área ocupada pelo ser humano, o transporte de passageiros passou a ser atividade essencial e de grande interesse econômico e social. Em uma época sem carros, as pessoas precisavam contratar charreteiros para que pudessem viajar uma distância maior do que poderia fazer a pé e que os levasse além dos limites das estações de trens.

O avanço da tecnologia e o advento dos veículos automotores produzidos em larga escala possibilitou a popularização do serviço, até se desenvolver no que hoje chamamos de táxi. Com uma abordagem histórica da evolução do sistema de transporte de passageiros nos Estados Unidos da América, o autor Andrew T. Bond<sup>22</sup> relata que o sistema vigente até hoje em muitas cidades estadunidenses e em outros países (como o Brasil) surgiu ainda em 1937, com as chamadas *medallions*.

As *medallions* são licenças numeradas emitidas pelo Estado para regularizar a atividade e limitar o ingresso desenfreado de novos fornecedores no mercado. Com isso, o Estado visa garantir que todos os motoristas passem pelo seu crivo e que cumpram requisitos mínimos para que possam atender com maior segurança os consumidores. O autor conta que no início da vigência do sistema na cidade de Nova Iorque, foram disponibilizadas 11.787 (onze mil, setecentas e oitenta e sete) licenças, número que permaneceu constante até 2004, quando foram disponibilizadas mais 1.363 (mil, trezentas e sessenta e três) licenças.

---

<sup>22</sup> BOND, Andrew T. An App for That: Local Governments and the Rise of the Sharing Economy. *Notre Dame Law Review*, South Bend, v. 90, nº 2, p. 77-96, 2015. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2586083>>. Acesso em: 20 set. 2018.

Tendo em vista que as licenças podem ser repassadas pelo seu detentor com a anuência do Estado, rapidamente se criou um mercado de compra e venda sobre elas. No entanto, em razão do número limitado de *medallions* disponibilizados na cidade, seu preço se elevou para patamares exorbitantes, chegando a custar mais de um milhão de dólares em 2010. Diante do alto custo das licenças e a saturação de fornecedores, instaurou-se no mercado um sistema onde as companhias de taxis são as verdadeiras donas das *medallions*, “alugando-as” aos motoristas para que possam prestar o serviço.

Tendo em vista a semelhança do sistema brasileiro com o nova-iorquino, uma conversa com taxistas brasileiros revela que o mesmo ocorre neste país: em razão da escassez de novas licenças e a conseqüente alta nos preços dessas, alguns motoristas se veem obrigados a alugar um táxi, pagando por volta de R\$ 100,00 (cem reais) a diária. Para pagar o aluguel e ainda auferir algum lucro, os motoristas passam o maior tempo possível dentro do carro, aguardando ou realizando as corridas. Diante dessa condição, vemos motoristas cansados e estressados, além de carros sujos e sem manutenção, prejudicando em muito a qualidade dos serviços prestados e a segurança dos passageiros.

Com a chegada e a popularização do Uber pelo mundo, novos motoristas entraram no mercado e elevaram a concorrência. A licença também deixou de ser estritamente necessária, reduzindo sua procura e, conseqüentemente, seu valor de mercado, já que o motorista pode usar seu próprio veículo de passeio para a prestação do serviço. Como relata Bond<sup>23</sup>, em apenas um ano de atividade do Uber na cidade de Nova Iorque os preços das *medallions* caíram cerca de 30% (trinta por cento).

Por óbvio, os taxistas – e principalmente as companhias e cooperativas de táxi –, se sentindo diretamente ameaçados pela nova concorrência, rapidamente reagiram contra seu avanço, tentando barrar sua consolidação no mercado. Com isso, o governo se encontra em uma situação complicada: de um lado, a pressão política dos taxistas e dos donos das grandes companhias (que em muitos casos integram o Poder Legislativo); do outro, a grande pressão popular pela aceitação dos aplicativos no mercado de transporte, seja pelos potenciais consumidores ou pelos potenciais fornecedores.

Já em São Francisco, cidade de origem do Uber e de diversas outras tecnologias disruptivas, o aplicativo foi recebido com muito mais positividade. Tanto a população quanto o governo local consideraram que a presença do aplicativo garante uma maior segurança e

---

<sup>23</sup> BOND, Andrew T. An App for That: Local Governments and the Rise of the Sharing Economy. *Notre Dame Law Review*, South Bend, v. 90, nº 2, p. 77-96, 2015. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2586083>>. Acesso em: 20 set. 2018.

praticidade aos seus usuários, aprimorando a prestação do serviço tanto para o fornecedor quanto para o consumidor. Assim, ao invés de barrar o ingresso do serviço na cidade, o governo local cogita derrubar algumas barreiras impostas aos taxistas, de forma a ampliar o mercado fornecedor e garantir a concorrência justa entre todos os motoristas.

Uma terceira realidade mostrada por Bond<sup>24</sup> pode ser verificada no distrito de Columbia – onde está situada a capital Washington –, que acatou a chegada do Uber com maior tranquilidade. Tendo em vista a ausência do sistema de licenças no Distrito, o governo local editou uma norma para estender a exigibilidade de requisitos mínimos para todos os prestadores do serviço de transporte. Dentre eles, o governo exige que os motoristas passem por inspeções anuais de histórico criminal e de segurança do veículo, bem como a contratação de seguro no valor de um milhão de dólares para garantir eventuais danos aos passageiros e à terceiros. Com isso, equilibraram a concorrência e asseguraram a entrada do novo modelo de negócios, trazendo benefícios para toda a população.

O Uber também não é o único agente novo no mercado brasileiro, dividindo o *market share* (fração do mercado) que os aplicativos garantiram para si com outras empresas, como a Cabify e a 99. Em todos eles o consumidor, ao invés de buscar um ponto de táxi ou entrar em contato com uma cooperativa local, utiliza seu *smartphone* para, com poucos cliques, solicitar um motorista para que o leve de um lugar a outro, já com a previsão do quanto irá gastar. Podem ainda optar pela classe de veículos que poderá contratar, com qualidades, espaço interno e custos diferenciados, possuindo uma gama de opções muito maior se comparado com a disponibilidade de veículos nos pontos de táxi (que costumeiramente se organizam em fila e impedem a escolha do consumidor por outro veículo ou motorista).

O motorista, por sua vez, abre o aplicativo em seu tempo ocioso para que possa ser notificado caso haja algum cliente nas redondezas que queira fazer uma viagem. Caso não possa atender ao pedido, basta que negue a corrida ou feche o aplicativo, não havendo obrigação patronal para que trabalhe determinadas horas diárias e/ou em horários específicos. Pode ainda informar o aplicativo que está indo para um destino pessoal, como retornando para casa, para que o aplicativo encontre um cliente que queira ir para local próximo, aproveitando aquele percurso que já faria para ganhar algum dinheiro.

Nem o consumidor e nem o motorista sabem com quem de fato irão fazer a viagem até que o motorista aceite a corrida. Se guiam tão somente pela confiança na empresa que forneceu

---

<sup>24</sup> BOND, Andrew T. An App for That: Local Governments and the Rise of the Sharing Economy. *Notre Dame Law Review*, South Bend, v. 90, nº 2, p. 77-96, 2015. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2586083>>. Acesso em: 20 set. 2018.

o aplicativo que ambos utilizaram, amparados pela constante avaliação de todos os usuários e nas garantias dadas pela empresa.

Um fato curioso que exemplifica a força desse modelo econômico é a empresa brasileira “99”. A empresa, fundada em 2012 como “99 Táxi”, ingressou no mercado com o propósito de facilitar o contato entre taxistas – devidamente licenciados pelo Estado – e os passageiros, facilitando o acesso do consumidor ao serviço e aumentando o número de corridas feitas pelos taxistas, que não mais precisavam aguardar as filas nos pontos de táxi. Com a popularização da economia de compartilhamento e dos aplicativos de transporte individual, seus sócios viram a oportunidade e, utilizando o mesmo aplicativo, possibilitou o cadastro e a solicitação de viagens com motoristas particulares, atingindo assim ambos os lados do mercado (taxistas e motoristas particulares).

Um último exemplo do modelo de transporte particular de passageiros é a Lyft, fundada por Logan Green e John Zimmer. Como relata Josh Bell<sup>25</sup>, Green teve a ideia de negócio após pegar caronas que o levassem do campus até a cidade em que morava sua namorada, sempre incomodado com o fato de nunca conhecer previamente o motorista que lhe daria carona em razão de como o mercado funcionava à época. Com a liberação da interface do Facebook para uso de terceiros, Logan viu a oportunidade de sanar o problema e utilizar os dados cadastrados na rede social para que ao menos pudesse obter informações mínimas para se sentir mais seguro para a viagem. Assim, criou a Zimride, serviço que integrava toda a rede de motoristas e passageiros e possibilitava aos usuários o acesso aos dados fornecidos pelo outro contratante em suas próprias redes sociais.

Como relatado por John Zimmer em entrevista dada ao portal Business Insider<sup>26</sup>, o projeto de Green chamou sua atenção quando um amigo em comum divulgou o serviço em sua página no Facebook, tanto pelo seu interesse à época em iniciar um projeto de carona solidária (*ride-sharing*) quanto pela similaridade do nome Zimride com seu próprio sobrenome. Foi em função de uma amizade em comum e pela internet que os estudantes recém-formados se conheceram e evoluíram o pequeno projeto para se tornar a Lyft, empresa concorrente da Uber que intermedia e assegura os contratos de transporte particular firmados diariamente entre seus usuários.

---

<sup>25</sup> BELL, Josh. Two Startups Harness Facebook’s Power to Connect Riders to Rides. *ABC News*, Nova Iorque, 04 set. 2007. Disponível em: <<https://abcnews.go.com/Technology/story?id=3555783>>. Acesso em: 20 set. 2018.

<sup>26</sup> SHONTELL, Alyson; LEBOWITZ, Shana. Lyft's cofounders met on Facebook and lived on opposite coasts – here's how they launched a \$7.5 billion startup long-distance. *Business Insider*, Nova Iorque, 18. out. 2017. Disponível em: <<https://www.businessinsider.com/how-john-zimmer-and-logan-green-started-lyft-2017-10>>. Acesso em: 20 set. 2018.



Além dos casos citados, as possibilidades ao motorista vão além do transporte de passageiros: empresas como a Uber Eats, Postmates e DeliveryMuch ligam motoristas e restaurantes, que veem nos aplicativos a oportunidade de entregar seus produtos para um maior número de clientes espalhados pelo bairro ou cidade sem precisar se preocupar com a manutenção de um serviço de entrega próprio. Com isso, garantem uma maior gama de opções ao consumidor que deseja uma refeição bem preparada sem sair de casa.

### 2.3.3 Carsharing

Outro negócio explorado no modelo da economia de compartilhamento é o *carsharing* (compartilhamento de veículos). De forma semelhante ao sistema clássico aluguel de veículos tradicional, empresas como a estadunidense Zipcar e a alemã Car2Go disponibilizam carros próprios aos seus clientes, arcando com as despesas de manutenção do veículo e cobrando por pacotes de tempo e distância máxima a ser percorrida (sob pena de multa caso o consumidor ultrapasse os limites contratados). No entanto, algumas diferenças no contrato acabam tornando o *carsharing* muito mais prática que o modelo clássico.

A primeira diferença que se percebe é que os pacotes disponíveis aos usuários não são baseados em diárias ou períodos maiores, mas sim em horas. Conseqüentemente, a distância máxima percorrida também diminui, focando o serviço prestados para aqueles que precisam de um veículo por curto período e para curtas distâncias (raramente se estendendo para fora do perímetro urbano da cidade em que reside).

Outra mudança notável é a disponibilização de seguro contra acidentes, cujo custo já está incluso no preço pago pelos usuários de forma diluída entre todos os usuários. No caso do aluguel tradicional, tal garantia é geralmente vendida em separado pelas locadoras, repassando assim o risco de danos decorrentes de eventual acidente àquele consumidor individual, a quem cabe ponderar acerca da necessidade ou não do seguro para não arcar com as despesas de um acidente durante a validade de seu contrato.

Ademais, os gastos com combustível e manutenção também já estão inclusos no valor pago pelo consumidor, que pode ficar despreocupado com o consumo do veículo. Caso seja necessário abastecer o veículo durante o percurso ou levá-lo ao mecânico para reparos essenciais, basta informar a empresa para que ressarça prontamente quaisquer gastos tidos pelo cliente para manter o perfeito funcionamento do automóvel.

Todavia, a inovação que mais garante a praticidade e a viabilidade desse modelo de negócio é dispensabilidade de custosas lojas físicas para o seu pleno funcionamento, mas de

pequenos postos em estacionamentos. Isso se torna possível pois, ao fazer seu cadastro no site da empresa, o usuário receberá em casa um cartão magnético com numeração única. Quando precisar de um veículo, basta acessar o aplicativo em seu celular para registrar a intenção de aluguel pelo tempo e distância que considerar necessário, checando a disponibilidade no sistema e reservando um veículo em determinado local para o horário combinado, sendo o valor devido debitado diretamente de sua conta bancária.

O usuário deve então ir a um dos estacionamentos da empresa (espalhados pela cidade) e passar seu cartão magnético no leitor presente em todos os veículos, que irá consultar o sistema e liberar o acesso ao cliente. A única obrigação do usuário é devolver o veículo no mesmo estacionamento em que o retirou, e em condições mínimas estabelecidas pela empresa para garantir adequadamente o uso pelo próximo cliente, como manter o carro limpo e com no mínimo  $\frac{1}{4}$  (um quarto) do tanque de combustível abastecido. Caso o último cliente não tenha tomado esses cuidados, basta registrar uma reclamação no aplicativo, que será analisada pela empresa para que multe aquele usuário pelo não cumprimento de sua obrigação.

Diferentemente do modelo tradicional de locação de veículos, o *carsharing* permite que pessoas comuns que não possuam um carro, seja porque não veem necessidade em razão da eficiência do transporte público ou porque não querem arcar com os altos custos de manutenção do veículo, tenham a oportunidade de utilizá-lo nos momentos de maior necessidade, como quando precisa chegar urgentemente a um compromisso ou até mesmo para ir ao supermercado, onde o grande volume de compras dificulta a volta para casa no transporte público. Com um pouco de planejamento por parte do consumidor, os gastos se moldarão à sua necessidade, bem como terá disponível um veículo para uso sempre que precisar, sem que deva arcar com o alto valor de compra ou manutenção de um automóvel.

Outro modelo é o chamado *peer-to-peer carsharing* (compartilhamento de veículos ponto a ponto), praticado por empresas como a Getaround e a Turo. Diferentemente do modelo anteriormente citado, as empresas não possuem nenhum veículo próprio, mas apenas intermediam a relação entre dois particulares. De forma semelhante ao praticado pela Uber e pela Airbnb, o aplicativo une o usuário que possui um veículo, ocioso por alguns períodos, e outro usuário que precisa de um veículo momentaneamente, permitindo que esses particulares realizem entre si um contrato de locação do veículo de forma semelhante à descrita acima, com curta duração.

Um exemplo do serviço pode ser o de um funcionário de uma empresa ou órgão público que vá com seu próprio carro para o trabalho. Como ficará no trabalho durante seu expediente, sem precisar sair com seu carro, esse ficará ocioso por todo o período. Objetivando

obter uma renda extra, basta que abra o aplicativo para informar ao sistema que seu veículo está disponível a outros usuários. Com isso, outras pessoas que precisem de um veículo durante aquele período poderão entrar em contato para combinar a locação do veículo, cujo pagamento se dará inteiramente pelo aplicativo e nos moldes estabelecidos pela empresa.

Mesmo que sua popularidade e difusão ainda sejam menores que os serviços de transporte particular de passageiros, o *carsharing* pode se tornar cada vez mais comum e prático com o advento dos carros autônomos, que poderão se dirigir ao usuário e levá-lo ao seu destino com a mínima necessidade de interação entre os contratantes, que se dará tão somente por meio do aplicativo.

Ressalta-se por fim que em nenhum desses modelos os bens circulados são de uso público, mas sim de uso particular compartilhado. Para que possa utilizar ou disponibilizar o veículo, o usuário deve estar devidamente cadastrado e habilitado, de modo que todos os usuários confiam que a empresa coibirá e punirá a utilização do serviço em má-fé, fornecendo àquele que disponibilizou o veículo garantia contra danos causados por outros usuários.

#### *2.3.4 Comércio de bens usados e o reaproveitamento de bens em circulação*

O comércio de bens usados entre particulares é uma prática comum há bastante tempo – como podemos ver na seção de “classificados”, comumente presente nos jornais de maior circulação –, porém o advento da internet possibilitou a expansão e o alcance desse modelo. Por meio dos sites e empresas amplamente conhecidas no mercado brasileiro, como o Mercado Livre e a OLX, ou ainda o e-Bay, conhecido globalmente, pessoas de diversas cidades anunciam e compram diariamente bens usados, que serão enviados por meio de empresas especializadas diretamente ao endereço dado pelo comprador. O pagamento também é feito inteiramente através da plataforma, que reterá a taxa contratada com o vendedor e repassará o valor restante, intermediando e garantindo a relação entre os particulares até que o produto seja entregue na forma como anunciada.

Cabe ressaltar que a atividade praticada em tais plataformas não caracteriza por si só o modelo da economia de compartilhamento, uma vez que o serviço pode ser utilizado por estabelecimentos comerciais (fornecedores profissionais) que procuram uma maneira mais prática e segura de fazer vendas pela internet e atingir o mercado nacional e talvez internacional.

Entretanto, o modelo econômico ainda é verificado nas relações entre pessoas físicas: de um lado, o dono de um bem ocioso, seminovo ou usado; do outro, alguém que busca adquirir um bem por um preço mais módico, mesmo com as depreciações decorrentes do uso pelo dono

anterior. Por não se conhecerem, depositam sua confiança na empresa que tornou possível o contato entre eles, garantidora do devido cumprimento das obrigações assumidas por cada um dos particulares.

Por fim, não se pode confundir o serviço aqui descrito com a atividade meramente publicitária praticada, por exemplo, nos “classificados” dos jornais. Assim como nos demais exemplos baseados na economia de compartilhamento, vemos que a empresa é responsável direta pelo contrato firmado entre particulares, facilitando, intermediando e garantindo o negócio.

### *2.3.5 Serviços de cuidados de animais domésticos*

Um último exemplo conhecido no Brasil e em outros países é o aplicativo DogHero, que possibilita aos donos de animais de estimação encontrar outras pessoas que cuidem de seus bichinhos por um tempo determinado, como uma “creche para animais”.

Os anfitriões, pessoas físicas que gostam de animais e buscam uma renda extra, criam um anúncio como fotos do ambiente em que ficará o animal (na maioria dos casos, sua própria residência) e informações gerais acerca das condições da estadia, precificando a diária da forma que achar justo. Assim, basta que o consumidor acesse o aplicativo, escolha e entre em contato com o anfitrião que mais o agrada, buscando mais informações ou contratando o serviço pelo período que precisar (como durante uma viagem, em que não estará em casa para cuidar de seu animal de estimação).

Como forma de garantir a ideal prestação do serviço, a DogHero ainda garante ao anfitrião um seguro para eventuais despesas veterinárias que o animal possa vir a precisar, encorajando os anfitriões a procurar profissionais (já que não precisarão arcar com os custos do hospital veterinário) e garantindo aos usuários a segurança e a atenção que buscam para seus animais de estimação.

## **3 ALTERNATIVAS PARA A REGULAÇÃO ESTATAL DO MERCADO DE ECONOMIA COMPARTILHADA**

Para o bom funcionamento da economia e o constante desenvolvimento do país, o Estado deve estar sempre atento às variações e inovações mercadológicas, de modo a reagir de forma rápida e eficiente para assegurar o melhor interesse de todos os agentes (antigos ou recém-chegados) contra práticas abusivas e predatórias. Assim como em qualquer outro modelo

de mercado, tradicional ou inovador, o Estado não pode deixar de intervir na economia de compartilhamento. No entanto, como se verá a seguir, a regulamentação estatal não pode sufocar as tecnologias e modelos emergentes, devendo tirar proveito das atitudes inerentes ao mercado regulado para agir da forma mais eficiente possível.

### **3.1 A transparência e a concorrência como forma de assegurar a qualidade das relações contratuais**

Nota-se dos exemplos citados que algo comum – praticamente obrigatório – nas plataformas é um sistema de avaliação utilizado e alimentado pelos próprios usuários do serviço, seja fornecedor ou consumidor, de modo a informar os demais sobre sua experiência com aquela contratação e construir um “histórico de satisfação” visível a todos.

Ao término da relação entre os particulares, seja pelo cumprimento ou não da obrigação, ambos poderão avaliar a outra parte, elogiando-a ou criticando-a, além de poder fazer reclamações diretamente à empresa para que averigue quaisquer falhas na prestação do serviço. Os sistemas de pontuação e avaliação servem de alerta não apenas ao consumidor e ao fornecedor real, mas também ao próprio fornecedor intermediário, que, apesar de não acompanhar de perto cada contratação realizada sob sua supervisão, obtém dados da qualidade da relação entre seus usuários a partir dos relatos, podendo assim dirimir os conflitos e buscar o melhor funcionamento de todo o mercado.

Assim como ocorre no mercado tradicional, tendo conhecimento acerca da reputação do fornecedor e da opinião de outros usuários que já negociaram com ele, o consumidor terá mais poder em suas escolhas e poderá optar pelo fornecedor que melhor atenda às suas necessidades de preço ou qualidade.

No entanto, temos no modelo tradicional diversas empresas já consolidadas no mercado que trazem em sua marca características específicas, que transmitem informações tácitas ao consumidor e individualizam seu produto ou serviço perante os demais, apenas em função de experiências pessoais ou relatadas. Já na economia de compartilhamento, isso se aplica apenas à empresa fornecedora da aplicação, de grande porte e de renome em seu ramo, para que passe credibilidade e confiança aos seus clientes.

Diante do elevado número de concorrentes, os fornecedores reais são pressionados a prestar o melhor serviço possível, uma vez que cada contratação tem um peso muito maior para sua reputação, podendo lhe garantir maior credibilidade e visibilidade. Ademais, a vigilância e o poder exercido pelo fornecedor intermediário garantem que os fornecedores reais pouco

confiáveis sejam retirados do mercado, elevando a qualidade média do serviço e beneficiando aqueles que forneçam um produto ou serviço adequado às expectativas dos consumidores.

Os benefícios dados ao consumidor são evidentes, mas o mesmo sistema também gera reflexos positivos aos fornecedores. O histórico de cada consumidor permite dar maior segurança ao fornecedor real, que pode esperar menos problemas com os clientes que atender. A maior segurança aumenta a perspectiva por custos menores e lucros maiores, o que incentiva o fornecedor a aumentar seu negócio e garantir condições mais favoráveis, resultando no aumento gradativo de sua clientela e sua visibilidade no mercado.

Um exemplo de como o histórico pode ajudar o bom consumidor é o *score*, um índice matemático utilizado no mercado financeiro (principalmente em outros países, como os Estados Unidos) que representa a probabilidade de determinado indivíduo adimplir com as contraprestações assumidas perante as instituições financeiras nas operações de crédito. Sabendo que aquele consumidor irá adimplir com suas obrigações contratuais, a instituição pode reduzir seus custos com inadimplência e cobrar taxa de juros menores dos bons pagadores, lucrando mais ainda com a quantidade de negócios feitos.

Por óbvio que os sistemas de reputação segregam os usuários bons e ruins, sendo de interesse de todos os participantes educar ou afastar aqueles *players* ruins em benefício das boas práticas no mercado. Na economia compartilhada, todos os usuários são garantidores da qualidade dos bens ou serviços, o que se dá graças à transparência garantida pelos sistemas de avaliação e reputação: de um lado, a avaliação feita pelos consumidores permite que o bom fornecedor se destaque no mercado com serviços melhores ou preços mais vantajosos; do outro, fornecedores poderão se proteger de consumidores “problemáticos”, buscando diminuir seus custos de operação e aumentar sua lucratividade (até mesmo com a redução de preços).

O aumento na qualidade geral dos negócios também traz reflexos imediatos ao fornecedor intermediário, que pode prospectar novos clientes divulgando demonstrativos da satisfação de seus atuais usuários. A relevância do sistema de avaliação é tamanha que até serviços de pesquisa, indexação ou agregação de conteúdo, como Google e Facebook, inseriram em sua plataforma a possibilidade de seus usuários relatarem suas experiências e avaliarem os fornecedores, mesmo que tais empresas não intermedeiem a relação contratual tida entre fornecedor e consumidor.

Graças às avaliações dos usuários, os fornecedores intermediários podem optar por facilitar aos consumidores mais bem avaliados a contratação dos melhores fornecedores, objetivando defender o melhor interesse daqueles que cumprem suas obrigações da forma esperada. Ao fazer isso, não necessariamente exclui os usuários de reputação mais baixa, mas

reduz sua aceitabilidade no mercado e os incentiva a melhorar suas práticas, buscando garantir que condutas desfavoráveis ao interesse de todo o mercado não se popularizem.

No entanto, isso não exclui o poder controlador da empresa, que poderá excluir determinados usuários em situações mais graves, como uma baixíssima reputação em relação a seus pares ou o cometimento de falha grave que vá contra os princípios éticos e morais da empresa e do serviço, dispostos nos Termos de Uso do sistema aceito (por adesão) por cada usuários. De fato, as hipóteses de exclusão de um dos usuários em razão do não atendimento dos preceitos mínimos requeridos para o bem-estar de todos no mercado é uma prática bem vista, desde que não se dê por mera discricionariedade da empresa ou de forma abusiva. O controle de usuários aumenta a segurança no mercado e a confiabilidade das empresas, e a retirada dos agentes ruins mantém o sistema funcionando em suas melhores condições. Como diz o ditado, "basta uma fruta podre para estragar toda a caixa", razão pela qual devemos retirá-la e evitar danos futuros.

A transparência não se limita aos serviços de avaliação alimentados pelos usuários, mas é necessária principalmente por parte do fornecedor intermediário. Como se nota do narrado anteriormente, cabe à empresa fornecedora da aplicação filtrar a entrada de usuários que não se encaixem nos parâmetros mínimos de utilização de seu serviço e fiscalizar os contratos firmados sob sua supervisão, resolvendo caso a caso eventuais conflitos conforme suas diretrizes de atuação.

Vemos então que o próprio mercado, regido pela transparência e pela livre iniciativa, se regula conforme a satisfação dos próprios membros. Em razão da ampla concorrência, os consumidores têm mais opções para contratar, o que resulta na eterna corrida dos fornecedores em fornecer o melhor produto/serviço pelo preço mais favorável. No entanto, não basta que o mercado seja regido por si só, uma vez que a disparidade entre os *players* favorece a prática de abusos perante os mais vulneráveis. A atuação honesta das empresas em parceria com instituições de controle governamentais, baseada nas sugestões e reclamações feitas pelos seus próprios usuários, tende a facilitar a fiscalização e ampliar o alcance do poder estatal, como se verá um pouco mais adiante.

Assim como ocorre no Poder Público com a criação de autarquias ou outras instituições da Administração Indireta para o controle de um setor específico, subordinadas diretamente ao Ministério responsável pela sua criação e supervisão, a criação de uma cadeia organizada de fiscalização transfere parte da responsabilidade de supervisão para órgãos menores, que podem focar seu orçamento em um controle mais próximo de seus supervisionados.

### 3.2 A capacidade de autorregulação do mercado e seus limites de aplicação

Conclui-se até aqui que o mercado da *sharing economy* só é possível em razão da aplicação de ferramentas essenciais de controle interno, que garantem a qualidade e a confiança entre seus integrantes. Tais ferramentas evidenciam, acima de tudo, a capacidade de autorregulação do mercado, que elimina de forma quase natural os *players* que não se encaixem nas expectativas de todos os demais e controla as negociações por meio de seus próprios integrantes.

Leva-se em consideração que, segundo Koopman, Mitchell e Thierer<sup>27</sup>, as tecnologias de avaliação e reputação dos fornecedores permitem que os próprios consumidores controlem e protejam o mercado, tornando desnecessária a proteção ostensiva dos consumidores. No mesmo sentido, Couto e Novaes<sup>28</sup> afirmam que “os agentes se regulam nesse mercado, constroem mecanismos de reputação e avaliação, a plataforma divulga os dados relativos às negociações para que sejam fiscalizados e o governo atua em última instância”.

No entanto, o sistema de avaliação é apenas uma das ferramentas de controle do mercado. De fato, a grande mudança no que tange a fiscalização pelas empresas – e que realmente torna possível o ideal funcionamento da *sharing economy* – não está apenas nas diretrizes da empresa ou nos Termos de Uso assinado por seus usuários, mas também está inserido no próprio código de programação da aplicação, feito nos moldes da legislação nacional e internacional vigente. Assim, com uma estrutura de *compliance* já integrada no núcleo do aplicativo, a aplicabilidade da lei se torna praticamente instantânea, bastando que o usuário faça uma reclamação para que o próprio sistema a processe e tome as medidas cabíveis para sua reparação.

A confiança das empresas na eficiência da programação é tamanha que em muitos casos a própria empresa pode arcar com eventuais débitos decorrente de sua atuação errônea em determinado conflito, como o caso de um motorista da Uber que contesta uma reclamação feita por um cliente. Com a devida programação do *software* (aplicativo) e a aplicação automatizada da legislação – feita por uma inteligência artificial capaz de identificar o problema

<sup>27</sup> KOOPMAN, Christopher; MITCHEL, Matthew D.; THIERER, Adam D. The Sharing Economy and Consumer Protection: The Case for Policy Change. *The Journal of Business, Entrepreneurship & the Law*, v. 8, 2 ed. Arlington: Mercatus Research Paper, 2015. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2535345>>. Acesso em: 20 set. 2018.

<sup>28</sup> COUTO, Rainer; NOVAIS, Leandro. Regulação de tecnologias disruptivas: uma análise da *sharing economy*. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 111, ano 26, p. 269-292. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017, p. 285.



e encontrar a solução mais eficiente, partindo do pressuposto de que o negócio ocorreu em comum acordo entre as partes até que haja reclamação por uma delas – a taxa de erros e de insatisfação pode ser reduzida a patamares mínimos, ao ponto que os custos de uma atuação prematura podem ser arcados pela própria empresa sem que comprometa significativamente o seu orçamento ou o valor cobrado pelo serviço.

Este “autocontrole” característico da *sharing economy* permite que diversas barreiras, utilizadas pelo Estado para filtrar os agentes que ingressam no mercado tradicional, possam ser total ou parcialmente removidas da regulamentação. Além disso, a seleção de bons fornecedores e a eficiente solução de conflitos é de interesse da própria provedora da aplicação, que terá clientes mais satisfeitos e uma maior popularidade.

Por outro lado, Arun Sundararajan<sup>29</sup> esclarece que a autorregulação não se confunde com a ausência de regulação e nem com a regulação feita pela entidade para si; em verdade, a autorregulação se traduz em uma estrutura de regulação e atuação conjunta entre Estado e empresas privadas, no qual as entidades estatais podem contribuir, policiar ou até mesmo impor determinados padrões a serem seguidos por todas as empresas e seus usuários.

Por mais que a autorregulação traga benefícios ao mercado ao facilitar a fiscalização e o controle, a natureza competitiva da economia traz consigo práticas predatórias e abusivas, em um cenário de disputas constantes entre fornecedores e consumidores. Tais práticas acabam beneficiando as partes mais fortes e prejudicando as partes mais vulneráveis das relações, como os consumidores (em quase a totalidade das relações de consumo) e os fornecedores menores, e devem ser combatidas antes mesmo que possam gerar efeitos.

Diante da difícil aplicação da teoria do imperativo categórico de Immanuel Kant<sup>30</sup> na disputa de mercado (segundo a qual o indivíduo deve praticar aquilo que considere como regra necessária para o bem social), práticas que trazem um grande benefício individual para aquele que a comete em detrimento dos demais acabam se popularizando, contaminando o mercado com uma batalha desonesta de demonstração de força (econômica e política). Nas palavras do filósofo e economista Adam Smith, “não é da benevolência do açougueiro, do cervejeiro e do padeiro que esperamos o nosso jantar, mas da consideração que eles têm pelos próprios interesses”.

Sem a intervenção do Estado, a autorregulação pode “sair dos trilhos”, se tornando um sistema nocivo ao próprio mercado e exacerbando os vícios do modelo e as diferenças de poder

<sup>29</sup> SUNDARARAJAN, Arun. *The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. Cambridge: The MIT Press, 2016.

<sup>30</sup> KANT, Immanuel. *Metafísica dos Costumes*. Parte I: Primeiros Princípios Metafísicos da Doutrina do Direito. Tradução Clélia Aparecida Martins. 2. reimpressão. Rio de Janeiro: Vozes, 2017.

entre seus integrantes. No âmbito dos fornecedores, o cenário se assimilaria aos oligopólios do mercado tradicional, onde grandes empresas barram a entrada de novos concorrentes e atuam em conluio para pressionar os agentes do Estado para agir em seu favor. Já os consumidores se tornariam sujeitos meramente passivos nas relações contratuais, levados a assinar contratos de adesão abusivos e limitados em suas escolhas pela baixa concorrência e variedade de opções.

Assim como em todos os modelos econômicos, é imperiosa a intervenção estatal na economia de compartilhamento para seu ideal funcionamento, de modo a reparar os vícios inerentes de cada modelo. Se tratando de uma ciência que envolve as incertezas do comportamento humano, é natural que os modelos econômicos apresentem falhas em sua execução, por mais bem desenvolvidos que sejam. Cabe ao Estado, buscando o interesse comum e acatando sugestões da comunidade científica sobre o tema, encontrar maneiras para sanar os vícios em sua execução.

### **3.3 De que forma o Estado deve intervir?**

Ante ao cenário natural da economia, é imperiosa a intervenção do Estado para regulamentar e fiscalizar os mercados afetados pelo advento do consumo compartilhado, de modo a igualar as condições de todos os agentes (incluindo os mercados tradicionais já consolidados). Tendo em mente o crescimento de toda a sociedade, os autores do anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor lecionam que o Estado deve, sem prejuízo da defesa do consumidor, garantir o desenvolvimento da sociedade<sup>31</sup>:

Assim, embora se fale das necessidades dos consumidores e do respeito à sua dignidade, saúde e segurança, proteção de seus interesses econômicos, melhoria da sua qualidade de vida, já que sem dúvida são eles a parte vulnerável no mercado de consumo, justificando-se dessarte um tratamento desigual para partes manifestamente desiguais, por outro lado se cuida de compatibilizar a mencionada tutela com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, viabilizando-se os princípios da ordem econômica de que trata o art. 170 da Constituição Federal, e educação – informação de fornecedores e consumidores quanto aos seus direitos e obrigações.

Mantendo-se a sistemática utilizada atualmente, a retirada de barreiras de modo a permitir a entrada desenfreada de novos agentes, com poucas exigências mínimas de segurança e qualidade, desestabilizaria toda a economia, causando danos repentinos a toda a sociedade. Por outro lado, manter (ou até mesmo aumentar) as exigências, barreiras e limitações para

---

<sup>31</sup> GRINOVER, Ada Pellegrini et al. *Código brasileiro de defesa do consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. 11. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017, p. 11.

ingresso no mercado seria, de fato, um ato retrógrado, limitando a entrada de inovações tecnológicas e favorecendo o interesse das grandes empresas consolidadas no mercado tradicional. Amanda Flávio de Oliveira<sup>32</sup> pondera:

“[...] a economia colaborativa constitui fruto inegável de um processo sempre desejável pelos Estados, embora nem sempre adequadamente incentivado, de investimento em inovação. Impor restrições à atividade econômica que representem claros desestímulos à inovação pode constituir um preço caro demais para a humanidade e para o desenvolvimento dos Estados. Por fim, uma mera desregulamentação ou ‘carta branca’ para as empresas atuarem livremente no novo contexto não parece ser uma opção factível.”

Para Couto e Novais<sup>33</sup>, o Estado deve encontrar um equilíbrio que viabilize a entrada de novos agentes e assegure a permanência dos antigos:

A regulação deve estabelecer um nível adequado de segurança e estabilidade entre os diversos atores do mercado e o Estado, tendo as agências reguladoras o cuidado de não serem apenas órgãos perpetuadores do status quo ou de situações favoráveis a interesses de terceiros que, de outra forma, não conseguiriam se estabelecer em um mercado competitivo sem motivo constitucional razoável. Já a Autoridade Concorrencial deve estar atenta aos impactos à livre concorrência que tais regulações possam causar não só no mercado relevante em questão, como também em mercados colaterais, *upstream* ou *downstream*, exigindo, novamente, uma intervenção que cubra as lacunas e deficiências regulatórias.

[...]

A rápida expansão da *sharing economy* é um fenômeno que deveria ser tratado de forma mais cautelosa pelas agências reguladoras do governo. Há situações em que os serviços não representam ameaça alguma à economia ou à lei: são complementos ou facilitadores de atividades bem conhecidas e regulamentadas. [...] O grande problema emerge dos aplicativos que fazem uso comercial de negócios bem regulamentados e, frequentemente, com altas barreiras à entrada, como o Airbnb e o Uber. Nesses setores, a *sharing economy* não só “rouba” parcela considerável do mercado tradicional, como também influencia todo o mercado secundário das atividades: seguros, agências de prestação de serviço etc.

Bond defende ainda que os governos locais devem buscar a integração do novo sistema de mercado, trazendo maior dinamismo e liberdade ao mercado, que se autocontrolaria por meio da concorrência, apontando como exemplo o que ocorreu com a diminuição da regulação no

<sup>32</sup> OLIVEIRA, Amanda Flávio de. Economia colaborativa e desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 115, ano 27, p. 479-495. São Paulo: Ed. RT, jan.-fev. 2018, p. 490.

<sup>33</sup> COUTO, Rainer; NOVAIS, Leandro. Regulação de tecnologias disruptivas: uma análise da *sharing economy*. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 111, ano 26, p. 269-292. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017, p. 283-284.

mercado estadunidense de telecomunicações, que trouxe melhores serviços e preços ao consumidor final.<sup>34</sup>

Mesmo diante do conflito entre a necessidade de intervenção e os benefícios de um mercado mais livre, uma análise pormenorizada da situação evidencia que a aplicação de um modelo que contrabalanceie essa dualidade não se mostra tão complicada.

Retomando à ideia de uma fiscalização multinível (nome criado neste texto para uma melhor visualização da cadeia de fiscalização tratada anteriormente), podemos posicionar a robotização e automatização da fiscalização no primeiro nível, filtrando e resolvendo rapidamente os problemas mais simples e recorrentes. Caso não haja uma solução satisfativa aplicável pelo *software*, os casos sem solução devem ser então remetidos à análise por funcionários da empresa, que integrarão o segundo nível de fiscalização para mediar o conflito entre os particulares e solucionar o problema da melhor forma possível.

Diante da impossibilidade de aplicação de uma solução harmoniosa do conflito por parte dos integrantes daquela relação de consumo (fornecedor real, intermediário e consumidor), caberá ao Estado, no terceiro nível de fiscalização, intervir para a resolução do litígio por meio de entidades já existentes – como o PROCON – ou criadas especificamente para esse fim – como uma autarquia especializada no mercado de economia compartilhada. Por fim, em quarta e última instância, caberá ainda a judicialização do litígio para verificar a legalidade dos procedimentos e decisões nas camadas anteriores, assim como ocorre em face de procedimentos administrativos instaurados em autarquias como a ANEEL e a ANATEL.

Com a aplicação do modelo em camadas, o Estado poderá alocar recursos (financeiros e humanos) para uma atuação mais ostensiva e profunda, diretamente nas empresas. Com isso, ao invés de buscar a fiscalização de cada caso isoladamente, basta que o Estado exija e trabalhe em conjunto com as empresas para que os dois primeiros níveis funcionem da forma mais efetiva possível, reduzindo os conflitos que chegam ao Estado para um mínimo aceitável (tendo em vista a impossibilidade de resolução automática de todos os conflitos) e tornando a fiscalização muito mais eficiente.

Quanto à entrada de novos *players* no mercado, a atuação do Estado poderá ser guiada conforme dois pontos de vista opostos, nomeados e explicados por Adam Thierer<sup>35</sup> como o

---

<sup>34</sup> BOND, Andrew T. An App for That: Local Governments and the Rise of the Sharing Economy. *Notre Dame Law Review*, South Bend, v. 90, nº 2, p. 77-96, 2015. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2586083>>. Acesso em: 20 set. 2018.

<sup>35</sup> THIERER, Adam. Permissionless Innovation: The Continuing Case for Comprehensive Technological Freedom. Revised and expanded edition [versão digital]. Arlington: Mercatus Center at George Mason University, 2016. Disponível em: <<https://www.mercatus.org/system/files/Thierer-Permissionless-revised.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2018.

*precautionary principle* (“princípio da precaução”, de caráter mais intervencionista) e o *permissionless innovation*, (“inovações de permissão dispensável”, de caráter mais liberal).

No primeiro, caberá ao Estado analisar o *software* e os planos de ação da empresa antes da concessão de licença de operação, fazendo questão de que apenas as organizações devidamente preparadas possam operar no mercado (o que criaria novas barreiras de entrada e elevaria o custo de fiscalização preventivo por parte do Estado). Já no segundo, basta que o Estado exija documentos aptos a confirmar a viabilidade do negócio e declarações de responsabilidade emitidas pela própria empresa requerente, que poderão ser utilizados posteriormente caso a empresa aja em desconformidade com o esperado (o que, na opinião desse autor, seria o ideal para garantir maior liberdade ao mercado).

Desse modo, uma regulamentação menos invasiva abre espaço para que o próprio mercado possa se organizar e controlar, por meio da concorrência e toda transparência (ambas incentivadas e protegidas pelo Estado), trazendo benefícios para todas as camadas da sociedade. O Estado deve permitir que o próprio mercado se controle, fiscalizando e atuando de forma a manter o ideal funcionamento do modelo. Deve atuar também como última instância na resolução de conflitos, cabendo ao fornecedor intermediário a mediação entre o fornecedor real e o consumidor, tendo em vista ser o responsável pela viabilização daquele negócio.

Os problemas inerentes à *sharing economy* podem ser rapidamente solucionados por meio de um diálogo entre o Estado, as empresas e toda a sociedade civil, de modo que possamos equilibrar a liberdade e a segurança jurídica para alcançar o melhor interesse de todos e o pleno desenvolvimento econômico e social da nação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A economia compartilhada, cada vez mais popular em razão do avanço tecnológico e da popularização do acesso à internet, chegou no mercado global com grande aceitação da sociedade civil e de algumas empresas, que viram o novo modelo econômico como o futuro da Economia.

Com o desenvolvimento de inteligências artificiais cognitivas e a aplicação de técnicas e projetos de *compliance* diretamente no código de programação dos aplicativos, a fiscalização das atividades pela própria empresa se torna cada vez menos custosa, incentivando-a a agir em conformidade com a legislação. Com a popularização das boas práticas, o Estado pode ter mais confiança no mercado, desatando algumas amarras e dando mais liberdades aos agentes econômicos para o crescimento de toda a Economia, controlando apenas aqueles que “saem dos trilhos”.

Dessa forma, é interesse de toda a sociedade que o Estado permita o ingresso do novo modelo de negócios na economia nacional, combatendo de forma mais agressiva as práticas predatórias e abusivas para deixem de ser lucrativas no final das contas. Para isso, o Direito deve se moldar aos interesses comuns e acompanhar as mudanças da sociedade, que ocorrem de forma constante na sociedade contemporânea.

Aos poucos, os modelos e parâmetros antigos devem dar lugar aos novos, garantindo ampla e franca comunicação entre o Estado e os particulares, seja por meio de audiências públicas para a elaboração de leis (como a regulamentação de um novo modelo econômico) ou um maior contato com a comunidade científica, que por sua vez deve sempre buscar a inovação e a evolução. A chegada da economia de compartilhamento apenas introduz uma nova era de inovações regidas por preocupações sociais e ambientais cada vez mais alarmantes e apoiadas pelo aproveitamento positivo de máquinas para melhor a eficiência do trabalho humano.

## REFERÊNCIAS

- BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 20 set. 2018.
- GRINOVER, Ada Pellegrini et al. *Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 11. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017.
- BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. *Recurso Especial nº 476.428/SC*. Recorrente: Agipliquigás S.A. Recorrido: Gracher Hotéis e Turismo Ltda. 2005. Voto da Ministra Relatora Nancy Andrighi, Brasília, 9 maio 2005. Disponível em: <[https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num\\_registro=200201456245&dt\\_publicacao=09/05/2005](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=200201456245&dt_publicacao=09/05/2005)>. Acesso em: 20 set. 2018.
- COUTO, Rainer; NOVAIS, Leandro. Regulação de tecnologias disruptivas: uma análise da sharing economy. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 111, ano 26, p. 269-292. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.
- MENDES, Francisco Schertel; CERROY, Frederico Meinberg. *Economia Compartilhada e a Política Nacional de Mobilidade Urbana: Uma proposta de marco legal*. Texto para Discussão nº 185. Brasília, DF: Núcleo de Estudos e Pesquisas/CONLEG/Senado, 2015. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/publicacoes/estudos-legislativos/tipos-de-estudos/textos-para-discussao/td185>>. Acesso em: 20 set. 2018.
- BOND, Andrew T. An App for That: Local Governments and the Rise of the Sharing Economy. *Notre Dame Law Review*, South Bend, v. 90, nº 2, p. 77-96, 2015. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2586083>>. Acesso em: 20 set. 2018.
- 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*, v. 111, ano 26, p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.
- BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Marco Civil da Internet. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 24 abr. 2014. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm)>. Acesso em: 20 set. 2018.

SCHWARTZ, Fábio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 111, ano 26, p. 221-246. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assunção. *Manual de Direito do Consumidor: direito material e processual*. 7. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Método, 2018.

FRIEDMAN, Thomas L. Welcome to the 'Sharing Economy'. *New York Times*, Nova Iorque, 20 jul. 2013. Sunday Review. Disponível em:

<<http://www.nytimes.com/2013/07/21/opinion/sunday/friedman-welcome-to-the-sharing-economy.html>>. Acesso em: 20 set. 2017.

BENSINGER, Greg. Airbnb Valued at \$31 Billion After New Funding Round. *The Wall Street Journal*, Nova Iorque, 09 mar. 2017. Tech. Disponível em:

<<https://www.wsj.com/articles/airbnb-valued-at-31-billion-after-new-funding-round-1489086240>>. Acesso em: 20 set. 2017.

BELL, Josh. Two Startups Harness Facebook's Power to Connect Riders to Rides. *ABC News*, Nova Iorque, 04 set. 2007. Disponível em:

<<https://abcnews.go.com/Technology/story?id=3555783>>. Acesso em: 20 set. 2018.

SHONTELL, Alyson; LEBOWITZ, Shana. Lyft's cofounders met on Facebook and lived on opposite coasts – here's how they launched a \$7.5 billion startup long-distance. *Business Insider*, Nova Iorque, 18. out. 2017. Disponível em: <<https://www.businessinsider.com/how-john-zimmer-and-logan-green-started-lyft-2017-10>>. Acesso em: 20 set. 2018.

KOOPMAN, Christopher; MITCHEL, Matthew D.; THIERER, Adam D. The Sharing Economy and Consumer Protection: The Case for Policy Change. *The Journal of Business, Entrepreneurship & the Law*, v. 8, 2 ed. Arlington: Mercatus Research Paper, 2015.

Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2535345>>. Acesso em: 20 set. 2018.

SUNDARARAJAN, Arun. *The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. Cambridge: The MIT Press, 2016.

KANT, Immanuel. *Metafísica dos Costumes*. Parte I: Primeiros Princípios Metafísicos da Doutrina do Direito. Tradução Clélia Aparecida Martins. 2. reimpressão. Rio de Janeiro: Vozes, 2017.



OLIVEIRA, Amanda Flávio de. Economia colaborativa e desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 115, ano 27, p. 479-495. São Paulo: Ed. RT, jan.-fev. 2018.

THIERER, Adam. *Permissionless Innovation: The Continuing Case for Comprehensive Technological Freedom*. Revised and expanded edition [versão digital]. Arlington: Mercatus Center at George Mason University, 2016. Disponível em: <<https://www.mercatus.org/system/files/Thierer-Permissionless-revised.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2018.