

COMPARTILHAR É O NOVO POSSUIR: *SHARED ECONOMY* E A TUTELA DO CONSUMIDOR

Germana Parente Neiva Belchior 

Centro Universitário de Brasília (UNICEUB) 

Fábio Campelo Conrado de Holanda 

Centro Universitário 7 de Setembro (Uni7) 

Carla Mariana Aires Oliveira 

Universidade Federal do Ceará (UFC) 

Contextualização do tema: As sociedades tendem sempre a se renovar. Desde os primórdios das sociedades, o consumo esteve atrelado ao desenvolvimento de um povo: o que para uma geração podia parecer inovador e revolucionário, para outra pode ser o mais puro significado de atraso ou retrocesso. A introdução da tecnologia nas relações de consumo impulsionou a criação de uma nova forma de consumir, baseada no compartilhamento de bens e de serviços. Nesse sentido, surge a Economia Compartilhada como um meio simples, de baixo custo e de grande abrangência que, em tese, facilita a vida das pessoas.

Objetivo: Discorrer de que forma a complexidade pode contribuir na implementação de plataformas de economia compartilhada no Brasil sem acarretar na vulnerabilidade dos consumidores.

Metodologia: Utilizou-se uma pesquisa bibliográfica, por meio de método dedutivo. A natureza da pesquisa é qualitativa.

Resultados: Verificou-se a importância da complexidade e do diálogo de fontes para contribuir em busca de uma melhor compreensão e aplicação da Economia Compartilhada.

Palavras-chave: Complexidade; Consumidor; Economia Compartilhada; Plataformas Digitais; Responsabilidade Civil.

SHARING IS THE NEW OWN: SHARED ECONOMY AND CONSUMER PROTECTION

Contextualization: Societies tend to continually renew themselves. Since the very beginnings of societies, consumption has been linked to the development of a people: what for one generation could seem innovative and revolutionary could, for another, be the purest meaning of delay or setback. The introduction of technology into consumer relations has driven the creation of a new way of consuming, based on the sharing of goods and services. In this sense, the Shared Economy offers a simple, low-cost and wide-ranging means that, in theory, makes people's lives easier.

Objetivo: This article aims to discuss how complexity can contribute to the implementation of shared economy platforms in Brazil, without resulting in consumer vulnerability.

Metodología: Bibliographical research was carried out, using the deductive method. The nature of the research is qualitative.

Resultados: The importance of complexity and font dialog can contribute to a better understanding and application of the Shared Economy.

Palavras-chave: Complexity; Consumer; Shared economy; Digital Platforms; Civil responsibility.

COMPARTIR ES LA NUEVA PROPIEDAD: ECONOMÍA COMPARTIDA Y GUARDIA DEL CONSUMIDOR

Contextualización: Las sociedades siempre tienden a renovarse. Desde los inicios de las sociedades, el consumo ha estado ligado al desarrollo de un pueblo: lo que para una generación puede parecer innovador y revolucionario, para otra puede ser el más puro significado de retraso o retroceso. La introducción de la tecnología en las relaciones de consumo ha impulsado la creación de una nueva forma de consumir, basada en compartir bienes y servicios. En este sentido, la Economía Compartida surge como un medio sencillo, de bajo coste y amplio alcance que, en teoría, hace la vida más fácil a las personas.

Objetivo: Discutir cómo la complejidad puede contribuir a la implementación de plataformas de economía colaborativa en Brasil sin causar vulnerabilidad al consumidor.

Método: Se utilizó una investigación bibliográfica, por medio del método deductivo. La naturaleza de la investigación es cualitativa.

Resultados: La importancia de la complejidad y el diálogo de fuentes puede contribuir a una mejor comprensión y aplicación de la Economía Compartida.

Palabras clave: Complejidad; Consumidor; Economía compartida; Plataformas Digitales; Responsabilidad civil.

INTRODUCTION

Estruturado o microssistema das relações de consumo ao longo das últimas décadas (a Constituição Federal de 1988 e o Código de Defesa do Consumidor foram importantes matrizes legislativas no Brasil), o conceito de consumidor foi sendo aperfeiçoado ao longo da evolução da sociedade clássica (de natureza industrial, ancorada no modelo fordista) em comparação com a atual. Nesse sentido, a introdução da tecnologia nas relações consumeristas contribuiu decisivamente para a criação de novas relações contratuais, veiculando novidades na forma de consumir.

Desburocratizou-se o acesso aos bens de consumo, produtos e serviços, que hoje estão atingíveis com o clicar de dedos por meio de programas de computador e aplicativos de *smartphones*. Alugar um quarto de hotel, pegar uma carona, fazer um pedido em domicílio de uma refeição, levar o seu *pet* para passear ou, até mesmo, conhecer novas pessoas, são atividades que se pode fazer em um estalar de dedos.

A tecnologia alavancou, em verdade, uma nova forma de consumo, baseada não mais na patrimonialização individual de bens e usufruto exclusivo de serviços, mas sim no compartilhamento deles. Por meio de plataformas digitais, que são verdadeiras facilitadoras de relações de consumo, tem-se verificado, porém, várias lacunas ainda não colmatadas pela legislação brasileira.

Para além da conexão entre os avanços tecnológicos e o sistema jurídico, tem-se o surgimento de novos hábitos ou modo de consumo na sociedade contemporânea, por intermédio da assunção da economia compartilhada. Esta nova forma de consumo precisa ser analisada por novo olhar, visando à sustentabilidade, assim como uma visão integrada de diversos sistemas.

Contudo, o desenvolvimento do tema, porém, nos traz algumas dúvidas relacionadas com a seguinte questão principal: como e de que forma a compreensão da complexidade pode contribuir na implementação de plataformas de economia compartilhada no Brasil sem acarretar a vulnerabilidade dos consumidores?

Nesse contexto, é necessário compreender o compartilhamento de bens e serviços a partir da lógica da complexidade, uma vez que há o envolvimento de diversas áreas do conhecimento. Além disso, a partir das transformações sociais, o conteúdo do direito é alterado, sendo necessário, muitas vezes, o diálogo de dispositivos normativos, enquanto não há uma regulamentação.

O artigo utiliza pesquisa bibliográfica, por meio de método dedutivo. A natureza da pesquisa é qualitativa. Para tanto, metodologicamente, pretende-se nesse arrazoado, por meio de pesquisa bibliográfica, analisar o fenômeno da economia compartilhada, com

enfoque na responsabilização das plataformas digitais por vícios na prestação do serviço. Quanto ao referencial teórico, antes de detalhar as especificidades do tema, será proposta uma breve digressão histórica sobre a evolução da sociedade de consumo, com destaque para o pensamento de autores como Gilles Lipovetsky, Zigmunt Bauman e Jean Baudrillard. Posteriormente, será apresentado de que forma a complexidade pode contribuir para a temática. Por fim, por meio de tais parâmetros, analisar-se-á a inserção dos consumidores nas plataformas digitais, tendo em vista a economia compartilhada.

O tema é alvissareiro e as críticas ao presente artigo serão importantes contribuições ao desenvolvimento do tema, tão atual e presente na rotina dos consumidores em geral.

1. A EVOLUÇÃO DA SOCIEDADE DE CONSUMO SOB A VISÃO DOS TEÓRICOS

O objetivo do presente tópico é trazer uma melhor compreensão sobre a evolução da sociedade de consumo, permitindo compreender os pressupostos históricos que antecederam a discussão central proposta. Procura-se, ainda, traçar os debates acerca desta terminologia para que seja possível compreender a complexidade, adversidades e contradições que giram em torno da sociedade de consumo. Assim, cumpre perquirir a trajetória do indivíduo rumo à era do simples clique para a celebração de um contrato de consumo no ambiente virtual.

As relações de consumo, como reflexo das mutações sociais e econômicas, passaram por uma espetacular transformação, onde a internet propiciou um mundo no qual espaço e tempo se diluíram por força da ausência de fronteiras e instantaneidade. O contato pessoal é elemento inexistente nessa seara. O humano se virtualizou e questões fronteiriças da privacidade e dos limites entre os espaços público e privado se agudizaram.

Partindo de uma conceituação do que sejam tais espaços (privado e público), poder-se-ia dizer que a privacidade é a esfera onde o indivíduo reserva para si ou para os que lhe são muito próximos a exposição de fatos e/ou a divulgação de informações que somente lhe dizem respeito. O público, por sua vez, é o meio onde os fatos e as informações estão disponíveis a todos, indistintamente (a acessibilidade se mostraria ampla e irrestrita). Como dimensões humanas que são, os espaços público e privado sofreram várias mutações ao longo da história.

Nas palavras de Robl Filho¹, essas espacialidades eram conformadas na Idade Antiga de um modo bem peculiar: o espaço público era destinado à demonstração de virtudes

¹ ROBL FILHO, Ilton Norberto. **Direito, intimidade e vida privada**: paradoxos jurídicos e sociais na sociedade pós-moralista e hipermoderna. Curitiba: Juruá Editora, 2010, p. 35.

como a justiça e a coragem, de modo a consagrar o seu autor. A construção da identidade humana imbricava-se com a política. A esfera privada, de sua vez, adstrita ao âmbito familiar, era reservada ao atingimento das necessidades biológicas pela força do trabalho e à violência. Ainda segundo o referido autor, a liberdade não era compreendida como a esfera de atuação do indivíduo moldada por seu livre-arbítrio, posto que inexistente marco regulatório estatal, mas relativamente ao exercício do diálogo no espaço público².

Na Idade Média, as esferas pública e privada, em certo ponto, se mesclavam, dado o poder emanar de uma só fonte: o senhor feudal, se afigurando tênue a dicotomia. O eixo da liberdade, nesse estágio, prossegue o referido autor³, se deslocou por força da religião, centrando-se no íntimo do indivíduo (liberdade interior).

Na sequência histórica, surgiu a esfera social na Idade Moderna, onde a propriedade privada assumiu nova feição. Deixou de se resumir ao aspecto puramente individual para se revestir de uma conotação pública, criando um espaço híbrido entre o público e o privado, capaz de redefinir a noção de liberdade, passando a ser compreendida como “a ausência de intervenção política, que agora é entendida como ação estatal, na vida privada dos indivíduos, tendo os debates relacionados com a defesa da intimidade atingido seu apogeu na contemporaneidade, segundo o autor⁴.

Partindo-se da observação de que o mercado consumerista vem se apresentando cada vez mais intenso e multifacetado ao longo do tempo, é previsível que o consumidor (vulnerável) tenha experimentado novas formas de adaptação aos bens e serviços que lhe são apresentados, pondo em destaque a aplicação do princípio da confiança nos negócios jurídicos que lhe são ínsitos.

A princípio, é de se ressaltar, como sói acontecer no âmbito das ciências humanas e sociais, que não há um consenso sobre o conceito de sociedade de consumo. A expressão é de vasto uso no meio acadêmico e ultrapassa as fronteiras disciplinares. Parte dos estudiosos entende que sociedade de consumo é definida pelo padrão de consumo⁵, ao passo que outros vislumbram no conceito elementos de cunho sociológico, para além do tipo de consumo, como consumo de massas, insaciabilidade, alta taxa de consumo e descarte de mercadorias, tendo como eixo central a figura do consumidor. Segundo Barbosa⁶, ambas as definições são

² ROBL FILHO, Ilton Norberto. **Direito, intimidade e vida privada**: paradoxos jurídicos e sociais na sociedade pós-moralista e hipermoderna. Curitiba: Juruá Editora, 2010, p. 35-36.

³ ROBL FILHO, Ilton Norberto. **Direito, intimidade e vida privada**: paradoxos jurídicos e sociais na sociedade pós-moralista e hipermoderna. Curitiba: Juruá Editora, 2010, p. 47.

⁴ ROBL FILHO, Ilton Norberto. **Direito, intimidade e vida privada**: paradoxos jurídicos e sociais na sociedade pós-moralista e hipermoderna. Curitiba: Juruá Editora, 2010, p. 55-65.

⁵ BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

⁶ BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004, p. 8.

válidas.

Assim, dentro de uma visão sociológica, constata-se que a cultura do consumo pode ser averiguada por meio de três vertentes. Inicialmente, ela deve ser vislumbrada pela lógica do crescimento, da produção e da fabricação de mercadorias, no qual se verifica a formação de uma abundância da cultura material no formato de bens e locais de compra e consumo, ocasionando no crescimento do lazer e das atividades que engendram à consumação de produtos. Em seguida, entendeu-se que os indivíduos fazem uso de mercadorias de modo a produzir vínculos ou, até mesmo, diferenciações sociais. Por fim, tem-se a busca da felicidade por intermédio do consumo, na medida em que a cultura consumista atrai sonhos e desejos, ou melhor, esta possui como pressuposto lógico a promessa de atender aos anseios do ser humano de uma forma que as sociedades passadas não conseguiram alcançar⁷.

O pensador polonês Zigmunt Bauman⁸ distingue a sociedade em duas fases: a sólida-moderna de produtores, na qual os valores da prudência, circunspeção a longo prazo, durabilidade e segurança guiavam o desejo humano, no qual se almejava um “Estado estável” definitivo (esse período se identificaria na primeira metade do século XX). Ocorre que, ainda segundo o autor, essa solidez passou a se desintegrar, tendo em vista que a riqueza e a segurança econômica geradas pelas gloriosas três décadas que se seguiram ao término da Segunda Guerra Mundial não foram suficientes para obstar o ímpeto libertário humano, no sentido de substituir os atributos de solidez por outros guias mais fluidos⁹.

Na sociedade de consumidores no contexto da modernidade líquida, por meio de uma resignificação do tempo (em que se fomenta a felicidade pelo consumo e a imediata frustração em busca do novo), há um constante estímulo ao consumo, os produtos são colocados no mercado com tempo certo de durabilidade (obsolescência dirigida) e os indivíduos, ao mesmo tempo em que consomem mercadorias, se tornam as próprias mercadorias, porquanto o valor de cada um se dá pela exata medida do que pode consumir. Pessoas se tornam vitrines ambulantes de produtos e serviços¹⁰.

Na esteira do pensamento de Lipovetsky, a primeira fase da sociedade consumerista organizada se deu entre 1880 a 1950, com o início da produção de massa, em que os produtos abandonaram a feição local para adquirir uma dimensão nacional, bem como

⁷ FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. Tradução de Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995, p. 31.

⁸ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, p. 44.

⁹ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001, 24-25.

¹⁰ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. p. 82.

pela transformação da confiança na pessoa do fornecedor para a confiança na marca (através de vultosos investimentos em *marketing*), oportunidade em que se constatou uma maior regularidade, volume e velocidade para o escoamento das mercadorias, incrementando sobremaneira o comércio em larga escala¹¹.

Para o sociólogo francês, a fase seguinte (os chamados “trinta gloriosos”, décadas de 1950, 1960 e 1970) experimentou o processo de democratização do consumo, ensejando o acesso aos produtos e serviços de modo mais abundante, catalisado pela elevação do nível de pessoas ocupando o mercado de trabalho, através da extensão da regulação fordista da economia e pelo aumento do poder de compra dos assalariados. Emerge a lógica-moda caracterizada pelo surgimento da obsolescência dirigida, permeada pelos princípios da sedução, do efêmero, da diferenciação dos mercados. Ao *marketing* de massa típico da primeira fase sucedem estratégias de segmentação centradas na idade e nos fatores socioculturais¹².

Concluindo sua reflexão sobre a evolução da sociedade consumerista, Lipovetsky pontua que, ao final da década de 1970, o ato de consumir deixa de se apresentar tão somente como símbolo de distinção social para se revestir da busca pelo máximo prazer individual. O consumo adquire um viés experiencial, em que a conquista do consumidor se dá por meio da atração promovida pela promessa de uma aventura emocional, assumindo realce as qualidades sensíveis, táteis, visuais, sonoras e olfativas tanto dos produtos quanto dos seus locais de venda¹³.

Feitas essas digressões teóricas, é imperioso esclarecer que Bauman, com postura mais reflexiva em relação aos desdobramentos da sociedade de consumo, inspirado no marxismo e nos estudos empreendidos pelos adeptos da Escola de Frankfurt, tais como Theodor Adorno e Max Horkheimer, aponta contradições nessa lógica consumerista hegemônica que, ao tempo em que enreda a todos, alija do sistema quem se apresenta incapaz de consumir, numa crítica ao que denomina de baixas colaterais do consumismo.

Para o sociólogo polonês¹⁴, nessa categoria dos invisíveis (consumidores falhos), assoma uma questão de vulto. Aquele tipo de consumidor que se torna inapto por fatores alheios à sua vontade, tal como a ruína financeira motivada por intempéries (doença, perda da fonte de renda, etc.); aqueloutro que, por sucumbir aos influxos do consumismo e não gerir racionalmente suas finanças, mergulha num ciclo de endividamento.

¹¹ LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal**: Ensaio Sobre a Sociedade do Hiperconsumo. Lisboa: 2007, p. 26-27.

¹² LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal**: Ensaio Sobre a Sociedade do Hiperconsumo. p. 34-36.

¹³ LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal**: Ensaio Sobre a Sociedade do Hiperconsumo. p. 45.

¹⁴ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. p. 157.

Nesse viés, a concepção de um poder industrial sem limites dirimiu as expectativas de um passado estável e de um futuro que se desenvolvia por intermédio das relações de propriedade visivelmente permanentes. Este processo, portanto, ocasionou na liquidação do indivíduo. Essa deterioração pode ser mais bem mensurada ao vislumbrar a sua insegurança, no que diz respeito às suas economias¹⁵.

Lipovetsky já tem um viés menos fatalista, talvez inspirado nas ideias de superação individual e transcendência de Nietzsche, considerando que as relações sociais não se resumem ao consumo, tampouco haveria um declínio do espaço público e da interação face a face, apenas teriam novas formatações. Entende que as novas tecnologias na sociedade de hiperconsumo fazem com que o indivíduo proceda a novos arranjos de interação social, não havendo que se falar em isolamento. Realça que a cultura do hiperconsumo não anulou os valores éticos e os sentimentos de empatia e que o amor não perdeu seu pedestal ante o processo mercantil. No entanto, adverte o pensador francês para o paradoxo dessa dinâmica social, pois enquanto se experimenta a felicidade com a aquisição do que se deseja, já se instala o sentimento de tédio, gerando frustração e expectativa com a possibilidade de ter uma nova mercadoria, a mercadoria da moda¹⁶.

A modernidade, sob a ótica desses autores, expõe o conflito entre ser livre para adquirir o que se quer numa vastidão de possibilidades à disposição e a responsabilidade pela decisão e consequências, enfeixando o consumo num processo cíclico e interminável¹⁷.

2. OS REFLEXOS DA LIQUIDEZ SOBRE AS NOVAS TECNOLOGIAS

O tempo da robótica está cada vez mais avançado, tendo o homem se utilizado desse fato ao seu favor. As indústrias não são mais dependentes do carvão, do petróleo ou da água, o que se vê agora são novas tecnologias, nas quais, por vezes, as máquinas fazem os papéis dos homens, transformando, mais uma vez, a forma de produzir coisas, e, por conseguinte, a forma de pensar e de agir da sociedade. A nanotecnologia é uma realidade.

A inteligência artificial está se imiscuindo e ganhando espaço nas relações sociais, não se conseguindo mais imaginar uma sociedade sem os *smartphones* (que permitem alugar um apartamento, comprar um imóvel, fazer compras no supermercado ou, até mesmo, conhecer novas pessoas). O compartilhamento já faz parte da nova realidade dos consumidores, isto é, ao invés de comprar bens, que muitas vezes possuem utilidade restrita

¹⁵ HORKHEIMER, Max. **Eclipse da razão**. Tradução de Sebastião Uchoa Leite. São Paulo: Centauro, 2002, p. 161.

¹⁶ LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal**: Ensaio Sobre a Sociedade do Hiperconsumo. p. 144-147.

¹⁷ AMORIM, Eliã Siméia Martins dos Santos Amorim et al. O princípio do prazer: o hiperconsumo como escape em tempos de modernidade líquida. **Signos do Consumo**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 70-78, jul./dez. 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-5057.v10i2p70-78>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/144828/141621>. Acesso em: 21 mar. 2019.

(ou seja, alguns produtos são utilizados apenas uma vez e perdem a sua função), o que se vê é uma nova forma de consumo, baseada no compartilhamento e na confiança mútua dos usuários.

Canto¹⁸ explana que, após o Estado pós-fordista ou pós-industrial, o paradigma industrial se deslocou para o setor terciário da economia de serviços. É um modelo econômico fundado no comércio, nas finanças, no transporte, na saúde, no entretenimento, na pesquisa científica e no ensino que, no lugar de necessitar de fábricas com linha de montagem, precisa de um sistema tecnológico de informação.

Essa revolução dos serviços é mais uma que se insere na trajetória da sociedade, marcada por sucessivas outras, tais como a industrial, a consumista e a que se assiste atualmente: a da informação. Desde o advento e expansão da internet, tempo e espaço se diluíram e a comunicação em rede propiciou que pessoas de qualquer parte do planeta pudessem interagir instantaneamente. As relações sociais acharam um novo lugar para se espriar: o ciberespaço.

Essa nova configuração alterou profundamente as relações de consumo, impactando diretamente na forma como o consumidor atua no mundo *on-line*: compra, busca de meios de entretenimento, comunicação e pagamento pelos bens e serviços adquiridos¹⁹. Através da sociedade da informação, com avanços tecnológicos impressionantes e uma quantidade avassaladora de internautas, catalisou-se a globalização e consolidou-se o triunfo da publicidade cultural²⁰. Arrisca-se dizer que a informação é a mercadoria mais valiosa e a publicidade, nesse contexto das comunicações massificadas, atinge seu nível máximo de excelência²¹.

Com tais premissas, passar-se-á a uma breve abordagem do panorama no qual emergiu a revolução da tecnologia de informação. Segundo o espanhol Manuel Castells, a tecnologia seria a aplicação do conhecimento científico para moldar as formas de se criar algo dentro de uma lógica de reprodução e as tecnologias da informação consistiriam, anuindo a outros autores, no “conjunto convergente de tecnologias em microelectrónica, computação (*software* e *hardware*), telecomunicações/radiodifusão e opto-electrónica”²², indo mais além para incluir de igual modo a engenharia genética. A marca indelével das revoluções

¹⁸ CANTO, Rodrigo Eidelvein do. **A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015, p. 59.

¹⁹ CANTO, Rodrigo Eidelvein do. **A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico**. p. 19.

²⁰ ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985, p. 138.

²¹ BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007, p. 158.

²² CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. In: A era da informação: economia, sociedade e cultura. Tradução de Alexandra Lemos, Catarina Lorga e Tânia Soares. 4. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, v. 1, 2011, p. 34.36.

tecnológicas é a penetrabilidade, a capacidade de adentrar todos os domínios da atividade humana. Segundo o pensador, a informação está para revolução hodierna como as fontes de energia estiveram para o fomento da revolução industrial.

Hoje nos deparamos com uma infinidade de aplicativos de intermediação de serviços que se incorporaram à vida das pessoas. Hospedagem, alimentação, transporte, são exemplos de serviços postos à disposição por meio da tecnologia que facilitam sobremaneira o cotidiano das pessoas. Ainda segundo Castells, a figura da empresa de rede se consolida, consistente numa “agência enxuta de atividade econômica, construída em torno de projetos empresariais específicos, que são levados a cabo por redes de composição e origem variada: a rede é a empresa”²³.

Mas há o outro lado da moeda desse aparato. A mobilidade, a flexibilidade e a fluidez que informam a sociedade atual imprimem facilidade e agilidade, tudo em decorrência das novas tecnologias. No entanto, a era da instantaneidade recrudescer o paradoxo da visibilidade e do isolamento, onde muito se vê e pouco se interage, invocando Sennett²⁴.

Além disso, os indivíduos estão sujeitos às tecnologias de identificação, vigilância e investigação, tornando possível a violação da intimidade, o que desencadeia uma batalha entre as tecnologias da liberdade e as de controle, o que torna a internet um ambiente de contestação. Digno de registro o poder exercido sobre a infraestrutura das redes onde o acesso e o uso podem ser alvo de controle ou até monopólio, movido por “interesses comerciais, ideológicos e políticos”²⁵.

Em arremate, pode-se dizer que a visão de Castells²⁶ é otimista em relação ao que chama de sociedade em rede, no sentido de considerar a criação de um novo padrão de interação social por força da ajuda dos novos recursos tecnológicos, estendendo as possibilidades da interconexão personalizada para uma vasta gama de situações sociais. A propósito, Bauman²⁷ fazia um contraponto ao otimismo de Manuel Castells, comparando a rede a uma duna de areia, onde não há confiabilidade no estabelecimento de vínculos sociais e que o objeto de encanto do consumidor nas redes de comunicação eletrônica é, de fato, a possibilidade de desconexão instantânea e livre de problemas, de se livrar do indesejado, o que se amoldaria com precisão aos ideais da cultura consumista na sociedade líquido-moderna.

²³ CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2003, p. 58.

²⁴ SENNETT, Richard. **O Declínio do Homem Público: as tiranias da intimidade.** Tradução de Lygia Araujo Watanabe. Rio de Janeiro: Record, 2014, p. 408.

²⁵ CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** p. 226.

²⁶ CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** p. 111.

²⁷ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria.** p. 137-138.

A partir desse cenário, infere-se que a sociedade de consumo teve por base a crença incontestável na ciência, no desenvolvimento tecnológico e na fragmentação do conhecimento, que implica na impossibilidade de ter uma visão complexa da vida. Nesses termos, portanto, é uma sociedade que possui uma crise de percepção, visto que não relaciona o seu estilo de vida a uma crise de conhecimento e de degradação ambiental²⁸.

3. O RISCO COMO ELEMENTO INTRÍNSECO DA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Feitas algumas considerações sobre a realidade da sociedade consumerista atualmente, é indisfarçável que o risco se imiscui como elemento intrínseco dessa complexa realidade, haja vista que as novas tecnologias, por exemplo, permitem que se desenvolvam relações contratuais com agentes que não se conhecem pessoalmente, valendo-se de plataformas digitais parcialmente ininteligíveis e tendo como objeto o fornecimento de bens ou serviços cuja execução contratual tem efeitos imprevisíveis.

Forte²⁹ expõe que na sociedade contemporânea, segurança contra o perigo e confiança contra o risco são os para-raios dentro de um sistema que se considera eficaz, mas sobre o qual o indivíduo não detém conhecimento específico sobre o seu funcionamento. Em virtude disso, bem como acerca do que a sociedade representa hoje e dos efeitos negativos do seu funcionamento, autores passaram a enxergá-la como sociedade do risco. Sinteticamente, “a noção de sociedade de risco mundial pode ser compreendida como a soma dos problemas para os quais não há resposta institucional”.³⁰

E o panorama atual apresenta uma infinidade desses problemas. A começar pelo próprio declínio estatal com a crise do Estado do bem-estar social, pelo desmonte das relações de trabalho, pela fluidez dos laços humanos, pela exclusão social, pelo declínio da confiança no trato das relações contratuais, etc. Para Sarmiento³¹, esse quadro não conseguiu sustentar o pensamento que regeu a modernidade, alicerçado na generalidade e racionalidade, por sua impossibilidade de abarcar os riscos provocados pela ciência e pela técnica às pessoas e ao planeta, bem como os oriundos do próprio comportamento humano ante as inovações tecnológicas.

A dinâmica das relações sociais na contemporaneidade, dado o risco emergente, exige dos indivíduos uma postura de confiança em sistemas abstratos, sendo essa

²⁸ DINNEBIER, Flávia França. **Sociedade de hiperconsumo**: redução de embalagens no foco do direito ambiental brasileiro. São Paulo: Inst. O Direito por um Planeta Verde, 2015, p. 51-52.

²⁹ FORTE, Miguel Angel. **Modernidad**: tiempo, forma y sentido. Buenos Aires: Eudeba, 2016, p. 41.

³⁰ BECK, Ulrich. **A metamorfose do mundo**: novos conceitos para uma nova realidade. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2017, p. 96.

³¹ SARMENTO, Daniel. **Direitos Fundamentais e Relações Privadas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008, p. 38.

confiabilidade creditada à perícia dessa engenhosidade. Seria “uma questão de cálculo de vantagem e risco em circunstâncias nas quais o conhecimento perito simplesmente não proporciona esse cálculo, mas na verdade cria (reproduz) o universo de eventos”³². Beck³³, no esboço da teoria da sociedade de risco, contrapôs a crença cega depositada no progresso e que olvida a escassez dos recursos naturais, o declínio do Estado-nação e a estagnação da economia, dada sua fragilidade e insuficiência teórica ante os cenários de catástrofes e incertezas que permeiam a contemporaneidade, os quais seriam, justamente, consequências desse progresso, criticando os que considera superotimistas da fé tecnológica como a redentora de todos os males sociais.

Para Lipovetsky, a fé no progresso teria sido substituída “por uma confiança instável, oscilante, variável em função dos acontecimentos e das circunstâncias”³⁴. O otimismo em face do futuro não estaria morto, mas profundamente reduzido por força da desidratação institucional e regulatória do sentimento de confiança.

Beck³⁵, por entender que conceitos da ciência social como evolução, revolução e transformação não se afiguravam suficientes para compreender o mundo no qual vivemos, desenvolveu a teoria da metamorfose para ir além da teoria do risco e tentar compreender os efeitos colaterais positivos dos males. No império digital, o risco digital global tem um aspecto diferente porquanto não consiste num evento catastrófico físico e real delimitado no tempo e no espaço, tampouco resulta de tal, mas na confiança depositada na capacidade do ser humano de exercer o controle das informações, tornando invisível a percepção do risco à liberdade. Eis aí a maior catástrofe no entendimento de Beck³⁶.

Progressivamente, tem-se observado que o mundo contemporâneo através de suas tecnologias tem capturado com maior facilidade dados pessoais e informações íntimas das pessoas em geral, fragilizando a proteção da esfera dos direitos da personalidade e tornando cada vez mais tênue a diferença entre os espaços públicos e privados.

Para Canto³⁷, como fruto das novas tecnologias, se registrou uma inversão de posições dos *players* na sociedade de consumo. Na metade do século XX, era o consumidor a parte anônima na relação, sendo mais um no universo da produção e comercialização de mercadorias em larga escala, enquanto os fornecedores tinham sua identificação bem

³² GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. Tradução de Raul Fiker. São Paulo: Unesp, 1991, p. 96.

³³ BECK, Ulrich. **A metamorfose do mundo**: novos conceitos para uma nova realidade. p. 89-90.

³⁴ LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. Tradução de Mário Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004, p. 70.

³⁵ BECK, Ulrich. **A metamorfose do mundo**: novos conceitos para uma nova realidade. p. 13.

³⁶ BECK, Ulrich. **A metamorfose do mundo**: novos conceitos para uma nova realidade. p. 194.196.

³⁷ CANTO, Rodrigo Eidelvein do. **A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico**. p. 86.

retratada nas grandes marcas. Na era da internet, há uma massa de fornecedores virtuais, sem rosto e sem localização física, cujas tecnologias avançadas rastreiam cada passo dos usuários, individualizando-os, num monitoramento ferrenho em busca de mais e mais consumidores.

Com tais delineamentos, o ciberespaço como dimensão social que é, não poderia deixar de espelhar e reproduzir em larguíssima escala os riscos e mazelas da sociedade contemporânea, regida por valores fluidos, retratada como época do vazio, do apogeu das soluções individualistas e da insegurança, rica em contradições e sob um regime de constante desregulamentação estatal.

Essa amplificação dos riscos na era da tecnologia de informação e a consequente virtualização das relações jurídicas são questões sociais latentes, “não podendo o direito se furtar de respondê-las, principalmente, por não mais reverberar a concepção moderna de um sistema jurídico atemporal, cientificamente absoluto e, conseqüentemente, alheio à realidade dos fatos”³⁸.

É nesse ambiente que se verifica uma tensão entre a incerteza e o risco, haja vista ser uma realidade crescente, e a certeza a segurança jurídica, que são valores intrínsecos e estruturantes para o Direito. Ao aproximar-se da ciência das incertezas, do caos e do risco, o Direito já não pode buscar naquela uma base para sustentar as suas decisões³⁹.

Assim, o grandioso desafio do Estado de Direito, ante tal conjuntura, é recolocar o ser humano no ápice do sistema jurídico, dotado de toda a dignidade, na tentativa de minimizar o caos gerado pela globalização e pela complexidade da sociedade contemporânea em decorrência da revolução da informática e do crescimento da robótica. Segundo Canto⁴⁰, essa conjuntura confusa e difusa abre uma fenda entre o Direito e a realidade da sociedade.

Nessa concepção, a imposição da leitura e/ou análise de um objeto, tal como a Economia compartilhada, sob um único ponto de vista não é adequado⁴¹. O sistema jurídico e o econômico, por exemplo, são apenas uma visão do todo. Assim, a noção da complexidade é importante para a resolução do problema, como será visto no tópico a seguir.

4. A COMPLEXIDADE COMO MECANISMO PARA A INTEGRAÇÃO DA ECONOMIA COMPARTILHADA NA CIÊNCIA JURÍDICA

A partir da inovação das dinâmicas sociais no período pós-moderno, demonstra-

³⁸ CANTO, Rodrigo Eidelwein do. **A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico**. p. 37.

³⁹ PARDO, José Esteves. **O desconcerto do Leviatã: política e direito perante as incertezas da ciência**. São Paulo: Inst. O direito por um Planeta Verde, 2015, p. 65-69.

⁴⁰ CANTO, Rodrigo Eidelwein do. **A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico**. p. 52.

⁴¹ FÁGUNDEZ, Paulo Roney. **O direito e a hipercomplexidade**. São Paulo: LTr, 2003.

se o desenvolvimento de tecnologias digitais, que aponta para uma redefinição das relações consumeristas, tais como a Economia Compartilhada⁴².

Nessa particular forma de consumo, fundamentada no acesso, os consumidores, no lugar de comprar novos produtos, pagam pela experiência de tê-los em seu poder temporariamente. A dinâmica vai de encontro à essência do capitalismo, que é a acumulação de bens. Ou seja, a Economia compartilhada dá guarida para o rompimento de um paradigma, até então, predominante, no consumo e na área jurídica.

A Economia Compartilhada emergiu da necessidade da sociedade contemporânea de procurar soluções e respostas frente à crise paradigmática, ambiental, econômica, dentre outras. Além disso, o alto padrão de consumo, o desequilíbrio, o desemprego e os avanços tecnológicos foram fatores que, também, contribuíram para o surgimento de novos modelos de negócios⁴³. Isso exige do Direito uma alteração de seus moldes.

Consoante afirma Holanda, “o aprofundamento da estrutura da economia P2P não traz ‘novos’ problemas, haja vista que a fragilidade das relações de emprego, o racismo, a justa distribuição de renda, as discriminações de gênero e a regulação do direito de propriedade são questões que lhe precedem”⁴⁴, porém, é revelador perceber que tais questões se relacionam mais fortemente e de maneira sub-reptícia em um cenário de vulnerabilidade algorítmica do consumidor.

Nesse sentido, é imperioso compreender que, por um longo período, as áreas do Direito, economia e tecnologia foram criadas e estudadas de forma isoladas e independentes, fruto de uma percepção simplista e mecanicista da realidade. Nessa visão, a fragmentação dos saberes foi concebida como o ápice da ciência, cuja finalidade precípua era classificar e organizar as partes da natureza. Com base nisso, esta concepção tem origem no pensamento analítico de que conhecendo as partes seria possível conhecer o todo.

Assim, no empenho da modernidade em apurar os mecanismos de certeza e racionalidade, funda-se o direito. Por sua vez, este tem por objeto, inicialmente, o conhecimento racional e sistemático dos fenômenos jurídicos⁴⁵.

Nessa linha de raciocínio, como consequência da revolução científica e do iluminismo, o estudo e a ciência do Direito foram orientados pelos ideais da decomposição,

⁴² DI FELICE, Massimo; TORRES, Juliana C.; YANAZE, Leandro K. H. **Redes digitais e sustentabilidade: as interações com o meio ambiente na era da informação**. São Paulo: Annablume, 2012, p. 207.

⁴³ CELESTINO, Fernanda Karlla Rodrigues. Economia e Direito e o Futuro do Direito: Economia Compartilhada e Sua Regulação. **Revista Controle: Doutrinas e artigos**, v. 15, n. 1, p. 274-315, 2017, p. 275.

⁴⁴ HOLANDA, Fábio Campelo Conrado de. O consumidor utilitarista e a questão regulatória da economia compartilhada. **Revista da AGU**, v. 19, n. 04, p. 127-140, out./dez., 2020.

⁴⁵ PARDO, José Esteves. **O desconcerto do Leviatã: política e direito perante as incertezas da ciência**. p. 18-19.

simplificação e análise. Ao se buscar uma maior cientificidade, o Direito passou a dar ênfase na análise do ordenamento jurídico positivo. Ainda mais, decompor este sistema em partes ainda menores, tais como o estudo das normas jurídicas e de suas características fundantes⁴⁶.

Contudo, nos últimos tempos, levando-se em conta uma crise paradigmática, a tendência está se configurando de modo contrário. Isto é, enquanto a ciência clássica acentuou a estabilidade e o equilíbrio, a sociedade contemporânea enfatiza a fluidez, instabilidade, incerteza, flutuações e tendências criativas em várias áreas do conhecimento⁴⁷, tais como a ingerência da tecnologia no Direito e na Economia.

Nesse aspecto, não seria uma simples mudança, mas uma metamorfose, que denota uma transformação, alteração mais radical, visto que contribui para o desaparecimento das antigas certezas da era moderna, bem como o surgimento de algo inteiramente novo⁴⁸.

O rigor analítico não considera, portanto, o processo e a dinâmica que são visualizados na era da cibernética e da economia compartilhada, assim como na virtualização das relações jurídicas e consumeristas. O pensamento analítico e simplista esquiva-se, neste intento, das ambivalências, das incertezas que integram estas diversas áreas do conhecimento.

Para Morin⁴⁹, o paradigma simplificador possui o condão de separar o que está ligado – disjunção –, ou, então, unificar o que é distinto, também chamado de redução. Assim, separa-se um determinado fenômeno, por exemplo, as alterações na relação consumerista a partir da economia compartilhada, em diversas áreas do conhecimento, sem, contudo, vislumbrar uma linha de conexão entre elas.

Esquece-se que uma visão não existe sem a outra. O religamento do conhecimento individualizado com o complexo é cunhado como princípio sistêmico ou organizacional, isto é, é necessário ir do todo para a parte e da parte para o todo.

A partir desta problemática, induz-se que a ação de simplificar a realidade para que seja possível a sua compreensão não é equivocada⁵⁰. Isso posto, a complexidade não conduz à eliminação da simplificação, visto que aquela surge, onde o pensamento simplificador falha. Ou seja, a complexidade não visa a substituir, descartar, extinguir o

⁴⁶ MACHADO SEGUNDO, Hugo de Brito. **O direito e sua ciência**: uma introdução à epistemologia jurídica. São Paulo: Malheiros, 2016, p. 78-79.

⁴⁷ PRIGOGINE, Ilya. **Ciência, razão e paixão**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Livraria da Física, 2009, p. 20.

⁴⁸ BECK, Ulrich. **A metamorfose do mundo**: novos conceitos para uma nova realidade. p. 15.

⁴⁹ MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Tradução de Eliane Lisboa. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 59.

⁵⁰ MACHADO SEGUNDO, Hugo de Brito. **O direito e sua ciência**: uma introdução à epistemologia jurídica. p. 75.

pensamento simplista; pelo contrário, ele congloba e inclui tudo aquilo que o pensamento simplificador não consegue suprir⁵¹. É, por exemplo, o objeto de estudo desse presente artigo, que procura analisar como a complexidade pode contribuir na inserção dos consumidores em uma economia compartilhada.

Em verdade, o Direito – objeto cultural – é fruto das alterações da natureza humana, tendo por objetivo a convivência pacífica entre os seres humanos⁵². Por sua vez, de acordo com Falcão: “a norma jurídica é uma cultura formal. [...] A norma é cultura sobre cultura, porque é cultura que trata de cultura”⁵³. Assim, o conteúdo do direito, assim como o sentido captado pela norma, é sempre dinâmico, na medida em que ocorrem as transformações sociais, levando-se em consideração as demandas que vão surgindo⁵⁴.

No mesmo sentido, compreende-se que cada sistema – direito, economia, tecnologia – possui certas propriedades e/ ou qualidades que são diagnosticadas somente quando há uma interação entre todas as partes, formando uma organização específica. De modo que, quando se retira um sistema dessa organização, tais qualidades e/ou propriedades não podem ser identificadas. Assim, a complexidade tem relação com a incerteza, porém não diz respeito apenas à incerteza. Isto é, ela coincide com a incerteza que está nas fronteiras desses sistemas organizados^{55, 56}.

A complexidade, entretanto, não possui um método pronto, visto que a realidade é dinâmica. Além disso, a complexidade não infere na tentativa de se obter o conhecimento total e abrangente da realidade. Assim, complexidade é diferente de completude.

Na mesma linha de raciocínio, é preciso discernir que a complexidade não pode ser caracterizada simplesmente como uma mistura de saberes. Em contraponto o pensamento complexo permite que se observe, para além de um saber especializado, o que há na fronteira entre os diversos sistemas e as emergências que surgem no cotidiano desses sistemas⁵⁷.

Dessa forma, atenta-se para um novo olhar do fenômeno jurídico que perceba as nuances das relações sociais e estejam vinculadas a uma norma, assim como na sua aplicação

⁵¹ BELCHIOR, Germana Parente Neiva. **Fundamentos Epistemológicos do Direito Ambiental**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017, p. 52.

⁵² BELCHIOR, Germana Parente Neiva. **Fundamentos Epistemológicos do Direito Ambiental**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017, p. 33.

⁵³ FALCÃO, Raimundo Bezerra. **Hermenêutica**. 2. ed. 1. tir. São Paulo: Malheiros, 2010, p. 17-18.

⁵⁴ BELCHIOR, Germana Parente Neiva. **Fundamentos Epistemológicos do Direito Ambiental**. p. 33.

⁵⁵ MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. p. 35

⁵⁶ DI FELICE, Massimo; TORRES, Juliana C.; YANAZE, Leandro K. H. **Redes digitais e sustentabilidade: as interações com o meio ambiente na era da informação**. p. 76.

⁵⁷ FOLLONI, André. **Introdução à teoria da complexidade**. Curitiba: Juruá, 2016, p. 83.

aos casos concretos. Além disso, perceber a ingerência de outros saberes, como tecnologia e economia, no sistema jurídico, que é um sistema aberto. Por último, todos esses preceitos devem ser aliados também com as conquistas decorrentes de um pensamento simplista e analítico para que se consiga a construção de modelos mais adequados à explicação, bem como o avanço do sistema jurídico e sua interação com a sociedade⁵⁸.

5. A ECONOMIA COMPARTILHADA E A INSERÇÃO DO CONSUMIDOR NAS PLATAFORMAS DIGITAIS

A introdução da tecnologia na sociedade de consumo certamente contribuiu para a evolução das relações consumeristas. Muitas pessoas preferem compartilhar a comprar. É essa nova forma de consumo que será tratada neste. Isto é, por que comprar tanto quando se pode compartilhar? Essa é a pergunta basilar deste instituto. Tudo aquilo que se está acostumado a ver, ou seja, toda aquela abundância de coisas postas à venda e todas aquelas técnicas de captação de clientela somadas à exposição de produtos em grandes centros comerciais podem, em breve, ter sua existência gravemente ameaçada.

A economia compartilhada pode ser conceituada como sendo uma nova forma de economia, baseada na troca ou nos empréstimos de produtos e de serviços, tendo como fundamentos os princípios da confiança, da boa fé e da transparência, objetivando ora uma prestação melhor de um determinado serviço, ora a economia de tempo, de dinheiro ou de espaço. Segundo Marques:

[...]Um sistema negocial de consumo, no qual pessoas alugam, usam, trocam, doam, emprestam e compartilham bens ou serviços, 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 suas regiões[...].⁵⁹

Dennis Verbicaro e Nicolas Malcher entendem que “a economia compartilhada surge como uma outra alternativa, uma vez que oferece opções sustentáveis e consumo por meio da colaboração entre consumidores”⁶⁰. Fabio Schwartz também conceitua o tema definindo como sendo um “novo modelo econômico, mais aberto, cooperativo, onde a

⁵⁸ MACHADO SEGUNDO, Hugo de Brito. **O direito e sua ciência**: uma introdução à epistemologia jurídica. p. 79.

⁵⁹ 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: RT, maio/jun., 2017, p. 249.

⁶⁰ VERBICARO, Denis; PEDROSA, Nicolas Malcher. O impacto da economia de compartilhamento na sociedade de consumo e seus defeitos regulatórios. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 113, Ano 26, p. 457-482. São Paulo: RT, set./out., 2017, p. 459.

confiança ganha posição central nas relações humanas”⁶¹.

Cumprir destacar que com o advento do compartilhamento, não só o modelo de consumo mudou, mas as relações sociais também. A propósito, Oliveira⁶² pontua que as empresas ofereciam seus produtos e seus serviços diretamente aos consumidores (o que se denominou de relações “B2C” – *business to consumer*) ou se relacionavam entre si (o modelo denominado de “B2B” – *business to business*). Em tais modelos, a vulnerabilidade do consumidor estava patente nas relações de consumo. Ocorre que atualmente as novas relações que se observam não são mais entre empresas ou entre empresas e consumidores, mas entre pessoas (“P2P” – *peer to peer* ou “C2C” – *consumer to consumer*).

Em verdade, as relações P2P (entre consumidores) não possuem apenas duas pessoas nas relações contratuais, mas sim três: o provedor, o usuário e a plataforma digital. Nesse sentido, Aloni esclarece:

A transação típica na economia P2P inclui três partes: o provedor, o usuário e o facilitador. Por exemplo, no mercado de hospitalidade, o provedor é o proprietário ou arrendatário, o usuário é o viajante que paga pela estadia na propriedade e o facilitador é o Airbnb⁶³.

Além da boa-fé e da transparência, o princípio da confiança tem aplicação indiscutível na realidade da economia compartilhada. Publicar aquilo que foi ruim (ou bom) às outras pessoas, impulsiona o mercado do compartilhamento, de forma que os responsáveis por essas plataformas possam identificar possíveis más prestações de serviços, ou más utilizações desses serviços, para excluir essas pessoas e aperfeiçoar cada vez mais o sistema (ou bonificar os que prestaram e se utilizaram daquele serviço da forma correta)⁶⁴.

Por esse motivo, o que se vê na prática é a máxima precaução das plataformas com os *feedbacks* de seus clientes. Nessa linha, a maioria das plataformas reage a comentários negativos, bonificando os clientes insatisfeitos na tentativa de reverter aquele mal-entendido. Ora, quando mais pessoas dizem que tal serviço é bom, mais pessoas são atraídas a utilizar aquele serviço. Por vezes, essas reações são inconscientes. Nesse sentido, Sharot explica que “nosso cérebro opera de acordo com as regras de que o que é desejado pelos outros deve ser

⁶¹ SCHWARTZ, Fabio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 111, Ano 26, p. 221-246. São Paulo: RT, maio/jun., 2017, p. 224.

⁶² OLIVEIRA, Amanda Flavio 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: RT, jan./fev., 2018, p. 482.

⁶³ The typical transaction in the P2P economy includes three parties: the provider, the user, and the facilitator. For example, in the hospitality Market the provider is the homeowner or renter, the user is the traveler whos pays to stay on the property, and the facilitator is Airbnb. (EREZ, Aloni. Pluralizing the sharing economy. **Washington Law Review**, v. 91, n. 1, mar. 2016, p. 1410).

⁶⁴ HOLANDA, Fábio Campelo Conrado de. O consumidor utilitarista e a questão regulatória da economia compartilhada. **Revista da AGU**, v. 19, n. 04, p. 127-140, out./dez., 2020.

valioso”⁶⁵.

Nessa linha, novamente Holanda (2020) esclarece que o sistema de avaliação na economia compartilhada é uma eficaz ferramenta de verificação do princípio da proteção da confiança neste segmento das relações jurídicas.

Já se sabe que na economia do compartilhamento as relações são, em sua maioria, entre consumidores (C2C ou P2P), mas, para que esse mercado tenha tomado a proporção dos dias de hoje, foi necessário a intermediação dessas relações por algo (ou alguém). Popularmente conhecidas como “aplicativos”, as plataformas digitais conseguem conectar aqueles que querem emprestar com aqueles que querem tomar emprestado, independente da sua posição geográfica, condição financeira, sexo, cor ou raça, bastando que haja acesso à internet. Isso universalizou o compartilhamento. Ao invés de pedir uma roupa emprestada apenas a um amigo, por exemplo, agora se pode pedir roupas emprestadas a qualquer pessoa do mundo.

De uma forma geral, as vantagens da utilização desse sistema estão explícitas. Para quem vai emprestar, há uma grande diminuição de gastos, uma vez que não se necessita de local físico para fazer a transação (e isso implica o não pagamento de aluguel de prédio e todas as outras despesas que decorrem dessa), nem de tantos funcionários, como seria se não houvesse as plataformas. Todo esse corte de gastos, somado a outras questões ainda não solucionadas pela legislação brasileira (como a questão da tributação), sem dúvida, acarreta uma diminuição do preço do empréstimo.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC)⁶⁶ prevê taxativamente o conceito de fornecedor e a possibilidade de responsabilizá-lo objetivamente. O que se leva à reflexão é a possibilidade de responsabilidade das plataformas digitais por eventual dano decorrente da má prestação do serviço (ou da má utilização do serviço). Para isso, deve-se analisar essa questão em dois momentos. Primeiro, discutir se essas plataformas são consideradas fornecedoras de serviços. Caso a resposta seja afirmativa, passar-se-ia a analisar se há, ou não, responsabilidade dessas plataformas (e se há, de que forma seria).

Pela literalidade do Código de Defesa do Consumidor não se poderia encaixar as plataformas digitais no conceito de fornecedores, isso porque a lei não fala em “intermediar serviços”, “estretar laços” ou “aproximar a oferta da demanda”. Por outro lado, sabe-se que o Código de Defesa do Consumidor traz o conceito de consumidor equiparado em seu texto,

⁶⁵ SHAROT, Tali. **A mente influente**. Rio de Janeiro: Rocco, 2017, p. 154.

⁶⁶ BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. In: **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 21 mar. 2019.

razão pela qual se indaga por que não se falar também em fornecedor equiparado⁶⁷.

Antes disso, convém explicitar que, em muitos casos, os administradores dessas plataformas sequer são proprietários dos bens que os consumidores estão se utilizando, apenas fazendo a intermediação entre a necessidade e a utilidade (o que nos leva a imaginar uma responsabilidade subsidiária, posto não haver vínculo direto entre a plataforma e o consumidor). No entanto, algumas dessas plataformas têm seus sistemas tão desenvolvidos que é possível, até mesmo, fazer o pagamento da prestação do serviço diretamente à plataforma, o que gera um certo vínculo entre o consumidor e o administrador da plataforma, levando-se a crer ser possível uma responsabilidade solidária entre este e o real prestador do serviço.

Schwartz⁶⁸ propõe uma nova nomenclatura para esse novo tipo de fornecedor: o fornecedor fiduciário. Justifica a utilização dessa nomenclatura remetendo à origem do termo “fidúcia”, que, segundo ele, vem do latim, significando “confiar”. Suas reflexões vão no sentido de responsabilizar, de forma solidária, as plataformas digitais por eventual má prestação de serviço, transformando esse intermediador de relações em um verdadeiro garante de obrigações (sob o argumento de que em determinados casos, caso a plataforma não intermediasse a relação, o negócio não se realizaria).

Entende-se que a despeito das ilações doutrinárias sobre o tema, é importante que seja editada uma norma de âmbito nacional visando a colmatar essa lacuna e trazer maior segurança jurídica aos consumidores respectivos, bem como as questões de competência jurisdicional, as questões trabalhistas, as questões tributárias e, ainda, sobre a constitucionalidade do serviço que elas prestam.

O Poder Judiciário, ao ter compreensão do uso da complexidade nas relações jurídicas, conforme o tópico anterior, pode contribuir para um melhor tratamento e encaminhamento da temática. Por exemplo, recentemente, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) julgou o Recurso Especial de n. 1.740.942 – RS, que considerou a responsabilidade objetiva e solidária da plataforma digital com a aplicação do artigo 14 do CDC, conforme disposto a seguir:

[...]uma vez visualizada a interação do consumidor com o anunciante por intermédio dos recursos tecnológicos fornecidos pela plataforma de anúncios, esta também passa a fazer parte da cadeia de fornecimento do serviço, pelo que se tem total harmonia do julgado a quo frente às decisões desta Corte Superior[...].⁶⁹

⁶⁷ BESSA, Leonardo Roscoe. **Aplicação do Código de Defesa do Consumidor**: análise crítica da relação de consumo. Brasília: Brasília Jurídica, 2007, p. 84.

⁶⁸ SCHWARTZ, Fábio. **A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário**. p. 243.

⁶⁹ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Decisão que negou provimento ao recurso**. Recurso Especial n. 1740.942 – RS (2018/0110770-0). Recorrente: Imovelweb Comunicação Ltda. Recorrido: Guillaume Pierre

A propósito, o Projeto de Lei n. 7.579/2017, de autoria do Deputado Lucas Vergílio, dispõe sobre “a regulação da atividade econômica realizada por meio de plataformas digitais que intermedeiem prestações de serviços entre usuários previamente cadastrados”, ou seja, sobre as plataformas digitais. Nos seus quatorze artigos, esse projeto trata de questões que, até então, não possuem regulamentação.

No Brasil, há mobilização para a regulamentação em alguns setores, por exemplo, o Conselho Nacional de Justiça editou a Resolução n. 332, de 2020, para regulamentar a utilização no sistema judiciário⁷⁰, no entanto, ainda carecemos de regulamentação específica para todos os setores da sociedade.

Em setembro de 2021, foi publicada a Medida Provisória 1.068/2021, que alterava diversos dos dispositivos do Marco Civil da Internet. A referida MP tratava da moderação de conteúdo ao estabelecer expressamente as hipóteses em que a exclusão, a suspensão ou o bloqueio da divulgação de conteúdo poderia ser realizado com justa causa e motivação, porém, foi devolvida pela presidência do Senado Federal, tendo, posteriormente, seu texto virado projeto de lei que foi apensado ao PL 2.630/2020.

Um dos temas tratados no projeto de normatização é a possibilidade de compartilhamento de *feedback* por plataformas distintas (desde que autorizado pelo avaliado). Ao tempo em que se possibilitaria uma melhora dos serviços prestados (posto que mais comentários seriam expostos aos clientes, que acabariam por escolher aqueles que fossem mais bem avaliados), haveria também uma maior exposição do perfil do consumidor avaliador. O projeto de lei prevê que “a plataforma intermediadora responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores em virtude da má-prestação do serviço”, ou seja, prevê a responsabilidade objetiva das plataformas digitais pela má prestação do serviço.

Enquanto não se verifica a ocorrência de atualização legislativa, o diálogo de fontes mostra-se como a solução mais adequada para a regulação das contratações no âmbito da economia compartilhada, de modo a aplicar as disposições do Código de Defesa do Consumidor, em conjunto com o Código Civil e o Marco Civil da Internet, de modo que o desenlace das questões ainda tormentosas pode se dar pela aplicação dos artigos 18 e 20, do diploma protetivo⁷¹.

Leturcq. Relator: Ministro Marco Buzzi. Brasília, 26 de abril de 2019. Disponível em: https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=MON&sequencial=94731392&num_registro=201801107700&data=20190430. Acesso em: 10 jun. 2019.

⁷⁰ CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. Resolução n° 332 de agosto de 2020. Brasil. 2020. Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3429>. Acesso em: 28 jun. 2021.

⁷¹ PASQUALOTTO, Adalberto de Souza; SCALETSCY, Carolina Litvin. Da responsabilidade civil da plataforma digital na economia compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 142, jul./ago., 2022, p. 77-99.

Ainda sobre a necessidade de promover um refinado diálogo de fontes normativas, outro agravante ligado à confiança dos consumidores é o tratamento de dados (art. 5º, X, LGPD), visto que esse ocorre sem o devido consentimento informado e inequívoco, malferindo os princípios da finalidade (art. 6º, I, Lei 13.709/2018) e transparência (art. 6º, VI, Lei 13.709/2018) da LGPD⁷².

Portanto, percebe-se a necessidade da compreensão da complexidade para que se consiga soluções para o tema. Além disso, a partir do pensamento complexo, a uniformização deste instituto por meio de uma regulamentação por lei federal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O compartilhamento é uma nova forma de consumo pelo que os cidadãos brasileiros do século XXI estão passando, porém ainda existem muitos desafios a serem desvendados. Um deles diz respeito à responsabilidade das plataformas digitais, que, apesar de não haver regulamentação legal em nível nacional no Brasil, parece caminhar para uma solução, qual seja, a análise da responsabilidade da plataforma digital deve se dar de acordo com a sua quantidade de intervenção na relação de consumo.

O compartilhamento de bens e serviços é uma tendência que ainda vai ganhar muito espaço no consumo brasileiro. Isso impulsiona essa nova forma de economia, além de todas as vantagens já citadas, como baixo custo, facilidade de manuseio, celeridade das relações, etc. Nesse tocante, conclui-se pelo destaque ao princípio da confiança na economia compartilhada, que se manifesta por meio de *feedbacks* de pessoas que já se utilizaram daquele serviço às que ainda vão se utilizar.

Ao tempo em que não existe ainda uma regulamentação específica que englobe toda a sociedade no tocante à economia compartilhada, observam-se movimentos que contribuem para o diálogo de fontes normativas. Assim, enquanto o Congresso Nacional brasileiro não sanciona o projeto de lei respectivo (que especifica o consumo compartilhado como um todo), é razoável a utilização do diálogo de fontes para que se consiga regular as contratações no domínio da economia compartilhada, aplicando conjuntamente os dispositivos elencados no Código de Defesa do Consumidor, Código Civil e o Marco Civil da Internet, respeitando a Lei Geral de Proteção de Dados. Além disso, é possível a utilização de métodos extrajudiciais de disputas, especificamente, a conciliação e a arbitragem, para solucionar essas novas lides que estão sendo traçadas.

Por fim, verifica-se que o pensamento complexo pode contribuir para uma nova

⁷² VERBICARO, Dennis; MARANHÃO, Ney; CALANDRINI, Jorge. O impacto do capitalismo de plataforma no agravamento da vulnerabilidade algorítmica do consumidor e do trabalhador. **Revista de Direito do Trabalho**, v. 223, maio/jun., 2022, p. 277-305.

forma de compreensão da ciência e do direito. Este saber, por ser um objeto cultural, é dinâmico e é moldado a partir das relações sociais. Assim, é um sistema aberto, que permite a interação entre dispositivos normativos e com outros saberes, como economia e a tecnologia. E a partir disso, tem-se situações que demandam uma compreensão e um olhar para as diversas áreas e, não somente, ao que está previsto na norma. Nesse viés, considera-se a decisão do Recurso Especial de n. 1.740.942 – RS, a qual abordou a questão da responsabilidade objetiva e solidária por parte da plataforma digital.

REFERÊNCIAS DAS FONTES CITADAS

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

AMORIM, Eliã Siméia Martins dos Santos Amorim et al. O princípio do prazer: o hiperconsumo como escape em tempos de modernidade líquida. **Signos do Consumo**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 70-78, jul./dez. 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-5057.v10i2p70-78>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/144828/141621>. Acesso em: 21 mar. 2019.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

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

BECK, Ulrich. **A metamorfose do mundo: novos conceitos para uma nova realidade**, Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

BELCHIOR, Germana Parente Neiva. **Fundamentos Epistemológicos do Direito Ambiental**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.

BESSA, Leonardo Roscoe. **Aplicação do Código de Defesa do Consumidor: análise crítica da relação de consumo**. Brasília: Brasília Jurídica, 2007.

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. In: **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 21 mar. 2019.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Decisão monocrática que negou provimento ao recurso**. Recurso Especial n. 1740.942 – RS (2018/0110770-0). Recorrente: Imovelweb Comunicação Ltda. Recorrido: Guillaume Pierre Leturcq. Relator: Ministro Marco Buzzi. Brasília, 26 de abril de 2019. Disponível em: https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=MON&sequencial=94731392&num_registro=201801107700&data=20190430. Acesso em: 10 jun. 2019.

CANTO, Rodrigo Eidelvein do. **A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. In: a era da informação: economia, sociedade e cultura. Tradução de Alexandra Lemos, Catarina Lorga e Tânia Soares. 4. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, v. 1, 2011.

CELESTINO, Fernanda Karlla Rodrigues. Economia e Direito e o Futuro do Direito: Economia Compartilhada e Sua Regulação. **Revista Controle: Doutrinas e artigos**, v. 15, n. 1, p. 274-315, 2017.

DI FELICE, Massimo; TORRES, Juliana C.; YANAZE, Leandro K. H. **Redes digitais e sustentabilidade: as interações com o meio ambiente na era da informação**. São Paulo: Annablume, 2012.

DINNEBIER, Flávia França. **Sociedade de hiperconsumo: redução de embalagens no foco do direito ambiental brasileiro**. São Paulo: Inst. O Direito por um Planeta Verde, 2015.

EREZ, Aloni. Pluralizing the sharing economy. **Washington Law Review**, v. 91, n. 1, p.1410, mar. 2016.

FÁGUNDEZ, Paulo Roney. **O direito e a hipercomplexidade**. São Paulo: LTr, 2003.

FALCÃO, Raimundo Bezerra. **Hermenêutica**. 2. ed. 1. tir. São Paulo: Malheiros, 2010.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. Tradução de Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FOLLONI, André. **Introdução à teoria da complexidade**. Curitiba: Juruá, 2016.

FORTE, Miguel Angel. **Modernidad: tiempo, forma y sentido**. Buenos Aires: Eudeba, 2016.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. Tradução de Raul Fiker. São Paulo: Unesp, 1991.

HOLANDA, Fábio Campelo Conrado de. O consumidor utilitarista e a questão regulatória da economia compartilhada. **Revista da AGU**, v. 19, n. 04, p. 127-140, out./dez., 2020.

HORKHEIMER, Max. **Eclipse da razão**. Tradução de Sebastião Uchoa Leite. São Paulo: Centauro, 2002.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal: Ensaio Sobre a Sociedade do Hiperconsumo**. Lisboa: 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. Tradução de Mário Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004.

MACHADO SEGUNDO, Hugo de Brito. **O direito e sua ciência: uma introdução à epistemologia jurídica**. São Paulo: Malheiros, 2016.

MARQUES, Claudia Lima. A nova Noção de Fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. v. 111. Ano 26. p. 247-268. São Paulo: RT, maio-jun., 2017.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Tradução de Eliane Lisboa. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

OLIVEIRA, Amanda Flavio 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: RT, jan./fev., 2018.

PARDO, José Esteves. **O desconcerto do Leviatã**: política e direito perante as incertezas da ciência. São Paulo: Inst. O direito por um Planeta Verde, 2015.

PASQUALOTTO, Adalberto de Souza; SCALETSCY, Carolina Litvin. Da responsabilidade civil da plataforma digital na economia compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 142, jul./ago., 2022, p. 77-99.

PRIGOGINE, Ilya. **Ciência, razão e paixão**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Livraria da Física, 2009.

ROBL FILHO, Ilton Norberto. **Direito, intimidade e vida privada**: paradoxos jurídicos e sociais na sociedade pós-moralista e hipermoderna. Curitiba: Juruá, 2010.

SARMENTO, Daniel. **Direitos Fundamentais e Relações Privadas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

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

SENNETT, Richard. **O Declínio do Homem Público**: as tiranias da intimidade. Tradução de Lygia Araujo Watanabe. Rio de Janeiro: Record, 2014.

SHAROT, Tali. **A mente influente**. Rio de Janeiro: Rocco, 2017.

VERBICARO, Denis; PEDROSA, Nicolas Malcher. O impacto da economia de compartilhamento na sociedade de consumo e seus defeitos regulatórios. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 113, ano 26, p. 457-482. São Paulo: RT, set./out., 2017.

VERBICARO, Dennis; MARANHÃO, Ney; CALANDRINI, Jorge. O impacto do capitalismo de plataforma no agravamento da vulnerabilidade algorítmica do consumidor e do trabalhador. **Revista de Direito do Trabalho**, v. 223, maio/jun., 2022, p. 277-305.

INFORMAÇÕES DOS AUTORES

Germana Parente Neiva Belchior

Doutora em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Possui mestrado em Direito pela Universidade Federal do Ceará (UFC). É Auditora Fiscal Jurídica da Receita Estadual do Ceará. Coordena o Grupo de Pesquisa Ecomplex: Direito, Complexidade e Meio Ambiente. Está cursando pós-doutorado no Centro Universitário de Brasília (Uniceub). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1870-8958> | *E-mail:* germana_belchior@yahoo.com.br.

Fabio Campelo Conrado de Holanda

Doutor em Ciência Política pela UFRGS, mestre em Direito pela UFC, especialista em Direito Civil pela PUC/MG, e graduado em Direito pela UFC. Professor do Mestrado da Uni7 e Procurador Federal. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5125-5933> | *E-mail:* fabiodeholanda@yahoo.com.br.

Carla Mariana Aires Oliveira

Advogada. Doutoranda em Direito pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Possui mestrado em Direito pela UFC. Membro da Comissão de Direito Ambiental da OAB/CE. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3491-8875> | *E-mail:* cmariaires@hotmail.com.

COMO CITAR

BELCHIOR, Germana Parente Neiva; HOLANDA, Fabio Campelo Conrado de; OLIVEIRA, Carla Mariana Aires. Compartilhar é o novo possuir: *shared economy* e a tutela do consumidor. **Novos Estudos Jurídicos**, Itajaí (SC), v. 29, n. 2, p. 514-539, 2024. DOI: 10.14210/nej.v29n2.p.514-539.

Recebido em: 12 de mai. de 2021

Aprovado em: 03 de mai. de 2024