



**FACULDADE DE DIREITO DA FUNDAÇÃO ESCOLA SUPERIOR DO
MINISTÉRIO PÚBLICO - FMP
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU EM DIREITO
– MESTRADO**

LUÍZA SEVERNINI SIMA

**A RESPONSABILIDADE CIVIL DA PLATAFORMA DIGITAL NA
ECONOMIA COLABORATIVA: UMA ANÁLISE ACERCA DO
MODELO AIRBNB**

Porto Alegre
2022

LUÍZA SEVERNINI SIMA

A RESPONSABILIDADE CIVIL DA PLATAFORMA DIGITAL NA ECONOMIA COLABORATIVA: UMA ANÁLISE ACERCA DO MODELO AIRBNB

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito da Faculdade de Direito da Fundação Escola Superior do Ministério Público, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Direito. Área de concentração: Tutelas à Efetivação de Direitos Indisponíveis. Linha de pesquisa: Tutelas à Efetivação de Direitos Transindividuais.

Orientadora: Profa. Dra. Cristina Stringari Pasqual.

Porto Alegre
2022

FICHA CATALOGRÁFICA

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Paulo Pinto de Carvalho e setor de Tecnologia da Informação, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Severnini Sima, Luiza

A responsabilidade civil da plataforma digital na economia colaborativa: uma análise acerca do modelo airbnb / Luiza Severnini Sima. -- Porto Alegre 2022.

127 f.

Orientadora: Cristina Stringari Pasqual.

Dissertação (Mestrado) -- Faculdade de Direito da Fundação Escola Superior do Ministério Público, Mestrado em Tutelas à Efetivação de Direitos Indisponíveis, Porto Alegre, BR-RS, 2022.

1. Economia Colaborativa; Consumidor; Airbnb; Plataforma Digital; Responsabilidade Civil. I. Stringari Pasqual, Cristina, orient. II. Título.

LUÍZA SEVERNINI SIMA

A RESPONSABILIDADE CIVIL DA PLATAFORMA DIGITAL NA ECONOMIA COLABORATIVA: UMA ANÁLISE ACERCA DO MODELO AIRBNB

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito da Faculdade de Direito da Fundação Escola Superior do Ministério Público, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Direito. Área de concentração: Tutelas à Efetivação de Direitos Indisponíveis. Linha de pesquisa: Tutelas à Efetivação de Direitos Transindividuais.

Dissertação _____ pelos membros da banca examinadora, obtendo nota _____.

Examinado em 24 de novembro de 2022.

Banca Examinadora

Dra. Cristina Stringari Pasqual
Doutora em Direito
Presidenta e Orientadora

José Tadeu Neves Xavier
Doutor em Direito
Examinador

Adalberto Pasqualotto
Doutor em Direito
Examinador

Fernando Costa de Azevedo
Doutor em Direito
Examinador

Sempre que o tempo de Deus contrariou o meu, no final, Ele estava certo. Claro, eu faço minha parte. Mas não há mérito. Há graça.

Por quê? Porque, mesmo com todo o mérito do mundo, no final, as coisas dão certo ou errado por uma questão de sorte. Por uma questão de graça. Por uma questão de Deus.

Samer Agi

AGRADECIMENTOS

Essa dissertação de mestrado é fruto não apenas de um esforço pessoal, mas também do apoio de diversas pessoas que me deram incentivo intelectual e emocional em uma das fases mais desafiantes da minha vida. Por essa razão, registro aqui os meus mais sinceros agradecimentos.

Primeiramente a Deus, pelo dom da vida e por ter me oportunizado chegar até aqui. Agradeço a Ele, por me dar muito mais do que preciso e por me abençoar muito mais do que mereço, sem Tua presença e amparo em minha vida nada faria sentido.

Aos meus pais, Luiz Alberto Sima e Clara Severnini Sima, pelo amor, incentivo, e apoio incondicional. Não há palavras para descrever tudo o que vocês significam para mim, pois me abençoaram com a vida, deram-me todo o seu amor e carinho, zelaram por mim em cada um dos meus passos, e sempre me ressaltaram a importância do estudo, portanto, esse trabalho é para vocês.

Ao meu namorado, Diego Ribeiro Pessin, que antes de tudo é o meu melhor amigo, sempre se fazendo presente e paciente durante esta jornada, acreditando em mim e me incentivando. Quero que saiba que seu apoio foi essencial, agradeço todos os dias por te ter ao meu lado, obrigada por tudo.

Ao Dr. Darci Guimarães Ribeiro e Dr. Paulo Junior Trindade dos Santos, ressalto aqui meu apreço e admiração, pois além do aprendizado intelectual, me ensinaram o exemplo de profissional e ser humano que pretendo ser, sendo sempre muito presentes e solícitos.

A minha orientadora Dra. Cristina Stringari Pasqual pelo suporte, orientações, e auxílio no decorrer da escrita.

A Faculdade Escola Superior do Ministério Público – RS, seu corpo docente, direção e administração que me proporcionou a chance de expandir meus horizontes.

A todos que direta e indiretamente me deram força ao longo dessa caminhada, se sensibilizando e me permitindo não fraquejar diante das dificuldades, deixo a seguinte frase de Isaac Newton: "Se pude enxergar mais longe, foi porque me apoiei em ombros de gigantes".

RESUMO

Este trabalho analisa a economia colaborativa como um modelo de negócios que é consequência de um aumento da disponibilidade e criação de produtos e serviços no mercado de consumo. A expansão da internet fez com que surgisse uma nova maneira de realização de negócios, tudo em um novo espaço, ocasionando mais facilidade na relação de consumo: o ambiente virtual. Inicialmente, esse ambiente era restrito às lojas físicas ou no máximo telas de computadores, porém, com a evolução, hoje pode se fazer uma compra de qualquer celular ou tablet, aonde quer que o consumidor esteja. Essas mudanças, ao mesmo tempo que positivas, geraram um impacto, com relação as repercussões no direito do consumidor, aonde foram necessárias maiores adaptações para que houvessem garantias que essa forma de realização de compras conseguisse continuar regulamentando e assegurando a proteção e os direitos fundamentais do consumidor. Identificadas às problemáticas existentes nas relações de consumo na plataforma digital na efetuação de uma locação pelo modelo do Airbnb, serão tecidas reflexões e análises de como o ordenamento jurídico e as jurisprudências pátrias lidam com as mesmas, sem prejuízo das responsabilidades dos fornecedores perante os consumidores, destacando os seguintes elementos da relação jurídica de consumo: consumidor; fornecedor; serviços e produtos, bem como, os princípios fundamentais do estatuto consumerista. Outrossim, este trabalho visa estudar a busca pelo equilíbrio nas relações de consumeristas nesse tipo de relação contratual, a fim de ressaltar a responsabilização civil decorrente da plataforma digital em comento, com o objetivo de interferir que o elo mais frágil dessa relação que é o consumidor, seja lesado por conta desta diferença, tendo como objetivo trazer algumas reflexões e análises acerca da responsabilidade civil do Airbnb, incluindo o pilar principal que faz o consumidor consumir por esse tipo de plataforma, que é o atributo da confiança referente a esse tipo de relação de consumo na economia colaborativa por meio das plataformas digitais. Desta forma, discute a importância da regulamentação para que se uniformize a jurisprudência pátria existente, haja vista que no momento em que houver uma lei específica que trate desse tema, haja vista que a economia colaborativa é um modelo comercial que surgiu para ficar, que o consumidor esteja mais revestido de proteção, não precisando depender apenas do Código de Defesa do Consumidor, e sim de uma regulamentação específica em comento para defendê-lo também. Contata-se, desta forma, que é necessária uma regulamentação acerca do tema, conforme doutrinas e jurisprudências trazidas no presente trabalho, devendo haver uma proteção específica para com esse consumidor. A metodologia utilizada privilegia o método hipotético-dedutivo, por meio do qual, partindo de um problema de pesquisa, busca uma modalidade de raciocínio lógico que faz uso da dedução para obter uma conclusão a respeito de determinadas premissas. Por sua vez, a técnica de pesquisa será a bibliográfica, mediante revisão da bibliografia atinente ao tema de pesquisa. O presente trabalho vincula-se à Linha de Pesquisa Tutelas à Efetivação de Direitos Indisponíveis, dentro da área de concentração Tutelas à Efetivação de Direitos Transindividuais da Fundação Escola Superior do Ministério Público – FMP.

Palavras-chave: economia colaborativa; consumidor; Airbnb; plataforma digital; responsabilidade civil.

ABSTRACT

This work analyzes the collaborative economy as a business model that is a consequence of an increase in the availability and creation of products and services in the consumer market. The expansion of the internet has given rise to a new way of carrying out commercial purchases, all in a new space, making the consumer relationship easier: the virtual environment. Initially, this environment was restricted to physical stores or at most computer screens, however, with evolution, today it is possible to make a purchase from any cell phone or tablet, wherever the consumer is. These changes, while positive, generated an impact, with respect to the repercussions on consumer law, where greater adaptations were necessary so that there were guarantees that this way of making purchases could continue to regulate and ensure the protection and fundamental rights of the consumer. Identified the existing problems in consumer relations on the digital platform in the realization of a lease through the Airbnb model, reflections and analyzes will be made on how the legal system and national jurisprudence deal with them, without prejudice to the responsibilities of suppliers to consumers, highlighting the following elements of the legal relationship of consumption: consumer; provider; services and products, as well as the fundamental principles of the consumer statute. Furthermore, this work aims to study the search for balance in consumer relations in this type of contractual relationship, in order to highlight the civil liability arising from the digital platform in question, with the objective of interfering that the weakest link in this relationship, which is the consumer, is harmed because of this difference, aiming to bring some reflections and analysis about Airbnb's civil liability, including the main pillar that makes the consumer consume through this type of platform, which is the attribute of trust referring to this type of relationship consumption in the collaborative economy through digital platforms. In this way, it discusses the importance of regulation in order to standardize the existing national jurisprudence, given that when there is a specific law that deals with this topic, given that the collaborative economy is a business model that was created to stay, that the consumer is more covered with protection, not depending only on the Consumer Defense Code, but on a specific regulation in question to defend it as well. In this way, it is necessary to regulate on the subject, according to doctrines and jurisprudence brought in this work, and there must be specific protection for this consumer. The methodology used privileges the hypothetical-deductive method, through which, starting from a research problem, it seeks a modality of logical reasoning that makes use of deduction to obtain a conclusion regarding certain premises. In turn, the research technique will be bibliographic, through a review of the bibliography related to the research topic. The present work is linked to the Research Line Guardianship for the Enforcement of Unavailable Rights, within the area of concentration Guardianship for the Enforcement of Transindividual Rights of the Escola Superior do Ministério Público Foundation – FMP.

Keywords: collaborative economy; consumer; Airbnb; Digital platform; civil responsibility.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Índices do site Reclame Aqui referente à plataforma Airbnb.....	61
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 ECONOMIA COLABORATIVA COMO ECONOMIA DE PLATAFORMA	12
2.1 CARACTERÍSTICAS DA ECONOMIA COLABORATIVA	13
2.2 A ECONOMIA COLABORATIVA: RELAÇÃO TRIANGULAR E OS SUJEITOS QUE A COMPÕEM	28
2.3 O PRINCÍPIO DA CONFIANÇA NO CONSUMO COMPARTILHADO	37
3 CONTRATOS REALIZADOS NA PLATAFORMA AIRBNB COMO NEGÓCIOS DE CONSUMO.....	47
3.1 O NOVO MODELO DE HOSPEDAGEM E A CONTRATAÇÃO PELO AIRBNB.....	47
3.2 O CONTRATO CELEBRADO NA PLATAFORMA AIRBNB: RELAÇÕES JURÍDICAS EXISTENTES NO MODELO	57
3.3 A PLATAFORMA AIRBNB COMO FORNECEDORA DE SERVIÇO	69
4 A NECESSIDADE DE TUTELA ACERCA DA RESPONSABILIDADE CIVIL DA PLATAFORMA AIRBNB	84
4.1 A NECESSIDADE DA REGULAMENTAÇÃO ACERCA DA PLATAFORMA AIRBNB	85
4.2 A RESPONSABILIDADE DA PLATAFORMA AIRBNB PELA EXPECTATIVA DE CONFIANÇA GERADA AO CONSUMIDOR.....	92
4.3 A PLATAFORMA AIRBNB COMO MEMBRO DA CADEIA DE FORNECEDORES	101
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	111
REFERÊNCIAS.....	114

1 INTRODUÇÃO

Com o surgimento da internet, alterou-se o modo de consumir. O domínio de estabelecimentos físicos e contato imediato entre fornecedor e consumidor concedeu espaço a um distanciamento virtual, primando pelo caráter impessoal do vínculo constante das tratativas consumeristas.

No entanto, se no começo do século existia uma resistência a esta forma de execução de operações, sobretudo pela inexistência de segurança jurídica, atualmente não existem dúvidas no que tange à eficiência e solidez da internet na elaboração de vínculos jurídicos.

Em uma primeira ocasião, as operações bem sucedidas na seara eletrônica foram as que, do ponto de vista clássico, eram executadas na seara física, sobretudo alienação e aquisição de bens. Através da majoração dos estágios de confiança, outros modos de pactuação obtiveram realce, mormente pelo fato de, em virtude de seus atributos, poderem ser executadas apenas de modo online.

Aqui reside a importância do presente estudo, eis que a economia do compartilhamento se demonstra como um tema importantíssimo e hodierno na esfera jurídica, pois no decorrer dos últimos tempos, os pactos relacionados ao compartilhamento vem se tornando populares e se ampliado bastante. Como uma consequência de uma conjuntura em que a obtenção de bens de maneira perene passou a ser encarada como não viável da maneira em que era executada, a economia compartilhada é encarada como uma forma sustentável de modelo de negócios.

Este padrão disruptivo de operações econômicas no mercado de consumo acarreta uma série de desafios aos cientistas jurídicos em várias searas, tais como: direito público, no que tange à disciplina dos serviços prestados; direito do trabalho, no que cerne à identificação de existência ou não de um vínculo empregatício entre a plataforma e o agente; e direito tributário, quanto à atividade para finalidades de arrecadação.

Todavia, na esfera do direito consumerista surgem desafios que merecerão o enfoque do presente estudo. A sistemática particular explicitada pela economia do compartilhamento se diferencia da comumente identificada no mercado de consumo tradicional. Em virtude disso, é necessário que se conheçam as suas peculiaridades, de forma a decidir qual seria a melhor forma de lidar com o problema, principalmente acerca da responsabilidade civil da

plataforma, em especial, o Airbnb.

Deste modo se faz a análise jurisprudencial que tem sido mais adotada perante a legislação pátria, de modo que se explique quais seriam as características desse modo de consumo.

Neste sentido, no lugar de um fornecedor que em busca de uma remuneração concedida pelo consumidor procede à prestação, de maneira direta, ou através de sua cadeia de fornecimento com outros fornecedores, de um serviço ou aliena um certo bem, constituindo um vínculo entre o consumidor, isto é, o destinatário final. Assim sendo, o consumidor aparente é a pessoa física que procede ao compartilhamento do bem, ao passo que a plataforma é a responsável por organizar o padrão de negócios, sendo a peça imprescindível para a consolidação da negociação em tese, tendo em vista ser regido pelo atributo da confiança, tencionando então diversas discussões acerca do tema em questão quanto à responsabilidade civil da plataforma.

Deste modo, o presente estudo tenciona entender a economia compartilhada através da identificação de seus atributos e princípios, bem como a sua colaboração para o progresso econômico por intermédio dos fatores que a possibilitaram, também analisando as jurisprudências e doutrinas que entendem a responsabilização da plataforma digital do Airbnb no âmbito da economia colaborativa.

Ademais, é necessária a demonstração das benesses e bem-estar social atrelados a este fenômeno, tal como um maior vínculo entre as pessoas, fazendo com que interesses individuais passem a ser interesses cooperativos e coletivos, bem como a capacidade deste fenômeno em encontrar soluções qualitativas da forma pela qual esses novos costumes podem progredir para uma sociedade mais equilibrada, colaborativa e que se vale da tecnologia para a consolidação de um mundo mais sustentável.

Deste modo, a economia colaborativa teve uma importância significativa na vida das pessoas, porém, é necessário que esses usuários da plataforma em comento tenham seus direitos resguardados. Daí surge a problemática referente a locação pela plataforma digital do Airbnb, aonde a responsabilização civil ainda não é regulamentada por lei específica.

Neste sentido então, o presente trabalho vincula-se à Linha de Pesquisa Tutelas à Efetivação de Direitos Indisponíveis, dentro da área de concentração Tutelas à Efetivação de Direitos Transindividuais da Fundação Escola Superior do Ministério Público – FMP, aonde

se trará jurisprudências e aspectos dotutrinários referentes ao tema em específico, de modo que se justifica necessária uma regulamentação por lei específica, para que o consumidor e usuário da plataforma possa se sentir resguardado não somente pelo Código de Defesa do Consumidor e pelas jurisprudências pátrias, mas por uma lei que vise estabelecer os ditames do vínculo negocial da economia colaborativa, decorrente de toda a expectativa de confiança evocada perante o consumidor.

2 ECONOMIA COLABORATIVA COMO ECONOMIA DE PLATAFORMA

A preocupação da sociedade contemporânea acerca da responsabilidade ambiental e social com relação aos contextos evolutivos da humanidade tem cada vez gerado mais questionamentos e preocupações na atualidade, e pode-se dizer que uma delas é o consumo desenfreado.

Pode-se perceber que a maioria das relações consumeristas acaba se desenvolvendo de maneira desigual e em desequilíbrio, advindas de um sistema econômico contemporâneo que promove a má distribuição de renda, oferta desenfreada e também a descartabilidade. Nesta toada, percebe-se que o consumo sempre fez parte do costume e hábitos dos seres humanos, porém, estudos já relatam que esse alto nível de consumo nos dias atuais poderá se tornar insustentável, tendo em vista a pouca quantidade de recursos naturais ainda disponíveis.¹

Nesse contexto, surgiu o conceito de consumo colaborativo como um novo nicho de negócios, aproveitando as mudanças tecnológicas, especialmente a internet. Segundo Rachel Botsman e Roo Rogers, ao contrário do modo de consumir tradicional, o modo de consumo na economia compartilhada é pautado em pessoas que trabalham de maneira colaborativa, compartilhando ideias e práticas e gerando interações, promoções e venda de produtos de maneira cooperativa.²

A partir de então, diferentes modelos de negócio baseados na ideia de compartilhamento, troca ou empréstimo emergiram. O aumento crescente desse modelo negocial é beneficiado por uma necessidade crescente de produção e consumo sustentáveis nos negócios e na sociedade, onde a economia compartilhada parece ser uma solução para esse novo meio de produção, combinando esse modelo negocial com crescimento econômico, mas também com sustentabilidade ambiental e social, pautadas em um desenvolvimento sustentável.³

Embora a economia compartilhada seja um fenômeno recente, sua expansão tem atingindo cada vez mais pessoas, onde muitas empresas adotaram esse modelo de negócio, o

¹ C.J. Bradshaw, B.W. **Brook Human population reduction is not a quick fix for environmental problems** *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111 (46) (2014), pp. 16610-16615.

² BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo.** Porto Alegre: Bookman, 2011.

³ Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). **Ride on! Mobility business models for the sharing economy.** *Organization & Environment*, 27(3), p. 279–296.

qual demonstrou ser bem sucedido e sustentável, logrando êxito. Isso deixa nítido que o potencial de desenvolvimento da economia compartilhada é cada vez mais o de se sedimentar na sociedade atual.

Este sistema inovador é implementado numa época de hiperconsumo, em que o valor de ter algo vale mais do que o ser, aumentando o negócio e trazendo uma mudança de paradigma, o da consagração da posse, uso, serviço, partilha de experiências, destacando o coletivo, estabelecendo relações colaborativas, não mais verticais, mas horizontais e participativas, visando à igualdade e a sustentabilidade.⁴

Pode-se dizer então que a economia compartilhada surgiu como uma resposta emergencial referente a esse modelo de hiperconsumismo, no objetivo que parece ser um próximo estágio para reestruturar como a economia opera.⁵

2.1 CARACTERÍSTICAS DA ECONOMIA COLABORATIVA

É sabido que a economia compartilhada é um fenômeno recente, tendo sua gênese na década de 90. Contudo, deve-se ressaltar que, ao analisar a evolução histórica da humanidade, percebe-se que o compartilhamento de coisas e a cooperação entre pessoas são práticas que anteriores a tal período.

Neste sentido, Rafael Mansur⁶ admite a existência de uma administração do bem comum em sociedades já nos tempos da época feudal, aonde a cobrança de montantes abusivos e a imposição de concessão de parcela da produção pelos senhores feudais perante os obreiros e camponeses, já os estimulava a dividirem os bens que restavam entre si.

Permutas e empréstimos figuravam como sendo as respostas democráticas para se administrar os bens e assegurar a sobrevivência em uma organização naquela época. O escambo, costume ascendente em que existe a permuta de produtos e serviços sem que ocorram operações monetárias, surgiu no decorrer da história como exemplificação do advento de costumes colaborativos, tal como ocorreu no Brasil Colonial, tendo em vista que colonizadores portugueses, ao adentrarem em território brasileiro e se depararem com indígenas nativos, trocavam produtos por Pau-Brasil e outros serviços de cunho manual, em

⁴ PASQUAL, Cristina Stringari. The Collaborative Economy and the Code de Defence of the Brazilian Consumer. In: **The Sharing Economy: Legal Problems of a Permutations and Combinations Society**. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2019, p. 50-64.

⁵ Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). **Ride on! Mobility business models for the sharing economy**. Organization & Environment, 27(3), p. 279–296.

⁶ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação: um estudo de caso da OLX**. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018, p. 73.

consonância com o que aduz Serra.⁷

Pode-se dizer que o consumo sempre esteve presente na habitualidade dos seres humanos. No início das civilizações o ato de consumir era mais conduzido para a sobrevivência alimentar, e necessidades de moradia, entre outros. Porém, no início do século XX, o nível de consumo médio per capita aumentou de forma considerável, deixando de ser buscada somente para as necessidades básicas do ser humano, mas também para sanar desejos, e outras maneiras de vontades trazidas pelo consumismo de bens ou serviços. Porém, deve-se ressaltar que de acordo com pesquisas, em poucos anos esse alto nível de consumo passou a se tornar insustentável, tendo em vista a escassa quantia de recursos naturais ainda existentes atualmente, daí, novamente se insta salientar a nobre importância da economia colaborativa.⁸

Nicholas John ressalta que compartilhar é algo que a espécie humana sempre fez de maneira instintiva, e que faz parte de fato do significado de ser da espécie humana, tendo em vista que compartilhar tende a ser um ato que conecta as pessoas, sendo uma maneira potencialmente forte que cria sentimentos de solidariedade e ligações humanas.⁹

A ideia de economia colaborativa já era difundida na década de 1950, nos Estados Unidos onde as chamadas *Laundrettes* (lavanderias comunitárias) nasceram da ideia de “compartilhamento” de um ativo, diminuindo a necessidade da propriedade. Nestes espaços, as pessoas podiam usar as máquinas de lavar e secar roupas por si próprias, pagando um preço relativamente baixo, sem a necessidade de comprar e possuir uma máquina de lavar.¹⁰

Passando-se mais para a atualidade, a economia colaborativa alavancou na década de 1990, nos Estados Unidos, a qual a mesma teve impulso devido aos avanços tecnológicos, tais como o Linux (1991), eBay (1995), Napster (1999) e Wikipedia (2001),¹¹ que possibilitaram reduzir os gastos das transações on-line peer-to-peer¹² e proporcionaram a criação de um novo ramo de modelo de negócio baseando-se em compartilhar de bens e serviços entre pessoas que não se conheciam.¹³

A economia compartilhada foi constituída por práticas comerciais que possibilitaram a

⁷ SERRA, C. A. T. Considerações acerca da evolução da propriedade da terra rural no Brasil. **Alceu**. Rio de Janeiro, v.4 - n.7. p. 231 - 248. Jul/Dez 2003.

⁸ C.J. Bradshaw, B.W. Brook **Human population reduction is not a quick fix for environmental problems** **Proceedings of the National Academy of Sciences**, 111 (46) (2014), pp. 16610-16615.

⁹ JOHN, Nicholas A. The social logics of sharing. **The Communication Review**, v. 16, n. 3, p. 113-131, 2013.

¹⁰ CUNHA, Felipe. **Economia Colaborativa: recriando significados coletivos**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Bambual, 2020, p. 68.

¹¹ CUNHA, Felipe. **Economia Colaborativa: recriando significados coletivos**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Bambual, 2020.

¹² C.L.A.Y. Shirky. Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações. Zahar, Rio de Janeiro (2012)

¹³ J. Schor. **Debating the sharing economy**. Great transition initiative (2014)

acessibilidade a bens e serviços, sem que haja, necessariamente, a aquisição de um produto ou troca monetária, aonde deste modo, a criação de um número expansivo de novos modelos de negócios também foi aumentada e promovida, assim gerando a expansão da economia compartilhada.¹⁴

A economia compartilhada, também é nomeada como economia mesh¹⁵, consumo colaborativo¹⁶, ou também como consumo conectado¹⁷, sendo considerada uma nova tendência que tem se expandido por meio de novos modelos negociais e organizacionais, com o foco voltado ao compartilhamento¹⁸, sendo considerada um sistema socioeconômico estabelecido com o objetivo do compartilhamento, tanto de recursos humanos, como de recursos físicos, o qual inclui a produção, criação, distribuição, o comércio e também o consumo compartilhado de bens e serviços por pessoas e organizações.¹⁹

Se pensar-se nas conceituações das expressões “colaboração” e “compartilhar”, percebe-se que a definição de colaboração e o compartilhamento, fundamentos da economia compartilhada, não são tão novos, gerando assim pessoas que fazem diferenciação acerca da nomenclatura de ambas.

Rachel Botsman define a economia compartilhada como um modelo econômico baseado no compartilhamento de bens e serviços subutilizados, sendo que estes bens podem ser coisas, de habilidades, espaços, e também benefícios monetários ou não monetários.

Segundo a mesma, o que move esta economia é a união de alguns fatores: a inovação tecnológica, a mudança nos valores da sociedade, a realidade econômica e as pressões ambientais.²⁰

Na economia compartilhada o objetivo é que cidadãos comuns consigam se ajudar mutuamente, no objetivo de encontrar meios de soluções sem que precisem efetuar necessariamente uma compra do objeto necessário. Desde modo, a consequência é a produção industrial diminuir, pelo fato da demanda passar a ser reduzida também, haja vista que a quantia de dados dos usuários estarem disponibilizadas atualmente nas redes sociais e aplicativos, possibilita que o consumo de bens materiais possa ser realizado como o de

¹⁴ GANSKY, L. **The mesh**: Why the future of business is sharing. New York: Portfolio Penguin, 2010.

¹⁵ GANSKY, L. **The mesh**: Why the future of business is sharing. New York: Portfolio Penguin, 2010.

¹⁶ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

¹⁷ DUBOIS, J. SCHOR, L. **Carfagna Connected consumption: a sharing economy takes hold**. Rotman Management (2014), p. 50-55.

¹⁸ GANSKY, L. **The mesh**: Why the future of business is sharing. New York: Portfolio Penguin, 2010.

¹⁹ GANSKY, L. **The mesh**: Why the future of business is sharing. New York: Portfolio Penguin, 2010.

²⁰ BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live**. 2011.

serviços, tendo em vista que ocorre a realização do uso de serviços através desse uso de maneira coletiva.²¹

Em outra senda, Rachel Botsman definiu o consumo colaborativo como um modelo econômico que se baseia no compartilhamento, na troca, intercâmbio ou aluguel de produtos e serviços que possibilitam o acesso de forma oposta à posse. O consumo colaborativo reinventa os costumes de mercado, alterando a forma como consumimos.²²

Na economia colaborativa os consumidores, que não se conhecem necessariamente, acabam se conhecendo e interagindo por meio de um grupo, empresa, associação ou cooperativa, para que possam adquirir bens em comum.

Nesta mesma linha de raciocínio, Mareike Mohlmann completa explicando que o consumo colaborativo, em geral associado com a economia compartilhada, tem lugar em sistemas ou redes organizadas, nas quais os participantes conduzem atividades de compartilhamento na forma de trocas, permutas ou intercâmbios de bens, serviços, soluções de transporte, espaço ou dinheiro.²³

Rachel Botsman explica então que a diferença entre a economia compartilhada e o consumo colaborativo consiste que a economia compartilhada se apresenta como um sistema que facilita o compartilhamento de bens e serviços subutilizados, enquanto o consumo colaborativo se mostra como uma mudança dos comportamentos tradicionais de mercado – empréstimos, trocas, repasses, presentes, entre outros - através da tecnologia de uma maneira que não era possível antes do surgimento da internet.²⁴

De acordo com Russell Belk destaca que o compartilhamento é um fenômeno tão antigo quanto à espécie humana, enquanto o consumo colaborativo e a economia compartilhada nasceram e se expandiram com o advento da internet.²⁵

Já para Felipe Cunha, a economia colaborativa é como uma espécie de “guarda-chuva” para termos da mesma família, aonde derivam os outros termos de: economia compartilhada e

²¹ BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live.** 2011

²² BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live.** 2011.

²³ MÖHLMANN, Mareike. Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 14, n. 3, p. 193-207, 2015.

²⁴ BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live.** 2011.

²⁵ BELK, Russell. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. **Journal of business research**, v. 67, n. 8, p. 1595-1600, 2014.

consumo colaborativo, economia colaborativa²⁶, aonde deste modo, no presente trabalho, tratar-se-ão de sinônimos, pois escolha das palavras economia compartilhada ou economia colaborativa buscou ampliar a pluralidade de termos e contemplar ambos, pois se entende que para o presente trabalho não é necessária uma definição precisa sobre a economia compartilhada e sim os preceitos que se relacionam ao seu significado.

Ricardo Abramovay faz a reflexão com relação ao ambiente no qual surgem às experiências relacionadas à economia colaborativa, e o mesmo afirma que essas práticas não se colocam como contrárias ao modelo mercadológico atualmente constituído, aonde o mesmo destaca que as práticas de cunho colaborativo não se evidenciam nem a favor, nem contra, ressaltando que são modalidades descentralizadas de criação de riqueza, que, no entanto, não respondem a nenhuma lógica estritamente mercantil. Também não se trata de repudiar o mercado, e sim de introduzir nele iniciativas de apoio comunitário.²⁷

O entendimento do doutrinador Ricardo Abramovay parece se assemelhar da compreensão de Rachel Botsman e Roo Rogers, que analisam essas iniciativas de cunho colaborativo como algo que acabara ocupando um “local intermediário onde o comércio e a comunidade se encontrem”.²⁸

Nesta esteira, conceder algum ingrediente necessário por algum vizinho; hospedar algum amigo de outra região em sua residência; conceder carona a alguém conhecido são somente algumas exemplificações da prática da economia compartilhada já conhecidos pela sociedade há muito tempo.

Todavia, pode-se dizer que o que se conhece na atualidade por economia colaborativa nos parâmetros negociais hodiernos, isto é, com suas práticas fundamentadas em plataformas digitais, teve origem nos Estados Unidos da América, em virtude do advento de *websites* de comercialização virtual.²⁹

Esse grande fenômeno pode gerar grandes transformações entre os indivíduos, de modo que as relações práticas foram ressignificadas, como por exemplo, tanto entre setores da economia, como também nos setores do turismo. A economia colaborativa pode ser considerada como uma grande facilitadora no quesito de inovar em diversos setores sociais, seja turísticos ou econômicos, de modo que passou-se a modificar a estruturação

²⁶ CUNHA, Felipe. **Economia Colaborativa: recriando significados coletivos**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Bambual, 2020

²⁷ ABRAMOVAY, Ricardo. *Muito além da economia verde*. São Paulo: Ed. Abril, 2012.

²⁸ BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption**. New York: Harper Collins. 2010.

²⁹ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação: um estudo de caso da OLX**. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

organizacional da sociedade, de modo que foi possível uma maior abertura para que houvesse novas relações e interações sociais e interpessoais.³⁰

A economia colaborativa não tem como objetivo pedir que as pessoas façam e utilizem do compartilhamento por gentileza ou altruísmo, mas sim trata-se de um sistema que possibilita que as pessoas consigam fazer o compartilhamento de seus recursos por livre e espontânea vontade, de modo que não ameace seus modos de vida e também não abram mão de suas liberdades individuais.³¹

Ademais, ainda que sejam iniciativas bastante modernas, tanto uma nomenclatura quanto a outra, é precedida dos ideais de várias dessas plataformas conhecidas na modernidade, tal como o *Airbnb*, as quais emergiram por intermédio dessas práticas de cooperação presentes na sociedade anteriormente mencionadas.

Neste sentido, ressalta Bruno Miragem:

Será neste mercado de consumo “virtual” ou “digital” que passam a se organizar, então, novos modos de oferta de produtos e serviços, por intermédio de estruturas de maior complexidade, com a participação de diferentes agentes, especialmente dentre os fornecedores dos serviços. Assim, por exemplo, o que passa a ocorrer com a denominada economia do compartilhamento, no qual o fornecimento dos serviços através de uma plataforma digital permitirá aproximar consumidores interessados em sua fruição e fornecedores que ofertem a prestação – assim considerados aqueles que diretamente prestam o serviço, como também os que o organizam, formatam a contratação, o pagamento e controlam sua execução.³²

Outrossim, os implementadores do *Airbnb*, tal como asseveram Rachel Bostman e Roo Rogers, se valeram do êxito das plataformas de *marketplace peer-to-peer*, que já haviam sido instauradas na ocasião em que se indagaram se a confiança entre indivíduos estranhos poderiam ser elaborada.³³

Outro fator marcante para o crescimento da economia compartilhada foi a crise financeira mundial que ocorreu no ano de 2008, aonde diversos bancos, incluindo do tradicional banco de investimento norte-americano Lehman Brothers, fundado em 1850 foram à falência, causando grande impacto diretos a bolsa de valores e desempregos mundiais, aonde foi percebido que nesses moldes de consumo, seria impossível da sociedade continuar

³⁰ MOSEDALE, J.; VOLL, F. **Social innovation in Tourism: Social Practices Contributing to Social Development**. Social Entrepreneurship and Tourism, Springer International Publishing, p. 101-115, 2017.

³¹ BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption**. New York: Harper Collins. 2010.

³² MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019, p. 71.

³³ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

consumindo.³⁴

Ressalta então Rafael Mansur³⁵, que nessas situações de recessão e crise, o estágio de desemprego habitualmente é majorado, e, em consequência, existe uma grande perda no poder de aquisição dos indivíduos. Nestas ocasiões, possibilidades e ideias emergem com a finalidade de tentar atenuar os reflexos de crises como a ocorrida no ano mencionado, bem como uma maior procura por criação de rendas extraordinárias.

Daiane Scaraboto também faz essa associação com relação a crises financeiras, que por muitas vezes acabam deixando os cidadãos desempregados ou em situações financeiras desfavoráveis, onde o mesmo considera um gatilho para a economia compartilhada, tendo em vista que desta maneira, a população acaba incentivada a ser mais criativa e buscar outras alternativas para uma renda extra ou economizar.³⁶

Ademais, verifica-se uma enorme majoração da quantidade de usuários de práticas colaborativas depois do ano de 2008, ratificando o fato de que conjunturas de caos ou pós-caos são, de determinada maneira, benéficas a esses comportamentos, conforme ressalta.³⁷

Neste diapasão, como dois indivíduos estranhos poderiam querer se vincular com a finalidade de receber alguém ou receber hospedagem? Logo, também se pode concluir que a confiança é um dos fundamentos da economia compartilhada, pois, sem ela, essa tratativa não seria viável.

Transformações nas condutas ocorridas nos últimos tempos, tais como um regresso da noção de coletividade e um maior receio com as consequências ambientais podem ser elencadas como sendo os primeiros fomentos ao incentivo de comportamentos cooperativos, na visão de Rafael Mansur.³⁸

A perceptibilidade e relevância da conduta sustentável se aliam à imprescindibilidade de adequação das empresas no que tange ao acompanhamento de progressos e novos modos de consumo que emergem a todo o momento na atualidade.

³⁴ SILVA, Monah Idalina Moreira. **A Economia Colaborativo/Compartilhada como instrumento de desenvolvimento econômico**. 2019. 96 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/200881>>. Acesso em: 18 set. 2020.

³⁵ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação: um estudo de caso da OLX**. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

³⁶ SCARABOTO, Daiane. Selling, sharing, and everything in between: The hybrid economies of collaborative networks. **Journal of Consumer Research**, v. 42, n. 1, p. 152-176, 2015.

³⁷ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação: um estudo de caso da OLX**. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

³⁸ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação: um estudo de caso da OLX**. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

De acordo com Felipe Cunha, no que diz respeito à relação aos aspectos comportamentais perante os usuários dessa relação consumerista, pode-se dizer que grande parte dos consumidores busca a economia colaborativa como fatores de diversão, comodidade e também benefícios monetários, onde a consciência do meio ambiente, a sustentabilidade, e a inovação pessoal, se atrelam e se associam com essa intenção de consumo.³⁹

Na acepção de Juliet Schor e William Atwood-Charles⁴⁰, fatores de monta econômica, social e sustentável seriam os incentivadores das práticas relacionadas à economia compartilhada, ao passo que Connor Fitzmaurice⁴¹, em colaboração com Juliet Schor, menciona a motivação de cunho ideológico como fomentador da transformação.

Neste sentido, Jeremy Rifkin afirma que o mundo está passando por um momento de transição, passando da troca de valores para uma geração de valores compartilhados, mudando a perspectiva do ponto de vista de “consumir” para ofertar um “presente” ou “colaborar” com outra pessoa ou grupo.⁴²

Conforme destaca Felipe Cunha acerca desse modelo negocial, o mesmo relata princípios que julga serem os princípios básicos da economia colaborativa, tais como:

“A Economia Colaborativa é apoiada por alguns princípios básicos, mas certamente não formalizados – descentralização econômica; interação social; propriedade distribuída; mais acesso, menos propriedade; resignificação do sentido do trabalho; sistemas de rede ponto a ponto; confiança; interdependência e transparência – e alguns valores subentendidos – colaboração, empoderamento de pessoas, abertura, acessibilidade, espírito coletivo, sustentabilidade e aspirações humanitárias.”⁴³

Consoante à mesma ideia pode-se dizer que o incentivo econômico para se engajar em uma rede cooperativa é fundamentalmente a viabilidade de se obter um rendimento extraordinário ou de poupar dinheiro, em consonância com o que asseveram Juliet Schor e Connor Fitzmaurice⁴⁴, difundido também, juntamente com a ideia de incentivo econômico, aspirações de sustentabilidade, acessibilidade e humanitárias.

Neste sentido, na ocasião em que um indivíduo aliena bens de cunho pessoal que

³⁹ CUNHA, Felipe. **Economia Colaborativa: recriando significados coletivos**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Bambual, 2020.

⁴⁰ SCHOR, J.; ATTWOOD-CHARLES, W. The “sharing” economy: labor, inequality, and social connection on for-profit platforms. **Sociology Compass**, p. 1-16, 2017.

⁴¹ SCHOR, J. B.; FITZMAURICE, C. Collaborating and connecting: The emergence of a sharing economy. In: **Handbook of Research on Sustainable Consumption**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2015.

⁴² RIFKIN, Jeremy. **The zero marginal cost: the internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism**. New York: Palgrave Macmillian, 2014.

⁴³ CUNHA, Felipe. **Economia Colaborativa: recriando significados coletivos**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Bambual, 2020, p. 66-67.

⁴⁴ SCHOR, J. B.; FITZMAURICE, C. Collaborating and connecting: The emergence of a sharing economy. In: **Handbook of Research on Sustainable Consumption**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2015.

não lhe servem mais ou, ainda, se cadastra na qualidade de motorista em aplicativos de transporte, a pessoa que obtém um objeto usado a um valor inferior de um novo e quem oportuniza serviços é hábil a economizar dinheiro e obter novos rendimentos. Noutros termos, tal como aduz Robin Chase, a habilidade excessiva gera sentido econômico.⁴⁵

Outro encorajamento para condutas de viés colaborativo nos moldes da economia compartilhada, como já referido, é o aumento do receio com o meio ambiente, verificado, principalmente, pelas gerações mais recentes.

A emersão do valor sustentável acarreta a busca, pela sociedade consumidora, de sugestões que impactem menos negativamente o meio ambiente, concedendo preferência a estas, quer obtendo objetos usados, quer emprestando objetos, locando automóveis no lugar de adquirí-los, ou, ainda, se hospedando em residências comuns e minorando a necessidade de construção de outros hotéis.⁴⁶

Na seara social, Rachel Bostman e Roo Rogers aduzem que há um almejo comum de se vincular a novos indivíduos, tal qual a volição de ter um melhor relacionamento com seus vizinhos, ou, também, realizar novas amizades, o que é simplificado pelas plataformas digitais, que facilitaram os vínculos entre seres humanos.⁴⁷

Analisando esses incentivos sociais, Rafael Mansur discorre que existe, ainda, uma motivação ideológica, contexto em que há um comprometimento por parte dos usuários com os ideais colaborativos, bem como questionamentos aos padrões clássicos de economia, sobretudo no que tange à viabilidade de serviços.⁴⁸

Deste modo, pode-se verificar possibilidades à criação de emprego e rendimentos através de novos modos de se vincular e novas ideias, tal qual o almejo de residir em cidades mais sustentáveis e dotadas de justiça social.

Na visão de Rafael Mansur, a grande revolução que tornou efetiva a transformação das condutas humanas colaborativas entre vizinhos e amigos, já existentes há bastante tempo na sociedade, culminando em uma ampliação a nível planetário, hábil a vincular indivíduos em qualquer localidade, pouco importando a distância espacial, foram os avanços tecnológicos.⁴⁹

⁴⁵ CHASE, R. **Economia Compartilhada**: Como pessoas e plataformas da Peers Inc estão reinventando o capitalismo. Rio de Janeiro: HSM, 2015.

⁴⁶ SCHOR, J. B.; FITZMAURICE, C. Collaborating and connecting: The emergence of a sharing economy. In: **Handbook of Research on Sustainable Consumption**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2015.

⁴⁷ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁴⁸ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação**: um estudo de caso da OLX.

⁴⁹ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação**: um estudo de caso da OLX.

Neste diapasão, advieram novos modos de se oportunizar bens e serviços com uma ampliação nunca vista anteriormente. Juliet Schor e Connor Fitzmaurice aliam esse surgimento à Internet, e o intitulam consumo vinculado ou consumo colaborativo.⁵⁰

A economia compartilhada prega um maior aproveitamento dos recursos que não são empregados em sua potencialidade máxima e das benesses que o indivíduo detentor e o que tenciona adquiri-los, teriam por intermédio do compartilhamento desses.

Na acepção de Lisa Gansky, a economia compartilhada, também denominada *mesh*, é um sistema de natureza socioeconômica implementada ao redor do compartilhamento de recursos físicos e humanos, que abrangem a origem, confecção, disseminação, mercancia e consumo compartilhado de serviços e bens por organizações e indivíduos.⁵¹

O melhor emprego destes recursos, seja por intermédio da troca, locação, revenda, empréstimo ou doação, é classificado por Rachel Botsman e Roo Rogers como consumo colaborativo.⁵²

O termo “consumo colaborativo” foi utilizado por Marcus Felson e Joe Speath, no ano de 1978, com o intuito de se aludir a refeições entre amigos ou ao emprego de aparelhos domésticos e eletrônicos por uma coletividade de indivíduos.⁵³

Na ocasião mencionada os autores definiram consumo colaborativo como sendo os acontecimentos em que um ou mais indivíduos consomem serviços ou bens no procedimento de se inserir em práticas coletivas com uma ou mais pessoas.⁵⁴

Ulteriormente, somente no ano de 2007 que um analista de mercado de nome Ray Algar teve o condão de publicar um estudo na revista *Leisure Report* acerca do “consumo colaborativo”. O questionamento suscitado por ele era, a saber: o que ocorre no momento em que os consumidores iniciam o compartilhamento de conhecimento?⁵⁵

Segundo Ray Algar, “o consumo colaborativo” era uma atividade de compartilhamento, locação, permutas e empréstimos de viés comercial original do corrente século. O referido autor compreendia que, partindo-se desse processo, os consumidores cooperavam no âmbito digital com o intuito de permutar serviços e produtos.⁵⁶

⁵⁰ SCHOR, J. B.; FITZMAURICE, C. Collaborating and connecting: The emergence of a sharing economy. In: **Handbook of Research on Sustainable Consumption**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2015.

⁵¹ GANSKY, L. **The mesh**: Why the future of business is sharing. New York: Portfolio Penguin, 2010.

⁵² BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁵³ FELSON, M.; SPAETH, J. L. Community structure and collaborative consumption: a routine activity approach. **American Behavioral Scientist**, Thousand Oaks, v. 21, n. 4, 1978.

⁵⁴ FELSON, M.; SPAETH, J. L. Community structure and collaborative consumption: a routine activity approach. **American Behavioral Scientist**, Thousand Oaks, v. 21, n. 4, 1978.

⁵⁵ ALGAR, R. Collaborative Consumption. Oxygen Consulting, **Leisure Report**. Brighton, 2007.

⁵⁶ ALGAR, R. Collaborative Consumption. Oxygen Consulting, **Leisure Report**. Brighton, 2007.

O destaque das explicações de Ray Algar girava em torno da fixação de preços e na redução destes que os consumidores obtinham nas hipóteses em que se uniam para tanto.⁵⁷

Após, no ano de 2011, Rachel Botsman e Roo Rogers⁵⁸ publicam sua obra de nome “O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo”, que, na aceção de Ana Barros e Karla Patriota⁵⁹, desde então é tido como referência no que tange aos estudos de economia compartilhada realizados ao redor do mundo.

Assim sendo, Rachel Botsman e Roo Rogers definem a expressão como sendo uma nova ferramenta econômica e social promissora que passa a harmonizar as crucialidades individuais com as pertencentes à coletividade e ao planeta.⁶⁰

Dois anos depois, o especialista em análises acerca de compartilhamento e professor da Universidade York no Canadá, Russell Belk, conceituou consumo colaborativo como indivíduos organizando a obtenção e disseminação de um recurso por um preço ou outra contrapartida.⁶¹

Na visão de Rachel Botsman e Roo Rogers, o consumo colaborativo é compreendido como um costume que viabiliza que os indivíduos renovem antigas condutas mercadológicas, como permuta, compartilhamento, locação e comércio, através de novos avanços tecnológicos e modos jamais possibilitados anteriormente. Logo, este instituto é hábil a mudar o que consumimos e a forma pela qual o fazemos.⁶²

Ana Barros aduz que o consumo colaborativo parte da premissa de que existe uma benesse para os que consomem de forma colaborativa, como a minoração da confecção de matérias-primas, bem como o não desperdício de dinheiro, tempo ou espaço.⁶³

Neste diapasão, o consumo colaborativo se destina à coletividade e ao ambiente em que os seres humanos estão inseridos, tendo como princípios basilares para a sua consolidação a habilidade ociosa das pessoas, a convicção no bem comum e a confiança entre indivíduos que não se conhecem.

Por intermédio do estudo realizado por Simoni Rohden, foi viável perceber que o

⁵⁷ ALGAR, R. Collaborative Consumption. Oxygen Consulting, **Leisure Report**. Brighton, 2007.

⁵⁸ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁵⁹ BARROS, A. C. P.; PATRIOTA, K. R. M. P. Consumo colaborativo: perspectivas, olhares e abordagens para um conceito em construção. **Signos do Consumo**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 4-15, jul./dez. 2017.

⁶⁰ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁶¹ BELK, R. You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. **Journal of Business Research**, Amsterdam, v. 67, n. 8, p. 1595-1600, 2013.

⁶² BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁶³ BARROS, A. C. P.; PATRIOTA, K. R. M. P. Consumo colaborativo: perspectivas, olhares e abordagens para um conceito em construção. **Signos do Consumo**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 4-15, jul./dez. 2017.

consumo colaborativo não está somente vinculado a um valor de permuta que equivale a um bem tangível. Existe um atributo intangível vinculado às acepções simbólicas que são intrínsecas a esta espécie de consumo.⁶⁴

São três as formas que, reunidas, detêm o condão de transformar o modo pelo qual os indivíduos estão exercendo o seu consumo, a saber: o sistema de serviço de produtos; estilo de vida de natureza colaborativa; e mercados de redistribuição.⁶⁵

No sistema de serviços de produtos, aplica-se a sistemática de que um produto pode ser transformado em um serviço, ocasião em que a benesse da utilização do produto é paga sem que se precise, obrigatoriamente, adquirir a sua propriedade.

Neste sentido, trata-se de produtos de enorme capacidade ociosa, uma vez que estes não seriam utilizados de modo a alcançar sua potencialidade máxima. Para tanto, cita-se o exemplo da furadeira, que em sua vida útil, não é utilizada por mais do que quatorze minutos.

Logo, não seria necessário adquirir uma furadeira nova se existe a possibilidade de pegar emprestado com alguém ou, ainda locá-la. Além disso, pode-se citar o Uber, hipótese em que é suficiente a propriedade de um carro para oportunizar o serviço de motorista.

Essa organização oferece vantagens de ordem ambiental, uma vez que é minorado o consumo de produtos novos, bem como de ordem financeira, tendo em vista que o consumidor não necessita despender dinheiro para adquirir um produto.⁶⁶

Os mercados de distribuição, por seu turno, são hábeis a respeitar uma dinâmica de economia circular, hipótese em que seu sustentáculo de funcionamento é o de alongar os ciclos de vida dos produtos. Deste modo, empréstimos, revendas e doações figuram como exemplificações desse segundo sistema sugerido por Rachel Botsman e Roo Rogers. Logo, objetos que não detêm mais utilidade para seu detentor hodierno podem ser de grande valia para outros indivíduos.⁶⁷

Uma maior preocupação com o meio ambiente passa a ser verificada pelas recentes gerações, sendo um fomento a esse novo modo de consumir, haja vista o seu âmago mais sustentável, uma vez que existe uma diminuição de lixos, tal como ocorre nos sistemas de

⁶⁴ ROHDEN, Simoni Fernanda; DURAYSKY, Juliana; TEIXEIRA, Ana Paula Pydd, MONTELONGO, Alfredo, ROSSI, Carlos Alberto Vargas. Consumo Colaborativo: economia, modismo ou revolução? **Revista de Gestão do Unilasalle**, Canoas, vol.4, n. 2, jul. 2015.

⁶⁵ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁶⁶ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁶⁷ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

serviços de produtos.⁶⁸

Importante se faz a menção do voto do Relator Min. Luís Roberto Barroso por ocasião do julgamento do Recurso Extraordinário nº 1054110 no ano de 2019, momento em que ressalta a importância de aplicativos de transporte para a efetivação do direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, constitucionalmente assegurado.⁶⁹

Na visão do referido Ministro, o compartilhamento de recursos, tais como o automóvel, é bastante benéfico para o consumo sustentável, de forma a evitar o desperdício em uma conjuntura de escassez de bens e recursos naturais.⁷⁰

Ademais, o aludido Ministro ressalta que o meio ambiente é um importante princípio relacionado à ordem econômica e, em virtude disso, a sua constante proteção através do consumo sustentável, ocasião em que o transporte compartilhado por aplicativo é de grande valia.⁷¹

Os efeitos positivos sobre o meio ambiente também devem ser considerados. O serviço de transporte individual por motorista cadastrado em aplicativo é concebido na esteira do desenvolvimento da ideia de economia de compartilhamento. Nesse cenário, em que a aquisição de bens e a contratação de serviços de forma permanente cede lugar ao uso e a prestação apenas quando necessário, o consumo colaborativo “privilegia justamente o acesso em detrimento da aquisição de propriedade sobre os bens que não serão explorados em todo o seu potencial” 43 . Na nova realidade mundial de escassez de bens, incentivar o aproveitamento da capacidade ociosa de bens e serviços é uma medida que promove a sustentabilidade. Nesse passo, permitir que proprietários de carros particulares ampliem a destinação de seu bem para que terceiros usufruam das suas utilidades tem indiscutível impacto social e ambiental. É o que se extrai de estudo do Massachusetts Institute of Technology – MIT, divulgado em 16 de janeiro de 2018, que confirma o potencial do transporte compartilhado por meio de aplicativos para a diminuição da quantidade de veículos em circulação, melhoria do trânsito nas cidades e na emissão de poluentes. Nesse ponto, deve-se lembrar que a defesa do meio ambiente também é um princípio setorial da ordem econômica (CF/1988, art. 170, V). Diante disso, considerando as externalidades positivas que se extraem da decisão sobre a convivência do serviço de táxi com a modalidade de transporte compartilhado por aplicativo, seja em razão do incremento do bem-estar do usuário/consumidor decorrente do estímulo à competição, seja pelo impacto positivo à mobilidade urbana e ao meio ambiente, a proibição ou restrição desproporcional do transporte

⁶⁸ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁶⁹ STF. SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **RE 1054110**, Relator(a): LUÍS ROBERTO BARROSO. Tribunal Pleno. Julgado em 09/05/2019. PROCESSO ELETRÔNICO REPERCUSSÃO GERAL - MÉRITO DJe-194. DIVULG 05-09-2019. PUBLIC 06-09-2019.

⁷⁰ STF. SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **RE 1054110**, Relator(a): LUÍS ROBERTO BARROSO. Tribunal Pleno. Julgado em 09/05/2019. PROCESSO ELETRÔNICO REPERCUSSÃO GERAL - MÉRITO DJe-194. DIVULG 05-09-2019. PUBLIC 06-09-2019.

⁷¹ STF. SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **RE 1054110**, Relator(a): LUÍS ROBERTO BARROSO. Tribunal Pleno. Julgado em 09/05/2019. PROCESSO ELETRÔNICO REPERCUSSÃO GERAL - MÉRITO DJe-194. DIVULG 05-09-2019. PUBLIC 06-09-2019.

individual de passageiros por aplicativo também é inconstitucional por ofensa aos arts. 6º e 170, V e VI, da Constituição.⁷²

É, ainda, o que se extrai da obra de Carlos Affonso Pereira de Souza e Ronaldo Lemos:

(...) uma nova etapa no processo de desenvolvimento econômico, simbolizado pela superação da lógica de consumo em massa e visando ao acúmulo de bens, típica do final do último século, por um momento em que o mercado, já saturado por crises financeiras e pautado por necessidades ligadas à sustentabilidade e ao uso racional dos bens, passa a privilegiar novas formas de acesso a bens e a serviços. Em última instância, a economia do compartilhamento está baseada no uso de tecnologia da informação em prol da otimização do uso de recursos através de sua redistribuição, compartilhamento e aproveitamento de suas capacidades excedentes.⁷³

O sistema de estilo de vida colaborativo abrange recursos além dos físicos, viabilizando o compartilhamento de fatores espaciais, temporais e de conhecimentos entre indivíduos com interesses comuns. Ademais, se encaixa nesse padrão o compartilhamento monetário através da dinâmica de financiamento coletivo, hipótese em que um indivíduo pode fomentar economicamente um projeto que almeje.⁷⁴

Para além do financiamento coletivo, isto é, o *crowdfunding*, pode-se mencionar, a título de exemplificação, o *coworking*, o *timebanking* e o *couchsurfing*.⁷⁵

No que diz respeito à economia compartilhada, Juliet Schor insere quatro estágios: i) recirculação de mercadorias; ii) maior uso de bens duráveis; iii) permuta de serviços; iv) compartilhamento de ativos de cunho produtivo.⁷⁶

Embora não haja uma unanimidade no que diz respeito às viáveis conceituações de economia compartilhada, verifica-se bastante harmonia entre as classificações sugeridas por Juliet Schor⁷⁷ e Rachel Botsman e Roo Rogers⁷⁸, tal como se verá a seguir.

A recirculação de mercadorias, esposada por Juliet Schor⁷⁹, se harmoniza precisamente com o que se extrai dos mercados de redistribuição, de forma a respeitar a

⁷² STF. SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **RE 1054110**, Relator(a): LUÍS ROBERTO BARROSO. Tribunal Pleno. Julgado em 09/05/2019. PROCESSO ELETRÔNICO REPERCUSSÃO GERAL - MÉRITO DJe-194. DIVULG 05-09-2019. PUBLIC 06-09-2019.

⁷³ SOUZA, Carlos Affonso Pereira de; LEMOS, Ronaldo. Aspectos jurídicos da economia do compartilhamento: função social e tutela da confiança. **Revista de Direito da Cidade**, v.8, n.4, 2016.

⁷⁴ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁷⁵ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁷⁶ SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative. 2014.

⁷⁷ SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative. 2014.

⁷⁸ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁷⁹ SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative. 2014.

mesma intenção de majorar a utilidade de bens que poderiam ser mais bem aproveitados por outras pessoas que não os seus detentores hodiernos, quer por intermédio de vendas, doações ou empréstimos.⁸⁰

A segunda classificação sugerida por Juliet Schor⁸¹, majoração de utilização de bens duráveis, abrange exemplificações de compartilhamento que aprofundam a utilização dos produtos. Nessa catalogação podem ser inseridos espaços ociosos hábeis a serem oportunizados em websites como o *Couchsurfing* e o Airbnb, bem como automóveis sem uso ou vagas excedentes capazes de serem aproveitados por outras pessoas.

A exemplificação da furadeira, anteriormente esposada, poderia ser incorporada nesta catalogação de Juliet Schor⁸². Em virtude dessa mesma catalogação, pode-se observar que é viável a análise de outras duas espécies demonstradas por Rachel Botsman e Roo Rogers.⁸³

O sistema de serviços e produtos abrangeria as exemplificações mencionadas que revertem bens em serviços, como os automóveis e a furadeira, exceto os espaços ociosos, eis que estes são incorporados pelo estilo de vida colaborativo.⁸⁴

A terceira categoria intensifica o ideal de *timebanking*, podendo haver permuta de serviços que englobem operações monetárias. Em comparação tecida à categorização de Rachel Botsman e Roo Rogers⁸⁵, verifica-se que as práticas de *timebanking* estariam incorporadas à modalidade estilo de vida colaborativo.

O compartilhamento de bens produtivos, consistente em empenhos com enfoque em compartilhar espaços ou bens com a finalidade de viabilizar a confecção no lugar do consumo, quarta categoria elencada por Juliet Schor⁸⁶, diz respeito à seara de ingerência das categorias, tratando não mais do consumo, mas sim da produção.

Esta diferenciação, conforme o inferido, não é realizada por Rachel Botsman e Roo Rogers.⁸⁷ Contudo, ao se analisar sobre as atividades de *coworking*, que se encaixa na mencionada categoria de Juliet Schor⁸⁸ quanto no estilo de vida colaborativo dos autores

⁸⁰ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁸¹ SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative. 2014.

⁸² SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative. 2014.

⁸³ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁸⁴ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁸⁵ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁸⁶ SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative. 2014.

⁸⁷ BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

⁸⁸ SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative. 2014.

citados, pode-se interpretar o elemento espacial como sendo um ativo passível de consumo por diversos indivíduos em um local compartilhado.

Outrossim, Juliet Schor⁸⁹ também tece uma sistematização no que tange à organização e estruturação de mercado dos âmbitos de economia compartilhada. Como objetivo de mercado, tem-se com finalidades lucrativas ou sem finalidades lucrativas, ao passo que por estruturação, tem-se *peer-to-peer* (P2P), ou *business-to-peer* (B2P).

Os vínculos P2P são os que ocorrem entre pares, ou seja, de pessoa-para-pessoa, em que a mediação é resumida às plataformas, de forma que dois ou mais usuários podem se vincular de modo direto e determinar operações entre si, sendo crucial somente que existam interesses em comum.⁹⁰

A organização B2P, por seu turno, avoca para si modos mais clássicos de locação de espaços ou outros bens, tais como bicicletas e carros, em que é habitual que as empresas intermedeiem as conexões entre os usuários. Logo, operações B2P costumam avocar formas mais clássicas de locação.⁹¹

2.2 A ECONOMIA COLABORATIVA: RELAÇÃO TRIANGULAR E OS SUJEITOS QUE A COMPÕEM

A fim de melhor entender a economia colaborativa, é imprescindível que se analise os a relação triangular e os sujeitos que compõem esse vínculo de negócios. Assim sendo, é necessário ter ciência de como funciona a rede colaborativa, e que, por intermédio de suas ferramentas, autoriza que perante eventuais conflitos entre as partes, sejam encontradas soluções satisfatórias.

Primeiramente, frisa-se que não existe regulamentação desta modalidade de economia no ordenamento jurídico pátrio. Contudo, isso não importa em asseverar que o consumidor está complementemente desprotegido, uma vez que a regulamentação, se excessiva, pode prejudicar o progresso da economia colaborativa, e, por conseguinte, a desregulamentação vem a desfavorecer o consumidor.

Na qualidade de solução a esse entrave, a autorregulamentação do setor pode figurar como um atributo do modelo de negócios que é uma viabilidade, com bastantes ressalvas, que pode melhor possibilitar a consolidação da atividade. Entretanto, em virtude da peculiaridade

⁸⁹ SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative. 2014.

⁹⁰ SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative. 2014.

⁹¹ SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative. 2014.

desse modelo de negócio, o Estado deve intervir de alguma maneira, de forma a evitar que o consumidor seja ainda mais vulnerabilizado.

Todavia, afirmar a efetivação da ilegalidade das plataformas de compartilhamento em virtude da inexistência de uma regulamentação normativa não parece razoável. A economia colaborativa é produto do progresso tecnológico vivenciado nos últimos tempos, além da alteração da conduta de consumo, tencionando melhorar a qualidade de vida da coletividade.

Conforme destaca Bruno Miragem, resta nítido que o desenvolvimento se associa ao melhor interesse do consumidor, tal como elucida:

O desenvolvimento de sites e aplicativos que promovam alternativas de consumo compartilhado de bens e serviços se associa, em geral, ao melhor interesse do consumidor, uma vez permitem uma melhor utilização de produtos e serviços e, ao mesmo tempo, podem fomentar a concorrência com setores organizados da economia, melhorando suas práticas. Tratando-se de serviços oferecidos no mercado de consumo, há incidência da legislação de proteção do consumidor. Uma pergunta final que traduz as dificuldades de lidar com as inovações trazidas pela internet, diz respeito à necessidade de regulação específica, ou não, destas várias situações de compartilhamento.⁹²

A livre iniciativa, na qualidade de princípio, viabiliza que o empreendedor se arrisque no que tange à procura por inserir no mercado bens e serviços otimizados. Nesta seara, Tarcísio Teixeira e Gregory Maldonado asseveram que o referido princípio tem o condão de beneficiar o consumidor e o empresário.⁹³

Na visão do Supremo Tribunal Federal, o princípio constitucional da livre iniciativa não apresenta apenas uma acepção de cunho econômico, tendo em vista que simboliza uma liberdade individual, do desempenho dos direitos à personalidade de livre escolha.⁹⁴

(...) a ideia de livre iniciativa, que é, como nós sabemos, um dos fundamentos do Estado brasileiro. Logo na abertura da Constituição, lá está a livre iniciativa, ao lado do valor social do trabalho. Livre iniciativa não tem apenas uma dimensão econômica, tem uma dimensão de uma liberdade individual, de exercício dos direitos da personalidade. Ela transcende, portanto, o domínio puramente econômico, para significar as escolhas existenciais das pessoas, seja no plano profissional, seja no plano pessoal, seja no plano filantrópico.⁹⁵

⁹² MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019, p. 475.

⁹³ TEIXEIRA, Tarcísio; MALDONADO, Gregory Tonin. **Uber: a livre iniciativa e a inconstitucionalidade das leis municipais que proíbem atividades semelhantes**. Revista dos Tribunais, vol. 983/2017, p. 191 - 204, Set. de 2017.

⁹⁴ STF. SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **RE 1054110**, Relator(a): LUÍS ROBERTO BARROSO. Tribunal Pleno. Julgado em 09/05/2019. PROCESSO ELETRÔNICO REPERCUSSÃO GERAL - MÉRITO DJe-194. DIVULG 05-09-2019. PUBLIC 06-09-2019.

⁹⁵ STF. SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **RE 1054110**, Relator(a): LUÍS ROBERTO BARROSO. Tribunal Pleno. Julgado em 09/05/2019. PROCESSO ELETRÔNICO REPERCUSSÃO GERAL - MÉRITO DJe-194. DIVULG 05-09-2019. PUBLIC 06-09-2019.

Ademais, em consonância com a Corte Suprema, a livre iniciativa também integra a ordem econômica brasileira, representando uma escolha pela economia de mercado, isto é, que conta com poucas intervenções estatais. Em virtude dessa liberdade constitucionalmente assegurada, tem-se que o consumo colaborativo, notadamente simbolizado pelo transporte compartilhado por aplicativos, não pode ser proibido.⁹⁶

Além disso, a livre iniciativa também é um princípio específico da ordem econômica brasileira, e isso significa uma opção pela economia de mercado, que significa uma economia que gravita em torno da lei da oferta e da procura, com pontuais intervenções do Estado para corrigir falhas do mercado. Essa é a opção constitucional no Brasil. Portanto, nesse ambiente, eu penso ser incompatível com a livre iniciativa normas que proibam explicitamente uma atividade econômica, como, no caso, é o transporte individual remunerado de passageiros cadastrados em aplicativos⁹⁷.

O empreendedor que detém maior qualificação e é hábil a se adequar às contínuas demandas do mercado, isto é, o que detiver maior competência obterá recompensas por seu empenho. Logo, a livre concorrência se torna uma condição imprescindível ao êxito do sistema capitalista, se fundamentando no fato de que empresas, prestadores de serviços, alienadores e produtores competirão entre si.⁹⁸

Por ocasião da economia colaborativa, verifica-se uma notória organização triangular entre os agentes. Ainda que seja, em seu âmago, sustentada por operações *peer-to-peer*, como elucidado precedentemente, existe sempre a figura da plataforma responsável por permear a relação negocial entre consumidor e fornecedor aparente.

Nesta esteira, analisar-se-á a incumbência desempenhada por cada um dos agentes presentes no modelo que remonta o fracionamento esquemático entre consumo e produção, determinando um novo vínculo entre esses atores desse novo modelo de economia.

O primeiro agente a ser examinado é o fornecedor aparente, também intitulado “fornecedor de pares” e “*peer provider*”, conforme ressalta Otávio Carvalho.⁹⁹

O termo “fornecedor aparente”, todavia, será empregado para apontar o que

⁹⁶ STF. SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **RE 1054110**, Relator(a): LUÍS ROBERTO BARROSO. Tribunal Pleno. Julgado em 09/05/2019. PROCESSO ELETRÔNICO REPERCUSSÃO GERAL - MÉRITO DJe-194. DIVULG 05-09-2019. PUBLIC 06-09-2019.

⁹⁷ STF. SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **RE 1054110**, Relator(a): LUÍS ROBERTO BARROSO. Tribunal Pleno. Julgado em 09/05/2019. PROCESSO ELETRÔNICO REPERCUSSÃO GERAL - MÉRITO DJe-194. DIVULG 05-09-2019. PUBLIC 06-09-2019.

⁹⁸ TEIXEIRA, Tarcisio; MALDONADO, Gregory Tonin. **Uber**: a livre iniciativa e a inconstitucionalidade das leis municipais que proibem atividades semelhantes. Revista dos Tribunais, vol. 983/2017, p. 191 - 204, Set. de 2017.

⁹⁹ CARVALHO, Otávio Delavi. **Economia do compartilhamento**: responsabilidade dos agentes diante de violações ao Direito do Consumidor. 2018. 66 p. Monografia apresentada à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2018.

compartilha o bem sobre o qual exerce a propriedade, tendo em vista que se compreende ser o que é mais próximo dessa incumbência na constância da economia colaborativa.

Deste modo, o fornecedor aparente é o agente que viabiliza alguma coisa sobre a qual desempenha o direito de propriedade para utilização de outrem por intermédio da plataforma que exerce a mediação. Ele será a figura que, de algum modo, fará contatação direta com o consumidor/usuário, sendo, por exemplo, o motorista de aplicativo ou o anfitrião do Airbnb.¹⁰⁰

O fornecedor aparente é responsável pelo concreto sucesso do compartilhamento e o alcance, pelo consumidor, pelo pactuado. A qualidade do compartilhamento se deve a este agente. Pode-se fazer algumas comparações, de forma a criar equivalência entre o fornecedor aparente e prestadores clássicos já determinados no mercado.

Cita-se, de modo exemplificativo, o motorista aplicativo de carona. Ainda que existam similaridades, há, também, atributos intrínsecos à economia colaborativa que inviabilizam a comparação desse fornecedor com outros profissionais.

Neste sentido, na visão de Alessandra Garcia Marques, deve-se atentar que, primeiramente, tanto o fornecedor que tenciona oportunizar o serviço quanto o usuário devem proceder ao cadastro nas bases do aplicativo. O atributo mais importante do serviço que se vale da inovação em estudo é que ele é consolidado porta a porta.¹⁰¹

O determinado fornecedor, nesse caso de exemplo, o motorista, não detém um ponto específico, devendo tão somente satisfazer as requisições impingidas pela empresa na ocasião do cadastro, que tangem à qualidade do automóvel e do serviço, sujeitando-se à forma de remuneração estabelecida pela desenvolvedora do aplicativo.¹⁰²

Deste modo, o passageiro, que apenas pactuará o serviço por intermédio do aplicativo, deverá proceder à remuneração do motorista em espécie ou através de cartão de crédito, na quantia estabelecida pelo aplicativo, que descontará, na ocasião do pagamento com o cartão de crédito, o montante alusivo à remuneração da empresa.¹⁰³

O pagamento relacionado ao serviço é realizado levando-se em conta a distância espacial e temporal despendidas, havendo uma tabela de quantias fixas, em consonância com

¹⁰⁰ CARVALHO, Otávio Delavi. **Economia do compartilhamento: responsabilidade dos agentes diante de violações ao Direito do Consumidor**. 2018. 66 p. Monografia apresentada à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2018.

¹⁰¹ MARQUES, Alessandra Garcia. Inovação e direitos fundamentais: o impacto do aplicativo Uber no mercado consumidor brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 107/2016, p. 59 - 87, Set. - Out. de 2016.

¹⁰² MARQUES, Alessandra Garcia. Inovação e direitos fundamentais: o impacto do aplicativo Uber no mercado consumidor brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 107/2016, p. 59 - 87, Set. - Out. de 2016.

¹⁰³ MARQUES, Alessandra Garcia. Inovação e direitos fundamentais: o impacto do aplicativo Uber no mercado consumidor brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 107/2016, p. 59 - 87, Set. - Out. de 2016.

a categoria e a localização em que o serviço é consolidado.¹⁰⁴

Acontece que um dos debates mais importantes na análise da economia colaborativa engloba, de maneira direta, o fornecedor aparente. Ainda que sendo uma espécie de *provider*, isto é, o indivíduo que providencia algo no mercado de consumo, existe a incerteza de que, no que tange à plataforma, ele não desempenharia a função de consumidor.¹⁰⁵

Existe uma maior tendência dos Tribunais, porém não consolidada, na compreensão de que o fornecedor aparente, concretamente, compõe a cadeia de fornecimento da economia colaborativa e, nesta qualidade, responderia objetivamente pela má prestação do serviço. Essa temática foi objeto de apreciação realizada pelo Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, que decidiu:

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO INDENIZATÓRIA. CANCELAMENTO UNILATERAL DE RESERVA EFETUADA NA PLATAFORMA “AIRBNB”. SENTENÇA DE PROCEDÊNCIA. RECURSO AVIADO PELA REQUERIDA. PEDIDO DE ATRIBUIÇÃO DE EFEITO SUSPENSIVO AO APELO. MOMENTO INADEQUADO PARA ANÁLISE. DESNECESSIDADE DE APRECIAÇÃO NO CASO. RECURSO NÃO CONHECIDO NESTE PONTO. ILEGITIMIDADES PASSIVA E ATIVA. NÃO ACOLHIMENTO. TEORIA DA ASSERTÃO. CONDIÇÕES DA AÇÃO ANALISADAS “IN STATUS ASSERTIONIS”. RESPONSABILIDADE PELOS FATOS NARRADOS NA EXORDIAL E DIREITO À INDENIZAÇÃO PRETENDIDA QUE, NESTA FASE PROCESSUAL, FAZEM PARTE DO MÉRITO. RESPONSABILIDADE CIVIL. RELAÇÃO DE CONSUMO. APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS. PLATAFORMA OFERECIDA PELA RÉ QUE SE PROPÕE A APROXIMAR ANFITRIÕES E HÓSPEDES, QUE SE SUBMETEM À REGULAMENTAÇÃO DISPONIBILIZADA POR ELA. PAGAMENTO DE TAXAS DE SERVIÇO. TEORIA DO RISCO DO EMPREENDIMENTO. RESPONSABILIDADE OBJETIVA E SOLIDÁRIA DOS FORNECEDORES DA CADEIA DE CONSUMO. DANOS MATERIAIS DEVIDAMENTE COMPROVADOS. DEVER DE REPARAÇÃO INTEGRAL. REEMBOLSO DEVIDO. DANO MORAL CONFIGURADO. CANCELAMENTO DA RESERVA QUATRO DIAS ANTES DO INÍCIO DA HOSPEDAGEM. VIAGEM PROGRAMADA COM VÁRIOS MESES DE ANTECEDÊNCIA. SITUAÇÃO QUE EXTRAPOLOU O MERO ABORRECIMENTO E O SIMPLES DESCUMPRIMENTO CONTRATUAL. “QUANTUM” INDENIZATÓRIO. PEDIDO DE REDUÇÃO. IMPOSSIBILIDADE. OBSERVÂNCIA AOS PRINCÍPIOS DA RAZOABILIDADE E DA PROPORCIONALIDADE E AO ENTENDIMENTO JURISPRUDENCIAL. CARÁTER PEDAGÓGICO DA CONDENAÇÃO. PECULIARIDADES DO CASO CONCRETO. SENTENÇA MANTIDA. FIXAÇÃO DE HONORÁRIOS RECURSAIS. APELAÇÃO CÍVEL PARCIALMENTE CONHECIDA E, NA EXTENSÃO, DESPROVIDA)¹⁰⁶.

¹⁰⁴ MARQUES, Alessandra Garcia. Inovação e direitos fundamentais: o impacto do aplicativo Uber no mercado consumidor brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 107/2016, p. 59 - 87, Set. - Out. de 2016.

¹⁰⁵ MARQUES, Alessandra Garcia. Inovação e direitos fundamentais: o impacto do aplicativo Uber no mercado consumidor brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 107/2016, p. 59 - 87, Set. - Out. de 2016.

¹⁰⁶ TJPR. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO PARANÁ. **Apelação nº 0018575-66.2019.8.16.0035**. Rel.: DESEMBARGADOR GUILHERME FREIRE DE BARROS TEIXEIRA. 10ª Câmara Cível. Julgamento em 14/06/2021.

Por ocasião da decisão, o Tribunal de Justiça referido dá conta de que o fornecedor aparente, anteriormente destacado, compõe a cadeia de fornecimento do serviço, devendo responder de forma objetiva pela falha em sua prestação:

Logo, os usuários do serviço oferecido pela requerida se submetem às regras contratuais por ela estabelecidas, além de estarem sujeitos ao pagamento de contraprestação, através das taxas de serviço. Ademais, mesmo que se cogite que o cancelamento decorreu de conduta do anfitrião, a cadeia de fornecimento do serviço responde objetivamente pelos danos causados às consumidoras, como visto acima. Assim, acertadamente concluiu o d. Magistrado singular que, “Portanto, trata-se de responsabilidade solidária, porquanto as plataformas digitais de oferta de serviços de hospedagem, seja de hotéis ou imóveis de pessoas físicas, na qualidade de fornecedora de serviços, integram a cadeia de consumo, pois auferem vantagem econômica pelos negócios concretizados entre consumidor e terceiros. Não há como acolher a justificativa de culpa exclusiva do anfitrião, posto que o fato de terceiro, que exclui a responsabilidade de indenizar nas relações de consumo, é aquele completamente estranho à atividade empresarial da prestadora de serviços, denominado como fortuito externo, que não restou demonstrado nos autos”¹⁰⁷.

Necessária se faz a lição de Cezar Peluso sobre a temática ora instada:

Antes, porém, força convir ostentar-se de todo equânime a disposição de que quem cria risco a outrem com sua atividade, daí tirando qualquer proveito, não necessariamente econômico (...) seja por ele responsabilizado. (...) Trata-se de uma potencialidade danosa intrínseca do que seja uma atividade organizada, não eventual ou esporádica, (...) não se exige que a atividade seja de risco, mas sim risco da atividade¹⁰⁸.

Neste sentido, abordando o fornecedor aparente na qualidade de fornecedor, há no que a ele tange, componentes próprios de sua tarefa na constância de uma economia colaborativa, isto é: a avocação de riscos pessoais, sobretudo referentes às limitações impingidas pela plataforma, empregando tempo e empenho para elaborar uma boa reputação, eivada de boas avaliações. Ademais, existe o risco patrimonial, eis que, nessa modalidade de economia, o fornecedor compartilha um bem de sua propriedade, que também serve à sua utilização.

O Dicionário Houaiss da língua portuguesa define fornecedor como sendo: “adj.s.m. 1 que ou o que fornece (algo) 2. que ou aquele que abastece com regularidade (alguém) com algum produto, matéria-prima, água, gás, eletricidade etc. 3 que ou o que produz, que é fonte de; produtor.”¹⁰⁹

De acordo com os preceitos de Maria Helena Diniz, em sua obra de Dicionário

¹⁰⁷ TJPR. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO PARANÁ. **Apelação nº 0018575-66.2019.8.16.0035**. Rel.: DESEMBARGADOR GUILHERME FREIRE DE BARROS TEIXEIRA. 10ª Câmara Cível. Julgamento em 14/06/2021.

¹⁰⁸ PELUSO, Cezar. **Código civil comentado**: doutrina e jurisprudência. 6ª ed. Barueri: Manole, 2012.

¹⁰⁹ HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva. Op. cit. p. 1376.

Jurídico, encontra-se o seguinte sentido para fornecedor:

“1. É a pessoa natural ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, ou ente despersonalizado, que desenvolve atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.”¹¹⁰

Faz-se então muito importante a interpretação da expressão do conceito de fornecedor, tendo em vista que é tida como fornecedora a pessoa que coloca produtos ou serviços no mercado de consumo.

No que diz respeito à responsabilidade dos agentes na ocasião da ausência de diligência do fornecedor aparente, o Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro determinou que a plataforma e o fornecedor aparente respondessem de maneira solidária, tendo em vista que formam o polo fornecedor do vínculo:

Os Autores imputam à Ré a responsabilidade pelos danos materiais e morais que sofreram em razão da impossibilidade de hospedagem em apartamento previamente reservado por meio da plataforma digital por ela mantida. Aduziram que a Demandada não lhes prestou o devido auxílio e não solucionou o problema, tendo sido obrigados a buscar hospedagem em hotéis em razão da ausência de vagas na cidade de Nova Iorque no período do Natal de 2012.

(...) Além disso, este Tribunal de Justiça já se manifestou quanto a legitimidade das empresas que auxiliam na reserva de hotéis e imóvel por meio de plataformas digitais.

A prova dos autos demonstra a falha na prestação de serviços da Ré em razão do cancelamento da reserva no mesmo dia em que ela se iniciava, sendo-lhe defeso sustentar a ocorrência de fato exclusivo de terceiro porque sua responsabilidade decorre da ausência de diligência junto aos proprietários do imóvel para confirmar a reserva¹¹¹.

Por ora, também se faz crucial a análise do consumidor/usuário enquanto agente componente da economia colaborativa. No que diz respeito ao vínculo clássico do mercado de consumo, esse elemento não apresenta grandes dicotomias, eis que figura como destinatário final do vínculo.

Falando acerca de consumidor, Nehemias Domingos de Melo afirma que o conceito faz alusão à “pessoa física ou jurídica que adquire o produto, para uso próprio ou de terceiro, ou contrato de serviço, condicionando apenas a que seja o destinatário final, isto é, que não

¹¹⁰ DINIZ, Maria Helena. **Dicionário jurídico**. São Paulo: Saraiva, 1998. p. 585. Volume 2.

¹¹¹ TJRJ. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Apelação Cível Nº 0000837-08.2016.8.19.0061**. Relator: Des. Leila Albuquerque. 25ª Câmara Cível/Consumidor. Julgamento em 29/03/2017.

recoloque o produto ou serviço adquirido no mercado de consumo”.¹¹²

Desta forma, o consumidor/usuário paga pelo valor e, em contrapartida, aufero o direito de utilização/compartilhamento do bem. Deve-se salientar, contudo, que na economia colaborativa o consumidor pode demonstrar uma postura mais ativa do que o habitual.

Isso ocorre porque tendo em vista que a confiança é um componente precípuo desta modalidade de negócios, os critérios de apuração recíprocos entre consumidor e fornecedor aparente necessitam que estes primem por uma boa reputação na constância da plataforma.

Logo, Rafael Mansur aduz que isso impinge, na eventualidade, que o consumidor tenha o condão de buscar a determinação de um bom e equilibrado vínculo com quem procede ao compartilhamento do bem, de forma que não seja estereotipado como um usuário mal ou inoportuno.¹¹³

Finalmente, o terceiro agente da economia colaborativa é a plataforma propulsora. Na qualidade de componente que intermedia o vínculo *peer-to-peer*, realizado entre usuário/consumidor e fornecedor, atua como elemento viabilizador do modelo econômico mencionado.

Deste modo, salienta-se o posicionamento de Cláudia Lima Marques acerca da temática, que discorre que na economia colaborativa, o cerne é a confiança, sendo certo que existe responsabilidade e comprometimento sobre a confiança estabelecida.¹¹⁴

Nesta toada, a citada autora esclarece que em todas as conjunturas de consumo colaborativo executadas por intermédio da internet, a plataforma digital é utilizada e conservada por quem se predispõe a possibilitar espaço ou ferramenta de oferta através de um aplicativo ou site.¹¹⁵

Com relação à plataforma, aplicativo ou site age não somente na qualidade de simplificador, mas sim como o elemento que possibilita e, em várias ocasiões, a organização de um certo padrão de negócio. Noutras palavras, a autora explicita que o aplicativo ou site autoriza o acesso à *highway* e age como depositário deste, isto é, um *gatekeeper* (protetor do acesso), que avoca para si a tarefa de, ao oportunizar o serviço de mediação ou simplificação, assegurar a segurança do padrão de negócio, fomentando a confiança que o tornará

¹¹² MELO, Nehemias Domingos de. **Dano Moral nas Relações de Consumo**. São Paulo: Saraiva, 2008, p. 32.

¹¹³ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação: um estudo de caso da OLX**. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

¹¹⁴ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 8ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

¹¹⁵ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 8ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

viabilizado pela internet.¹¹⁶

Sob o *status* de *gatekeeper*, a plataforma concretamente estrutura e torna possível todo o padrão de negócios. Com a sua ausência, a economia colaborativa, com toda a certeza, não seria eivada de sua acepção mercadológica, limitando-se a apenas uma prática, conforme anteriormente explicitado, de comunidades.

O Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, em virtude de acórdão prolatado em apreciação de Apelação Cível, firmou posicionamento de que a plataforma, através de seus recursos possibilitadores, pode ser caracterizada como fornecedor importante no padrão de negócios, eis que a utilização dos serviços não é regulamentada pelo usuário ou pelo detentor do recurso a ser compartilhado, mas sim pela plataforma digital.

APELAÇÃO CÍVEL – Prestação de serviços – Ação de repetição de indébito cumulada com indenização por dano material – Reserva de estadia em imóvel por meio de website de economia compartilhada – Pagamento realizado para empresa estrangeira – Informações na webpage de pagamento acerca da realização da transação em dólares em cumprimento à legislação nacional – Pretensão de pagamento em moeda nacional – Impossibilidade – Ausência de violação ao dever de informação ao consumidor – Preço acordado com o proprietário do imóvel que não vincula a empresa de economia compartilhada, regida por seus próprios termos de uso – Sentença de improcedência – Sentença mantida – Recurso não provido. As plataformas de economia compartilhada, tais como Uber, DogHero, TaskRabbit, Couchsurfing e a própria apelada, empoderaram o cidadão ao permitir o aproveitamento de seus recursos particulares com valor de mercado, tais como seus carros, seu tempo, sua capacidade laborativa e seu espaço residencial disponível. Todavia, a utilização destes serviços pelo consumidor não é disciplinada pelo proprietário ou pelo titular do recurso compartilhado, e sim pelos termos e condições de uso da plataforma, o que inclui suas normas de pagamento, de segurança, higiene, de qualidade do serviço, entre outros. Assim, o preço eventualmente informado pelo anfitrião por mensagem não prevalece sobre o preço e as informações constantes da webpage de pagamento (fl. 88)¹¹⁷.

Todavia, é necessário indicar a forma pela qual o ordenamento jurídico pátrio cataloga a plataforma. Em consonância com o artigo 5º, VII e artigo 15 da Lei nº 12.965/2014, as plataformas são provedores de aplicações de internet.¹¹⁸

Para isso, o regramento obriga que as plataformas digitais sejam constituídas no modo de pessoa jurídica, desempenhando atividade de maneira estruturada, de modo profissional e com finalidades de natureza econômica.¹¹⁹

¹¹⁶ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 8ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

¹¹⁷ TJSP. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Apelação Cível 1006651-04.2017.8.26.0077**. Relator (a): Daniela Menegatti Milano. Órgão Julgador: 19ª Câmara de Direito Privado. Foro de Birigui - 3ª Vara Cível. Data do Julgamento: 30/07/2018. Data de Registro: 01/08/2018.

¹¹⁸ BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm>. Acesso em: 06 out. 2021.

¹¹⁹ BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm>. Acesso em: 06 out. 2021.

Ademais, é necessário acrescentar, ainda, a definição de “fornecedor fiduciário” na visão de Fábio Schwartz¹²⁰, uma vez que este conceito envolve confiança, elemento crucial para a configuração do vínculo na constância de uma atividade colaborativa.

Assim sendo, o fornecedor fiduciário se fundamenta no ideal de que a fides (a confiança e a fé), componente precípua destes vínculos, tem o condão de tornar o intermediário em um efetivo “fiador” da honestidade do responsável pelo oferecimento do bem.¹²¹

Por intermédio da confiança depositada em sua marca, o consumidor relaciona a oferta à demanda, acarretando neste uma efetiva expectativa de que o acordado se consolidará conforme esperado e o serviço a ser executado diretamente por terceiro será desempenhado segundo o anúncio.¹²²

Cláudia Lima Marques reforça que a tarefa do guardião de acesso, ou *gatekeeper*, é o de assegurar a segurança da forma negocial oportunizada, em uma modalidade de responsabilidade de rede, cuja precisa ampliação, todavia, será estabelecida no caso concreto, de acordo com o estágio de ingerência que apresente sobre o negócio.¹²³

A autora acima citada ainda ressalta que a economia colaborativa se trata de uma economia, ou seja, de negócios. Em virtude disso, despende custos, existindo a presença do usuário/consumidor. Há conjunturas em que poderá existir a responsabilidade do mediador em razão da consolidação do dever precípua de prestar o negócio objeto da mediação com o consumidor.¹²⁴

No entanto, na maioria das situações, o que somente facilita e intermedia o negócio deverá assegurar a confiança e segurança no âmbito oportunizado para celebrá-lo, não sendo responsável, obrigatoriamente todas às vezes, pelas prestações acordadas entre as partes, conforme ressalta Cláudia Lima Marques.¹²⁵

2.3 O PRINCÍPIO DA CONFIANÇA NO CONSUMO COMPARTILHADO

¹²⁰ SCHWARTZ, Fábio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 111, p. 221-246, ano 26, mai-jun, 2017.

¹²¹ SCHWARTZ, Fábio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 111, p. 221-246, ano 26, mai-jun, 2017.

¹²² SCHWARTZ, Fábio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 111, p. 221-246, ano 26, mai-jun, 2017.

¹²³ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 8ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

¹²⁴ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 8ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

¹²⁵ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 8ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

Em consonância com Antonio Pereira Júnior, Catharine Jereissati e Mario Bezerra, a economia colaborativa consiste em uma expressão ideológica elaborada através da boa utilização de recursos, tendo em vista que os que não eram usufruídos em sua totalidade, se compartilhados, são hábeis a criar novas utilidades e valores.¹²⁶

Trata-se de um movimento de natureza econômica em que os indivíduos têm o objetivo de compartilhar produtos uns dos outros, utilizando a internet como simplificadora da comunicação e da movimentação de bens que não mais são usados, necessariamente precisando do atributo da confiança para tal feita.¹²⁷

Roger Mayer discorre acerca de uma das definições mais utilizadas em toda a literatura, aonde o mesmo afirma que os vínculos de confiança podem ser definidos como a “disposição de uma parte em ser vulnerável às ações de outra parte, na expectativa de que o outro irá cumprir uma ação importante, independente da sua capacidade de controlar essa outra parte”.¹²⁸

Deste modo, pode-se dizer que nos últimos séculos, a confiança era algo que ocorria apenas entre os membros da família e amigos próximos, por consequência dos fortes laços entre esses indivíduos, de modo que acabara se formando uma comunidade de cunho íntimo, aonde apenas pessoas dos mesmos laços fraternos de inseriam, as quais obtinham normas e comportamentos comuns estabelecidos.

Porém, com a participação de novas pessoas adentrando na economia colaborativa por intermédio de plataformas, acabara se possibilitando que novos usuários se conectem com uma gama de novos indivíduos, de modo nunca antes presenciado na história da humanidade.

Embora, apesar da grande gama de interações que podem ser feitas entre usuários, estas chamadas interações normalmente podem se caracterizar, muitas vezes, por um viés de incerteza e desconfiança.

A maneira na qual se constrói e se apresenta os vínculos de confiança na economia colaborativa se torna muito mais difícil e obscura do que se comparada com os outros nichos da economia tradicional, sendo justamente por isso, uma das razões em que a economia

¹²⁶ PEREIRA JUNIOR, Antonio Jorge; JEREISSATI, Catharine Santa Cruz; BEZERRA, Mario de Quesado Miranda. Impacto do modelo de negócio do Airbnb no mercado de hospedagem: autonomia privada, internet, economia colaborativa e as novas fronteiras do Direito do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 119. São Paulo: Ed. RT, set.-out., 2018.

¹²⁷ PEREIRA JUNIOR, Antonio Jorge; JEREISSATI, Catharine Santa Cruz; BEZERRA, Mario de Quesado Miranda. Impacto do modelo de negócio do Airbnb no mercado de hospedagem: autonomia privada, internet, economia colaborativa e as novas fronteiras do Direito do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 119. São Paulo: Ed. RT, set.-out., 2018.

¹²⁸ MAYER, R. C.; DAVIS, J. H.; SCHOORMAN, F. D. An integrative model of organizational trust. **Academy of Management Review**, v. 20, n.3, p. 709-734, 1995.

colaborativa acaba se diferenciando da economia tradicional em diferentes aspectos.

Uma das características considerada distinta do aspecto tradicional é o número de participantes que são inseridos no serviço. Pode-se dizer que na economia de cunho tradicional há dois principais atuantes, o usuário e o provedor do serviço, e já em contra ponto, no cunho da economia colaborativa há três pessoas atuantes, dentre elas: o usuário do serviço, um intermediário e demais usuários que compartilham desse mesmo serviço.¹²⁹

Deste modo, o aspecto da confiança em serviços de cunho colaborativo, deve-se levar em consideração dois aspectos, quais sejam: a confiança entre esse usuário que irá utilizar a plataforma, mas também a confiança no intermediário provedor da plataforma, aonde é extremamente necessária a confiança entre esses usuários que irão compartilhar desse serviço na plataforma digital.

Ainda de acordo com Mareike Möhlmann, pode-se ressaltar que a confiança na economia colaborativa se transfere de uma parte para a outra de maneira hierárquica, chamada de maneira popular como o efeito transbordamento (*spill-over effect*), aonde a confiança que se estabelece no intermediador, que provê a plataforma, é obtida e lograda através de uma marca consolidada e reconhecida, na qual a mesma acaba por influenciar e induzir a confiança nos indivíduos no qual se compartilham os serviços na plataforma.¹³⁰

Outra característica importante é a transferência de posse, de acordo com Myriam Ertz, aonde na economia colaborativa, os usuários utilizadores do serviço têm a possibilidade de poder ceder ou ter acesso a recursos apenas de maneira temporária, qual seja, o recurso utilizado deve ser devolvido no mesmo estado em um espaço de tempo pré-definido, evocando-se novamente o princípio da confiança entre os usuários.¹³¹

Ademais, insta salientar que na economia colaborativa não há a características de recorrência das interações na mesma utilização do mesmo serviço, ou seja, na maioria das vezes a possibilidade de não se repetir é grande. Desse modo, conforme elucida Yulin Fang, os serviços colaborativos não possibilitam que a simples transferência de conhecimento que um indivíduo possui possa ser utilizada de uma experiência passada, como na economia tradicional.¹³²

¹²⁹ MÖHLMANN, M. **Digital Trust and Peer-to-Peer Collaborative Consumption Platforms: A Mediation Analysis**. Ssrn, p. 1–38, 2016.

¹³⁰ MÖHLMANN, M. **Digital Trust and Peer-to-Peer Collaborative Consumption Platforms: A Mediation Analysis**. Ssrn, p. 1–38, 2016.

¹³¹ ERTZ, M.; DURIF, F.; ARCAND, M. **Collaborative Consumption: Conceptual Snapshot At a Buzzword**. Journal of Entrepreneurship Education, Vol. 19 No. 2, pp. 1–23, 2016.

¹³² FANG, Y; QURESHI I; SUN, H; MCCOLE, P; RAMSEY, E, LIM, K. **Trust, satisfaction, and online re-purchase intention: The moderating role of perceived effectiveness of ecommerce institutional mechanisms**. MIS Quart. v. 38, n. 2, p. 407-427, 2014.

Desse modo, pode-se concluir que uma das principais dificuldades da economia colaborativa é conseguir diminuir a incerteza e a desconfiança com relação aos riscos que a plataforma pode propiciar através dos mecanismos e investimentos de confiança entre estranhos que acabam interagindo entre si, através da plataforma digital.¹³³

Ainda de acordo com Mareike Mohlmann, ocorre uma série de situações que acabam tornando a economia colaborativa uma opção que gera satisfação e influência com relação às pessoas que a utilizam, fazendo com que esse tipo de serviço seja utilizado novamente, dentre eles o pertencimento dos usuários se sentirem pertencidos a uma comunidade ou sociedade, redução de custos, familiaridade do serviço, menos impactos ambientais e sustentáveis, funcionamento online, afinidade por tendências, utilidade e também, não podendo esquecer, a confiança.¹³⁴

Neste vínculo negocial, existem sujeitos qualificados como o receptor (o que executa de modo indireto por meio da disponibilização de formas para negociação) e o provedor (o que concretamente executará o negócio jurídico como fornecedor de serviços e/ou bens)¹³⁵.

Deste modo, é importante ressaltar que em todas essas etapas é necessária que haja o vínculo de confiança entre os indivíduos, de modo que se não a houvesse, provavelmente o sistema negocial acabaria não se executando.

Outrossim, na visão de Claudia Lima Marques, a economia do compartilhamento, em síntese, é um sistema negocial de consumo, em que os indivíduos alugam, utilizam, permutam, doam, compartilham ou emprestam bens, recursos, serviços ou *commodities*, de sua propriedade, comumente com o auxílio de tecnologia e aplicativos online móveis, com o intuito de economizar, minorar resíduos, gasto de tempo, cortar despesas, ou imobilizar o patrimônio ou otimizar as práticas de sustentabilidade ou qualidade de vida.¹³⁶

Pelo que pode se observar, percebe-se que no momento em que a confiança é depositada entre estranhos e as condições de tecnologia em que a plataforma digital se encontra, a mesma pode propiciar um ambiente que favorece a otimização de recursos por meio do compartilhamento, de modo que facilita a chamada economia colaborativa.

¹³³ MÖHLMANN, M.; GEISSINGER, A. Trust in the Sharing Economy: Platform-Mediated Peer Trust.

Cambridge Handbook of the Law and Regulation of the Sharing Economy, v. 70, n. 1, p. 26–44, 2018.

¹³⁴ MÖHLMANN, M. Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 14, p. 193–207, 2015.

¹³⁵ PEREIRA JÚNIOR, Antonio Jorge; JEREISSATI, Catherine Santa Cruz; BEZERRA, Mário de Quesado Miranda. Impacto do modelo de negócio do airbnb no mercado de hospedagem: autonomia privada, internet, economia colaborativa e as novas fronteiras do direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 119, p. 269-294, set./out. 2018.

¹³⁶ MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

Configuram-se como vínculos de confiança, comumente contratuais, a maior parte onerosa, sendo gratuita a utilização do aplicativo, sendo dispendido um percentual do pactuado ao guardião da tecnologia online. Em outros casos, pode-se consolidar o modo cooperativo, em que se realizam doações de pequeno porte, *crowdfunding*, ou permutas gratuitas.¹³⁷

Deste modo, pode-se dizer que as tecnologias acabam tendo uma importância significativa na formação do fenômeno, mas não acaba o determinando, haja vista que existem outros elementos que acabam atuando de maneira igual nesses processos, como a confiança entre os usuários desconhecidos.

Talvez possa parecer um pouco precipitado colocar a confiança em lugar de destaque uma vez que ela sempre existiu, em algum grau, em todas as relações, principalmente as consumeristas, porém, resta nítido que a economia compartilhada tem como um cerne principal o atributo da confiança. E não apenas se referindo somente ao ato de dar carona a um desconhecido que estende o braço na estrada, mas a função que a confiança tem na vida na sociedade como um todo, devido ao seu papel nos processos de organização social e também econômico, bem como estabelece António Finuras, em sua tese de doutorado em Ciência Política.¹³⁸

Além da tecnologia que possibilita a relação entre os usuários, a confiança parece ser um atributo fundamental para que as pessoas adotem a forma de pensar colaborativa e tenham segurança para participar dessa nova economia. Antes do Airbnb, seria pouco provável e raro que uma pessoa acabasse alugando sua casa para um desconhecido, podendo-se chegar ao questionamento de como eles conseguiram mudar esse padrão de comportamento? Sem sombra de dúvidas, foi uma inovação completamente inovadora e disruptiva do sistema anterior, aonde dois princípios são básicos para o seu desenvolvimento: compartilhamento de recursos e confiança.¹³⁹

Viver em sociedade parece ser necessário que haja a confiança perante pessoas desconhecidas: sejam eles vendedores, encanadores, taxistas, agentes de turismo, prestadores

¹³⁷ MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

¹³⁸ FINURAS, António Paulo Menezes de Carvalho. **Confiança nas instituições e valores culturais: estudo internacional comparado entre Angola, Cabo Verde, Moçambique e Portugal**. 2013. 430p. Tese (Doutorado em Ciência Política). Doutorado em Ciência Política, Faculdade de Ciências Sociais, Educação e Administração da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2013.

¹³⁹ FINURAS, António Paulo Menezes de Carvalho. **Confiança nas instituições e valores culturais: estudo internacional comparado entre Angola, Cabo Verde, Moçambique e Portugal**. 2013. 430p. Tese (Doutorado em Ciência Política). Doutorado em Ciência Política, Faculdade de Ciências Sociais, Educação e Administração da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2013.

de serviço. Porém, pode-se perceber que todos esses estranhos têm em comum o papel de acabarem desempenhando funções e representarem sistemas ou organizações nas quais acabamos estabelecendo um vínculo de confiança, seja por indicação, por costume ou por julgarmos que o serviço ou produto irá funcionar bem.

Ou seja, parece que se confia na funcionabilidade do serviço ou produto, e não em pessoas. Deste modo, observa-se o viés contrário na maioria das práticas da economia colaborativa, aonde é necessário confiar nas pessoas em si, ainda que estejam sendo intermediadas por determinadas plataformas, aonde as empresas da chamada economia colaborativa acabam criando mecanismos para que se possa confiar nas pessoas que nunca estiveram em sua rede de confiança, e oferecem deste modo, espaços para encontrá-las, aonde as pessoas que o usuário se relacionará e a decisão de confiar será exclusivamente dele, e dentre as estratégias mais importantes para construção da confiança está o que os próprios desconhecidos dizem uns sobre os outros.¹⁴⁰

Percebe-se, desta forma, que não são modos clássicos de vínculo jurídico, e, por consequência, se chocam com a legislação e ferramentas de tutela do consumidor. Em razão de sua expansão no meio virtual, os próprios atributos do mercado digital constituem obstáculos para a tutela do consumidor, tais como: a desterritorialização, a desmaterialização e a despersonalização constantes do pacto celebrado, todas efetuadas pelo fato de haver uma confiança gerada da plataforma digital perante o seu consumidor.¹⁴¹

Segundo Ricardo Barreto e Têmis Limberger, a desmaterialização do contrato ocorre pelo fato de que o computador, bem como outros dispositivos tecnológicos, somente demonstra a imagem codificada do instrumento contratual, não havendo fundamentos físicos. Logo, o obstáculo a ser ultrapassado é a confiança sistematizada do consumidor no fornecedor para a celebração do pacto.¹⁴²

A desterritorialização se qualifica pela inexistência de fronteiras na seara virtual propiciada pela navegação no espaço digital. A despersonalização, por seu turno, é determinada pela inexistência de qualificação do comprador do serviço e do fornecedor¹⁴³.

¹⁴⁰ FINURAS, António Paulo Menezes de Carvalho. **Confiança nas instituições e valores culturais: estudo internacional comparado entre Angola, Cabo Verde, Moçambique e Portugal**. 2013. 430p. Tese (Doutorado em Ciência Política). Doutorado em Ciência Política, Faculdade de Ciências Sociais, Educação e Administração da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2013.

¹⁴¹ BARRETO, Ricardo Menna; LIMBERGER, Têmis. Ciberespaço e Obstáculos 3D: desafios à concretização do direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 79, 2011.

¹⁴² BARRETO, Ricardo Menna; LIMBERGER, Têmis. Ciberespaço e Obstáculos 3D: desafios à concretização do direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 79, 2011.

¹⁴³ BARRETO, Ricardo Menna; LIMBERGER, Têmis. Ciberespaço e Obstáculos 3D: desafios à concretização do direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 79, 2011.

É sabido também, que para a execução de negociações virtuais, é crucial o apontamento de senhas, nomes, e-mail, documentos. Todavia, é certo que essas informações não obrigatoriamente são empregadas pelos indivíduos que executam o negócio em virtude da desobrigação da presença física.¹⁴⁴

Deve-se, ainda, priorizar acerca do princípio da confiança no que tange ao consumo compartilhado. Neste sentido, o que ocasiona que milhões de consumidores, diariamente, consolidem contratos nos ditames da economia do compartilhamento é a certeza da prestação, concretizada pela confiança posta nas relações contratuais e na própria plataforma da rede contratual, sobretudo em sua relação com a estrutura que oportuniza o serviço de consolidação e de fiscalização de consumo.¹⁴⁵

Essa confiança, de acordo com o estudado, é um princípio que estrutura a rede de consumo, sendo um princípio hábil a determinar reflexos importantíssimos para a esfera jurídica.¹⁴⁶

E é nesse contexto que a contratação de turismo moderno obtém uma nova roupagem, em virtude da nova dinâmica acarretada pelo consumo compartilhado, pelo fato de que tanto o consumidor quanto o fornecedor não se conhecem, mas todos constroem vínculos contratuais por meramente confiar nas relações existentes e na ação de fiscalização da plataforma.¹⁴⁷

Excede-se, desta certa forma, a desconfiança genérica que há no mercado de consumo, e, especialmente no que tange ao comércio eletrônico clássico, para um estágio pós-moderno de confiança generalizada, extrapolada, excessiva, estruturante e circular, o que Cláudia Lima Marques entendeu por bem intitular de hiperconfiança.¹⁴⁸

Como já destacado, os contratos pós-modernos são realizados à distância, de maneira desumanizada, em massa e ocultos do dia a dia das pessoas, sendo, ainda, impessoais a estágios elevados, nos quais a aparência, isto é, imagens, vídeos e sons, figuram como mais

¹⁴⁴VERBICARO, Dennis; VIEIRA, Janaína do Nascimento. A hipervulnerabilidade do turista e a responsabilidade das plataformas digitais: uma análise a partir da perspectiva da economia colaborativa. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 127/2020. Jan - Fev / 2020.

¹⁴⁵MUCELIN, Guilherme. **Conexão online e hiper confiança**: os players da economia do compartilhamento e o Direito do Consumidor. São Paulo: RT, 2020.

¹⁴⁶MUCELIN, Guilherme. **Conexão online e hiper confiança**: os players da economia do compartilhamento e o Direito do Consumidor. São Paulo: RT, 2020.

¹⁴⁷MUCELIN, Guilherme. **Conexão online e hiper confiança**: os players da economia do compartilhamento e o Direito do Consumidor. São Paulo: RT, 2020.

¹⁴⁸MARQUES, 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**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

relevantes do que o contrato em si.¹⁴⁹

Nesta senda, os consumidores se valem do som, da imagem, do click e da informação, na presença de uma pessoa jurídica ou de um indivíduo humano, em qualquer computador interligado ao redor do planeta. A confiança é depositada na seara eletrônica, nos dados, na entrega, no armazenamento, na pactuação, na viabilidade de eternizar o negócio jurídico e na sua finalidade, bem como na execução das expectativas do consumidor.¹⁵⁰

A economia do compartilhamento é bastante tradicional no âmbito online, se alimentando da reputação do fornecedor ou vendedor e da organização e legitimidade da própria plataforma. Nessas situações, a diversidade de relações pode ser escondida pela marca. A marca, como se sabe, elabora a confiança, a fidelidade e pode se vincular a outros pactos, confeccionando catividade.¹⁵¹

No que diz respeito a serviços oportunizados por grupos de grande porte, sendo marcas consolidadas, tais como empresas de hospedagem, de transporte, cadeias de restaurantes, cartões de crédito e outros, a marca é hábil e importantíssima para elaborar confiança na esfera da economia compartilhada.¹⁵²

Conforme aduz Carlos Affonso Pereira de Souza e Ronaldo Lemos, a confiança se evoca do nível de transparência que surgirão acerca das informações disponibilizadas, onde com base nelas se decidirá a efetuação ou não da contratação do serviço:

“[...] a economia do compartilhamento depende desse incremento no nível de transparência para que os indivíduos possam saber quem prestará a atividade solicitada e, até mesmo com base nas informações que venham a ser disponibilizadas, possam decidir sobre a efetiva contratação ou não.”¹⁵³

A consequência dessa nova espécie de catividade é que o grupo de consumidores ou consumidor almeja, legitimamente, o serviço prestado pelo grupo de fornecedores ou

¹⁴⁹ 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**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

¹⁵⁰ 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**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

¹⁵¹ 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**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

¹⁵² 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**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

¹⁵³ SOUZA, Carlos Affonso Pereira de; LEMOS, Ronaldo. **Aspectos jurídicos da economia do compartilhamento: função social e tutela da confiança**. *Revista de Direito da Cidade*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 4, nov. 2016. p. 1757-1777

fornecedor que se utiliza da imagem/marca/status em que deposita a confiança.¹⁵⁴

Em que pese à jurisprudência, menciona-se que o Superior Tribunal de Justiça admite a incidência do princípio da confiança e a responsabilidade advinda de sua quebra em contextos que abrangem fornecedor aparente que compelia a pactuação com fornecedor indireto, mas que, por ocasião da prestação, argumentou figurar como terceiro no que concerne à relação, sendo condenado por má-fé subjetiva.¹⁵⁵

O cerne nesta espécie de estrutura é a informação, bem como a incumbência de boa-fé fundamental para a execução da confiança cativada. Em outros termos, a relação e vínculos entre os parceiros de compartilhamento e o fornecedor-guardião do acesso é mais relevante do que o consumo em si.¹⁵⁶

Resta claro que a omissão do ente estatal em regulamentar as plataformas digitais tem gerado o errôneo sentimento de confiança e segurança, encobrindo o que efetivamente ocorre nesta espécie de vínculo. Ultrapassa a lógica enganada da autorregulação como resposta concreta à tutela do consumidor.¹⁵⁷

Deste modo pode-se salientar, de acordo com o sociólogo alemão Georg Simmel, que a confiança entre os indivíduos é um elemento primordial para a interação da sociedade como um todo, incluindo as interações sociais. Então, embora o foco de estudo do mesmo seja de acordo com suas interpretações com relação às análises que envolvem relações econômicas, o mesmo considera que independente das trocas envolverem dinheiro, o pilar da confiança será sempre necessário na efetuação dessa troca.¹⁵⁸

Ademais, outra situação que parece fundamental questionar é a maneira como essa confiança é construída e solidificada. De maneira que confiar em uma empresa hoteleira que está no ramo da hotelaria há cinquenta anos no mercado, é completamente diverso de acabar depositando a confiança em uma “pessoa comum” que aluga um quarto em sua casa através de uma plataforma digital. Deste modo, pode-se dizer que as trocas de experiências que ocorrem advindas da economia colaborativa parecem evidenciar outros processos de

¹⁵⁴ MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

¹⁵⁵ MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

¹⁵⁶ MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

¹⁵⁷ MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

¹⁵⁸ SIMMEL, Georg. **The philosophy of Money**. London: Routledge, 2004.

sedimentação da confiança, na qual a mesma parece se formalizar através de uma empresa, que possibilitará as intermediações, e as relações entre as pessoas que irão fazer a negociação, muitas vezes em seu ambiente pessoal, para a concretização daquela transação.¹⁵⁹

¹⁵⁹ SIMMEL, Georg. **The philosophy of Money**. London: Routledge, 2004.

3 CONTRATOS REALIZADOS NA PLATAFORMA AIRBNB COMO NEGÓCIOS DE CONSUMO

É importante destacar acerca do Airbnb, que assim como outras plataformas de locação por temporada por meio da economia compartilhada, o mesmo inovou e transcendeu com o auxílio da tecnologia.

A ideia de se hospedar na casa de familiares e conhecidos durante uma viagem não é algo que tenha começado a ocorrer na era informacional. Porém, foi através da economia compartilhada, com auxílio da tecnologia e, evidentemente, da internet, que novas formas contratuais surgiram, de maneira que a hospedagem deixou de ser feitas somente entre conhecidos, passando a ser efetuada também entre pessoas desconhecidas.

No que tange ao modelo contratual, o Airbnb se amolda ao contrato de adesão, firmado de maneira eletrônica, haja vista que são disponibilizados de maneira automática na plataforma digital, possibilitando ao anfitrião e ao hóspede aceitar e concretizar o negócio, ou então, caso contrário, restando somente a opção de recusá-lo.¹⁶⁰

Os contratos na seara virtual explicitam as mudanças consumeristas no âmbito das plataformas digitais, tendo em vista que uma das características, tal como a desterritorialização, acaba despersonalizando as partes do contrato, haja vista que as partes se encontram em localidades extremamente distintas. Deste modo, o distanciamento impossibilita o contato mais próximo, que permitira uma maior apreciação e personalização acerca da contratação firmada.

Nesta senda, a natureza contratual do Airbnb se exterioriza no mundo dos fatos e o problema que surge da omissão legislativa sobre a temática, causam as evidentes inseguranças acerca desse modelo negocial.

3.1 O NOVO MODELO DE HOSPEDAGEM E A CONTRATAÇÃO PELO AIRBNB

Os progressos tecnológicos na seara da comunicação e informação no decorrer do século XXI, em contínua e célere ascensão, modificaram o perfil do comportamento dos consumidores, possibilitando um âmbito fértil para novos parâmetros contratuais e

¹⁶⁰ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 77.

negociais.¹⁶¹

O advento da intitulada “economia compartilhada”, já tratada no capítulo anterior, modificou consideravelmente os serviços e o modo pelo qual estes são oportunizados e consumidos. Neste sentido, a “economia compartilhada” cuida de uma ação de partilha de um determinado bem particular, intentando oferecer economia ao consumidor, isto é, uma pessoa física que dissemina algum bem particular para fruição e uso de quem dele necessita.¹⁶²

Nesta esteira, não há a transmissão do bem e, em várias ocasiões, não há nem mesmo a posse, somente a utilização transitória da coisa em virtude de uma remuneração. Nesta acepção, emerge o facilitador da hospedagem de nome “Airbnb”, que concorre com os parâmetros clássicos de locação temporária de hospedagem.¹⁶³

O Airbnb constitui um *startup* com surgimento na cidade de São Francisco, mais precisamente na região denominada Vale do Silício, situada nos Estados Unidos da América.¹⁶⁴

A princípio, o projeto foi desenvolvido pelos designers Joe Gebbia e Brian Chesky e, posteriormente, foi adicionado à equipe um programador, de nome Nathan Blecharczyk. No início, o site se apresentava como “Airbedandbreakfast.com”, e tinha sido estruturado com instrumentos gratuitos oferecidos pela plataforma Wordpress.¹⁶⁵

Por ocasião da obra “As Upstarts”, o autor Brad Stone explicita alguns requisitos que viabilizaram a considerável ascensão desse e outros projetos no estágio da intitulada Web 3.0, a saber: i) o lançamento do iPhone e a viabilidade de se rodar programas (denominados aplicativos) por intermédio do smartphone; ii) a ascensão do Facebook e o convencimento para a elaboração de contas de usuários e a determinação de uma identidade na via digital; iii) a simplificação da integração do Google Maps a outros sites e aplicativos; iv) a derrocada do preço de celulares e computadores eivados de recursos mais poderosos; e v) o acesso à

¹⁶¹ SOARES, Cristiano Ferreira. **Inovação e obrigação:** a responsabilidade civil do Airbnb na economia do compartilhamento. 2019. 71 f. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019.

¹⁶² MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação:** um estudo de caso da OLX. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

¹⁶³ SOARES, Cristiano Ferreira. **Inovação e obrigação:** a responsabilidade civil do Airbnb na economia do compartilhamento. 2019. 71 f. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019.

¹⁶⁴ SOARES, Cristiano Ferreira. **Inovação e obrigação:** a responsabilidade civil do Airbnb na economia do compartilhamento. 2019. 71 f. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019.

¹⁶⁵ SOARES, Cristiano Ferreira. **Inovação e obrigação:** a responsabilidade civil do Airbnb na economia do compartilhamento. 2019. 71 f. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019.

internet de banda larga.¹⁶⁶

O ideário de se compartilhar acomodações com indivíduos não conhecidos não era inovador em si. Outros projetos, tais como HomeAway, VRBO, *Couchsurfing* e *Craigslist* já tinham executado algo semelhante em tempos anteriores. Inclusive a natureza prosaica do nome (airbed¹⁶⁷ and breakfast) achava similaridade em uma outra plataforma, a *Couchsurfing*¹⁶⁸, que também fazia alusão à estadias curtas em hospedagens precárias.¹⁶⁹

O que se demonstrou o diferencial entre o Airbnb e as outras plataformas mencionadas foi a mescla de senso de oportunidade, estratégias de marketing, site com bom design, campanhas de cunho publicitário, sistema de pagamento global e flexível (que se vale de vários serviços online, tal como o *PayPal*) e o fomento de capital por parte de empresas de capital de risco e investidores-anjos.¹⁷⁰

Em consequência, ainda que se leve em consideração a parca existência da plataforma (que foi fundada no ano de 2008), de acordo com o *The Guardian*, o Airbnb se achava, no ano de 2019, apurado em 30 bilhões de dólares, detendo uma quantia maior do que 6 milhões de anúncios disseminados por mais de 81 mil cidades no planeta e abarcando, em média, 2 milhões de indivíduos todas as noites.¹⁷¹

A sede da companhia se encontra na Irlanda e nos Estados Unidos da América, detendo mais de dez escritórios ao redor do mundo. No que tange ao Brasil, em consonância com uma matéria realizada pela Revista Valor Econômico, a plataforma experenciou um profundo crescimento no momento da Copa do Mundo de Futebol de 2014, bem como por ocasião da realização dos Jogos Olímpicos no ano de 2016.¹⁷²

No contexto dos eventos referidos, a plataforma em comento alçou o patamar de fornecedora oficial da hospedagem de cunho alternativo, e, no caso especial dos Jogos Olímpicos, deteve mais hóspedes de nacionalidade brasileira do que de outras, explicitando a

¹⁶⁶ STONE, Brad. **As Upstarts**. Como a Uber, o Airbnb e as Killer Companies do Novo Vale do Silício Estão Mudando o Mundo. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2017.

¹⁶⁷ Tradução: colchão inflável.

¹⁶⁸ Tradução: poltrona; sofá.

¹⁶⁹ STONE, Brad. **As Upstarts**. Como a Uber, o Airbnb e as Killer Companies do Novo Vale do Silício Estão Mudando o Mundo. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2017.

¹⁷⁰ STONE, Brad. **As Upstarts**. Como a Uber, o Airbnb e as Killer Companies do Novo Vale do Silício Estão Mudando o Mundo. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2017.

¹⁷¹ THE GUARDIAN. **How Airbnb Took Over The World**. 2019. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2019/may/05/airbnb-homelessness-renting-housing-accommodation-social-policy-cities-travel-leisure>>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁷² SCHINCARIOL, Juliana. Airbnb prevê movimentar R\$ 247 milhões durante Olimpíada. **Valor Econômico**. Disponível em: <<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2016/08/01/airbnb-preve-movimentar-r-247-milhoes-durante-olimpiada.ghml>>. Acesso em: 22 set. 2022.

maior visibilidade e concentração instigada no país.¹⁷³

Através do uso de seu aplicativo e de seu site, o Airbnb viabiliza a execução de reservas de hospedagem e o acesso à anúncios referentes à hospedagens. Os que oferecem as acomodações e/ou oportunizam experiências são intitulados anfitriões. Noutra giro, os que realizam as reservas são denominados hóspedes.¹⁷⁴

Os espaços oportunizados podem se apresentar nas mais variadas formas, isto é: quartos, apartamentos, casas, iglus, chalés, castelos, dentre outros. Para além da hospedagem em si, a plataforma também fomenta a oportunidade de experiências, incentivando os anfitriões a partilharem suas paixões e interesses, oportunizando vários instrumentos de criação em seu site.¹⁷⁵

Levando-se em consideração a plataforma Airbnb, sabe-se que ela almeja o lucro por intermédio da integração entre indivíduos. Foi instaurada numa conjuntura de economia colaborativa e se destina ao mercado de aluguéis de pequenas temporadas e hospedagem. É importante salientar que a plataforma em tese não figura como proprietária dos imóveis, mas tão somente a simplificadora da execução do negócio jurídico.¹⁷⁶

No que tange aos Termos de Serviço da plataforma por ora analisada, cuja última atualização ocorreu em 10 de fevereiro de 2022, a mesma qualificou-se como um espaço online que autoriza que seus usuários cadastrados, bem como terceiros determinados, oportunizarem serviços, incluindo a oferta de propriedades voltadas a férias ou outras utilizações.¹⁷⁷

Salienta-se que a Airbnb não é proprietária, tampouco elabora ou aliena, revende oportuniza, controla, administra, oferece, abastece ou entrega qualquer espécie de anúncio ou serviços, além de não organizar ou estruturar pacotes de viagem. As empresas e/ou pessoas cadastradas na plataforma, intitulados de anfitriões, detêm total responsabilidade sobre seus

¹⁷³ SCHINCARIOL, Juliana. Airbnb prevê movimentar R\$ 247 milhões durante Olimpíada. **Valor Econômico**. Disponível em: <<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2016/08/01/airbnb-preve-movimentar-r-247-milhoes-durante-olimpiada.ghtml>>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁷⁴ AIRBNB, INC. **O que é o Airbnb e como ele funciona?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/2503/o-que-%C3%A9-o-airbnb-e-como-ele-funciona>>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁷⁵ AIRBNB, INC. **O que é o Airbnb e como ele funciona?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/2503/o-que-%C3%A9-o-airbnb-e-como-ele-funciona>>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁷⁶ VERBICARO, Dennis; VIEIRA, Janaína do Nascimento. A hipervulnerabilidade do turista e a responsabilidade das plataformas digitais: uma análise a partir da perspectiva da economia colaborativa. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 127/2020. Jan - Fev / 2020.

¹⁷⁷ AIRBNB. **Termos de serviço**. 10/02/2022. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/2908/termos-de-servi%C3%A7o>>. Acesso em: 28 jul. 2022.

serviços e anúncios.¹⁷⁸

Nesta perspectiva, na ocasião em que os componentes realizam ou admitem uma reserva, celebra-se um contrato diretamente com o consumidor, não sendo a plataforma sujeito ou parte de qualquer vínculo contratual, sequer encarada como corretora de imóveis.¹⁷⁹

Na constância dos Termos de Serviço, a plataforma salienta que não existe garantia e controle no que diz respeito à segurança, qualidade, licitude ou sustentabilidade dos anúncios executados pelos anfitriões. A finalidade da empresa é simplificar a procura pelos serviços. Ressalta ainda, que não é incumbida pela identificação de seus membros, não invocando a responsabilidade por eventuais fraudes.¹⁸⁰

No item 23, a Airbnb determina uma cláusula de arbitragem e renúncia à ação coletiva que se emprega a todos os seus componentes. Realça que as ações judiciais que abarcam o consumidor podem ser executadas na Irlanda ou em um tribunal que detenha jurisdição na localidade da residência do consumidor. Essas cláusulas embora o Airbnb disponha sobre elas de modo imperativo, mais adiante são contestadas mediante o Código de Defesa do Consumidor, de modo que não demonstram ser imperativas de acordo com o regime jurídico brasileiro.¹⁸¹

Contudo, se o demandante configurar como empresa, a plataforma se submete à jurisdição exclusiva dos tribunais da Irlanda. Além disso, a Airbnb acentua que a opção pela utilização da plataforma constitui desempenho de uma vontade individual do consumidor, chamada de volição, e, por conseguinte, o consumidor se torna responsável pelo risco de seu uso.¹⁸²

Verifica-se que a plataforma procurou se resguardar dos riscos oriundos do comércio eletrônico (desterritorialização, despersonificação e desmaterialização), remetendo os mencionados riscos ao consumidor que, em virtude da hiperconfiança depositada na plataforma, não detém consciência de tal responsabilidade a ele transmitida em caso de ocorrência de problemáticas no decorrer de sua estadia.

A forma de contratação é a adesão, em que as propostas não são maleáveis,

¹⁷⁸ AIRBNB. **Termos de serviço**. 10/02/2022. Disponível em:

<<https://www.airbnb.com.br/help/article/2908/termos-de-servi%C3%A7o>>. Acesso em: 28 jul. 2022.

¹⁷⁹ AIRBNB. **Termos de serviço**. 10/02/2022. Disponível em:

<<https://www.airbnb.com.br/help/article/2908/termos-de-servi%C3%A7o>>. Acesso em: 28 jul. 2022.

¹⁸⁰ AIRBNB. **Termos de serviço**. 10/02/2022. Disponível em:

<<https://www.airbnb.com.br/help/article/2908/termos-de-servi%C3%A7o>>. Acesso em: 28 jul. 2022.

¹⁸¹ AIRBNB. **Termos de serviço**. 10/02/2022. Disponível em:

<<https://www.airbnb.com.br/help/article/2908/termos-de-servi%C3%A7o>>. Acesso em: 28 jul. 2022.

¹⁸² AIRBNB. **Termos de serviço**. 10/02/2022. Disponível em:

<<https://www.airbnb.com.br/help/article/2908/termos-de-servi%C3%A7o>>. Acesso em: 28 jul. 2022.

elaboradas de maneira unilateral e massificadas. A negação em acolher o estipulado no contrato acarreta no impedimento do uso do serviço. Isso, associado à ausência de informações apropriadas, ocasiona a contratação sem que o consumidor conheça, efetivamente, o que a celebração ocasionará para ele.¹⁸³

No ano de 2019, a empresa instituiu um tipo de selo, intitulado Airbnb Plus¹⁸⁴, indicado para a admissão de anúncios de qualidade, estilo e conforto extraordinários. A empresa que determinou como sustentáculos precípuos da comunidade a viabilização do senso de pertencimento através de pelo menos cinco parâmetros a serem respeitados: segurança; justiça; proteção; confiança e autenticidade.¹⁸⁵

A inobservância aos parâmetros da comunidade do Airbnb pode provocar a suspensão ou mesmo a remoção de anúncios¹⁸⁶. A logomarca da companhia é simbolizada por “A” desenhado em cores branca e rosa, que, além de demonstrar o símbolo da marca, explícita, ainda, lugares, amor e indivíduos, sendo denominado “Bélo”¹⁸⁷, que consiste em uma abreviação da palavra inglesa “belonging”.¹⁸⁸

Todas as acomodações disseminadas são de propriedade do anfitrião, incumbido de descrevê-las, estabelecer os dias de sua disponibilidade e, ainda informar a respectiva localização, os regramentos e os horários de entrada e saída. Elaborado o anúncio, qualquer indivíduo é autorizado para executar a reserva que desejar.¹⁸⁹

Na ocasião em que um hóspede demonstra interesse no que dispõe à reserva, é enviada uma notificação ao anfitrião. Este, na situação de não ter disponibilizado a possibilidade de “reserva automática”, procede ao diálogo com o potencial hóspede e aquiesce ou não com o pedido de reserva.¹⁹⁰

Na ocasião da facilidade da “reserva automática”, há, ainda a viabilidade do *self check-in*. Esta possibilidade determina que os hóspedes têm acesso à acomodação através do

¹⁸³ VERBICARO, Dennis; VIEIRA, Janaína do Nascimento. A hipervulnerabilidade do turista e a responsabilidade das plataformas digitais: uma análise a partir da perspectiva da economia colaborativa. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 127/2020. Jan - Fev / 2020.

¹⁸⁴ AIRBNB, INC. **Airbnb Plus**. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/plus>> Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁸⁵ AIRBNB, INC. **Sua segurança é a nossa prioridade**. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/trust/standards>>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁸⁶ AIRBNB, INC. **Por que meu anúncio foi pausado ou suspenso?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1303/por-que-meu-an%C3%BAncio-foi-pausado-ou-suspenso>>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁸⁷ BLOG ATAIRBNB. **Belong Anywhere**. Disponível em: <<https://blog.atairbnb.com/belong-anywhere/>>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁸⁸ Tradução: pertencimento.

¹⁸⁹ AIRBNB, INC. **O que é o self check-in?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1207/self-checkin>>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁹⁰ AIRBNB, INC. **O que é o self check-in?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1207/self-checkin>>. Acesso em: 22 set. 2022.

recolhimento das chaves depositadas em um cofre, por intermédio de uma fechadura inteligente, por meio da presença de um funcionário da propriedade (tal como um zelador ou porteiro) ou da digitação de um código de acesso, a qualquer horário depois do check-in determinado na data para a chegada.¹⁹¹

Em virtude de se constituir uma plataforma que continua em expansão, a utilização da inovação é contínua. Nesta esteira, o Airbnb determinou, ainda, a figura do coanfitrião, incumbido de quase de todas as tarefas próprias do anfitrião, a saber: elaborar o anúncio no lugar do anfitrião; auxiliar este na determinação do preço diário; preparar as acomodações para o conforto dos hóspedes; interagir com estes, através de mensagens em nome do proprietário do anúncio; administrar as configurações de reserva do anfitrião e aquiescer ou rechaçar pedidos de reserva; receber de modo pessoal os hóspedes, bem como elaborar os comentários como se fosse o efetivo anfitrião, utilizando sua conta própria na plataforma.¹⁹²

Conforme o que se verifica, praticamente não existem limitações às tarefas do coanfitrião, que, fundamentalmente, apenas não é autorizado acessar os dados de pagamento e, ainda, anteriormente à sua contratação como coanfitrião, não é permitido visualizar as mensagens que o anfitrião enviou aos seus hóspedes.¹⁹³

Ademais, outra inovação hábil a determinar o perfil moderno da plataforma é um tipo de pacote turístico. A princípio, esta alusão a um serviço próprio de uma agência de turismo pode não ser capaz de fomentar maior interesse. Contudo, a sugestão do Airbnb carrega ferramentas que podem despertar estímulo.

A começar por 99 dólares, com possibilidades em mais de 40 países, é viável executar uma efetiva viagem de viés imersivo no lugar de destino. A sugestão do Airbnb, para além das acomodações já citadas, abarca, ainda, alimentação, vestuário, atividades extras e equipamentos, todos destinados ao turismo de aventura, mesmo que com viabilidades para todos.¹⁹⁴

Essa proposta é realizada a fim de que o viajante se livre de todas as preocupações, deixando a responsabilidade dos anfitriões todos os pormenores da aventura, de forma a

¹⁹¹ AIRBNB, INC. **O que é o self check-in?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1207/self-checkin>>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁹² AIRBNB, INC. **O que um coanfitrião pode fazer?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1534/o-que-coanfitri%C3%B5es-podem-fazer>>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁹³ AIRBNB, INC. **O que um coanfitrião pode fazer?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1534/o-que-coanfitri%C3%B5es-podem-fazer>>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁹⁴ AIRBNB, INC. **Aventuras Airbnb.** Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/d/adventures>>. Acesso em: 22 set. 2022.

viabilizar aos aventureiros tão somente o aproveitamento da viagem.¹⁹⁵

Com viabilidades em cinco continentes, fracionadas em três classes: ação cultural, barcos, animais e culinária, é viável, a título de exemplo, escalar uma montanha sagrada acompanhado de guerreiros Samburu, no Quênia, desfrutar do estilo de vida Amish no meio oeste dos Estados Unidos da América, realizar um passeio de renas juntamente com pastores na Mongólia, se engajar em experiências gastronômicas, tais como o *slow food*, nas Ilhas Galápagos, ou, ainda, velejar de catamarã por meio do Mar Frísio.¹⁹⁶

Através desse programa, a plataforma ampara os anfitriões que se disponibilizem a oportunizar acomodações para indivíduos em algum contexto de vulnerabilidade, geralmente relacionadas a organizações que não tenham finalidades lucrativas.¹⁹⁷

Este programa teve início no ano de 2012, momento da passagem trágica do furacão Sandy, que acumulou vários indivíduos desabrigados na cidade estadunidense de Nova York. Através da publicação de anúncios grátis, os anfitriões fomentaram a plataforma a partilhar seus espaços a pessoas necessitadas.¹⁹⁸

Desde essa época, o programa se volta a desalojados em virtude de desastres naturais e refugiados. Em compensação ao compromisso avocado pelos seus anfitriões, o Airbnb viabiliza pesquisa e apuração detalhada de seus favorecidos; assegura reembolso por eventuais lesões à propriedade e oportuniza atendimento especial em tempo integral.¹⁹⁹

Em consonância com os parâmetros almejados pela companhia, salientam-se valores vinculados à não discriminação, à responsabilidade na hospedagem e, ainda, se fomenta o cumprimento de obrigações de cunho social.²⁰⁰

No que tange aos anfitriões localizados nos Estados Unidos, a título de exemplificação, existe o compromisso do Salário Digno do Airbnb, através do qual se procura a conscientização do valor do labor prestado por obreiros domésticos em geral, tais como

¹⁹⁵ AIRBNB, INC. **Aventuras Airbnb**. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/d/adventures>>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁹⁶ AIRBNB, INC. **Aventuras Airbnb**. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/d/adventures>>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁹⁷ AIRBNB, INC. **Aventuras Airbnb**. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/d/adventures>>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁹⁸ AIRBNB, INC. **Open Homes**. Disponível em: < https://pt.airbnb.org/get-involved?_set_bev_on_new_domain=1663887494_NWQzMmFkODBIYWJk>. Acesso em: 22 set. 2022.

¹⁹⁹ AIRBNB, INC. **O que o Airbnb faz para dar suporte à acessibilidade?** Disponível em: < <https://www.airbnb.com.br/help/article/2166/como-o-airbnb-apoia-a-acessibilidade>>. Acesso em: 22 set. 2022.

²⁰⁰ AIRBNB, INC. **O que o Airbnb faz para dar suporte à acessibilidade?** Disponível em: < <https://www.airbnb.com.br/help/article/2166/como-o-airbnb-apoia-a-acessibilidade>>. Acesso em: 22 set. 2022.

babás, profissionais de limpeza e cuidadores.²⁰¹

De acordo com o explicitado até o momento, nota-se que a plataforma mistura estratégias originalmente paroquiais, tais como o auxílio a indivíduos em contexto de vulnerabilidade, com outras estratégias de cunho mercadológico.

Outrossim, além da plataforma voltada aos anúncios, o Airbnb oportuniza vários outros recursos para seus usuários. O mais destacado deles é o pagamento, tendo em vista que todas as operações são executadas de maneira online, por ocasião da confirmação da reserva.²⁰²

A transmissão do valor ao anfitrião, contudo, acontece apenas vinte e quatro horas depois da chegada do hóspede, almejando a segurança dos turistas e a prevenção de conjunturas de fraude.²⁰³

Intentando viabilizar a elaboração de uma seara favorável à elaboração de confiança, todos os hóspedes e anfitriões se auxiliam de maneira recíproca, de maneira a juntar uma inteligência coletiva oferecida a todos os componentes da comunidade.²⁰⁴

Em que pese aos meios de pagamento, além das costumeiras opções (tal como cartões de crédito) a plataforma em análise simplifica a operação aquiescendo uma diversa gama de outras viabilidades, sujeita à peculiaridade de cada país. No Brasil, os pagamentos estão restritos a três mil dólares por operação e doze mil dólares ao mês.²⁰⁵

Outra especificidade pátria é a transação do pagamento por intermédio da fintech Ebanx, uma empresa com sede em Curitiba que simplifica a execução de compras em sites não brasileiros²⁰⁶. Com este intento, se vale de métodos de pagamentos locais, tais como boletos, buscando inserir ao mercado eletrônico os consumidores que não detenham um cartão de crédito internacional.

Para consolidar o serviço, a plataforma informa que recolhe dos hóspedes e anfitriões

²⁰¹ AIRBNB, INC. **O que é o compromisso de salário digno do Airbnb?** Disponível em: < <https://www.airbnb.com.br/help/article/1975/nosso-compromisso-de-sal%C3%A1rio-digno>>. Acesso em: 22 set. 2022.

²⁰² AIRBNB, INC. **Quando é feita a cobrança por uma reserva?** Disponível em: < <https://www.airbnb.com.br/help/article/92/quando-voc%C3%AA-pagar%C3%A1-por-sua-reserva>>. Acesso em: 22 set. 2022.

²⁰³ AIRBNB, INC. **Quando é feita a cobrança por uma reserva?** Disponível em: < <https://www.airbnb.com.br/help/article/92/quando-voc%C3%AA-pagar%C3%A1-por-sua-reserva>>. Acesso em: 22 set. 2022.

²⁰⁴ AIRBNB, INC. **Como funcionam os comentários?** Disponível em: < <https://www.airbnb.com.br/help/article/13/avalia%C3%A7%C3%B5es-de-acomoda%C3%A7%C3%B5es>>. Acesso em: 22 set. 2022.

²⁰⁵ AIRBNB, INC. **Quais as formas de pagamento aceitas pelo Airbnb?** Disponível em: < <https://www.airbnb.com.br/help/article/126/formas-de-pagamento-aceitas?q=formas%20de%20pagamento>>. Acesso em: 22 set. 2022.

²⁰⁶ EBANX. **Conheça o Ebanx.** Disponível em: < <https://business.ebanx.com/en/>>. Acesso em: 22 set. 2022.

uma taxa na ocasião em que uma reserva é confirmada, não existindo despesas somente em virtude do anúncio. A taxa gira em torno de 3% para os anfitriões, apesar de poder ser majorada em situações de política de cancelamento.²⁰⁷

A mensuração da taxa é executada por intermédio do subtotal da reserva, eis que não abarca os impostos (e é imediatamente descontada do pagamento transmitido ao anfitrião). Para os hóspedes, a taxa pode oscilar entre 0 e 20% do subtotal da reserva. Vale salientar que essa quantia não incide sobre impostos e o preço é mensurado por noite acrescida da taxa de limpeza, bem como a taxa de hóspedes adicionais, se for o caso.²⁰⁸

Abarca, ainda, outros fatores, tais quais o tempo que durará a estadia e os atributos da acomodação escolhida. A taxa de serviço é explicitada na página destinada ao check-out antes dos hóspedes realizarem uma reserva.²⁰⁹

Conforme o já esposado no que tange à economia do compartilhamento, denota-se que a plataforma em estudo apresenta destaque, já que autoriza o uso de ativos subutilizados ou ociosos, como quartos vazios em casas; elabora uma atmosfera de confiança, compondo ou aprofundando o capital social das partes e fomentando a aproximação e engajamento de indivíduos que a princípio não se conheciam; acarretando renda e subsídios de escala para a comunidade e, ainda, gerando empregos.²¹⁰

Além disso, acerca do parâmetro de negócios da companhia, também se inserem contradições. Em sua obra, Stone salienta a forma pela qual o Airbnb, semelhantemente ao Uber, ascendeu à margem de temas regulatórios, se desviando de pessoas determinadas e experientes no campo da política.²¹¹

Embora tenha havido essa conquista, os respectivos âmbitos da economia clássica se conservam ativos em exigir um tratamento mais igualitário do Estado, questionando a concorrência desleal. Para fins de ilustração, cita-se o inconformismo do segmento da hotelaria no que tange ao Airbnb. Esta insatisfação decorre da não cobrança de requisitos próprios do setor, tal como a imprescindibilidade de alvarás de operacionalização e de

²⁰⁷ AIRBNB, INC. **O que é a taxa de serviço do Airbnb?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1857/taxas-de-servi%C3%A7o-do-airbnb>>. Acesso em: 22 set. 2022.

²⁰⁸ AIRBNB, INC. **O que é a taxa de serviço do Airbnb?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1857/taxas-de-servi%C3%A7o-do-airbnb>>. Acesso em: 22 set. 2022.

²⁰⁹ AIRBNB, INC. **O que é a taxa de serviço do Airbnb?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1857/taxas-de-servi%C3%A7o-do-airbnb>>. Acesso em: 22 set. 2022.

²¹⁰ STONE, Brad. **As Upstarts**. Como a Uber, o Airbnb e as Killer Companies do Novo Vale do Silício Estão Mudando o Mundo. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2017.

²¹¹ STONE, Brad. **As Upstarts**. Como a Uber, o Airbnb e as Killer Companies do Novo Vale do Silício Estão Mudando o Mundo. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2017.

atestados promovidos pelo Corpo de Bombeiros Militar.²¹²

Mesmo que se cuide de modelos separatórios, que evidenciam novas atividades socioeconômicas e que incentivam uma nova ótica em que pese à legislação como um todo, alguns marcos (de cunho econômico, social e consumerista) demandam uma especial análise.

O padrão de negócios do Airbnb e seu êxito comercial fomentam outras iniciativas nesta mesma acepção. A título de exemplificação, menciona-se o Booking.com²¹³ e o Tujia²¹⁴. No Brasil, há também a iniciativa intitulada Alugue por Temporada²¹⁵.

Em uma acepção, a concorrência pode ser hábil a acarretar benesses aos consumidores em virtude da extensão de serviços e à simplificação do acesso. Todavia, a mesma concorrência também pode potencializar as externalidades decorrentes do negócio.

3.2 O CONTRATO CELEBRADO NA PLATAFORMA AIRBNB: RELAÇÕES JURÍDICAS EXISTENTES NO MODELO

Em regra, as plataformas de compartilhamento funcionam em zonas jurídicas cinzentas, envoltas em uma omissão regulatória que acarreta questões complexas em virtude das dúvidas jurídicas acarretadas do conflito de fronteiras entre o privado e o público, doação e venda, consumidor e provedor.²¹⁶

É nesta seara que o Airbnb age. Em virtude da turvação dessas zonas, vários são os pontos que despertam questões entre os que se encontra indireta ou diretamente prejudicados pela plataforma, como, por exemplo, disputas concernentes a convenções de condomínio e regramentos de proteção ao consumidor.²¹⁷

Os questionamentos condominiais estão mais relacionados aos regramentos de locação, sendo estes, na atualidade, disciplinados pela Lei nº 8.245 de 1991²¹⁸. O artigo 48 da referida lei assevera que se encara como locação para temporada a voltada à residência

²¹² REVISTA HOTEIS. **Airbnb Desperta Polêmica no Setor Hoteleiro**. 2015. Disponível em:

<<https://www.revistahoteis.com.br/airbnb-desperta-polemica-no-setor-hoteleiro/>>. Acesso em: 23 set. 2022.

²¹³ BOOKING. **Home**. Disponível em: <<https://join.booking.com/?lang=xb&p=0>>. Acesso em: 23 set. 2022.

²¹⁴ TUJIA. **Home**. Disponível em: <<https://www.tripping.com/industry/rental-companies/tujia>>. Acesso em: 23 set. 2022.

²¹⁵ ALUGUE TEMPORADA. Disponível em: <<https://www.vrbo.com/pt-br/>>. Acesso em: 23 set. 2022.

²¹⁶ WATCHSMUTH, David & WEISLER, Alexander. (2018). **Airbnb and the Rent Gap**: Gentrification Through the Sharing Economy. *Environment and Planning A: Economy and Space*. 10.1177/0308518X18778038.

²¹⁷ SOARES, Cristiano Ferreira. **Inovação e obrigação**: a responsabilidade civil do Airbnb na economia do compartilhamento. 2019. 71 f. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019.

²¹⁸ BRASIL. **Lei nº 8.245 de 18 de outubro de 1991**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18245.htm>. Acesso em: 23 set. 2022.

transitória do locatário, a fim de praticar lazer, executar tratamentos de saúde, cursos, realização de obras em seu próprio imóvel, bem como outros fatos que duram apenas um determinado espaço temporal, e pactuada por prazo não maior do que noventa dias, seja mobiliado ou não o imóvel a ser locado.²¹⁹

Em consonância com o artigo mencionado, a configuração da locação para temporada necessita da atestação de alguns regramentos notoriamente expressos na legislação, o que não se harmoniza com o modo pactual das estadias realizadas por intermédio do Airbnb²²⁰. Além disso, nota-se que as condições para a pactuação nos ditames da lei em comento, se encaixam na espécie do pacto típico de locação.

Deste modo, o contrato celebrado com o Airbnb é de natureza eletrônica e apresenta um cunho similar a um pacto de hospedagem. A Lei que instituiu a Política Nacional de Turismo, isto é, a de nº 11.771 de 2008, preconiza, através de seu artigo 23, que se encaram como meios de hospedagem os estabelecimentos ou empreendimentos, pouco importando o seu modo de constituição, voltados à prestação de serviços de alojamento transitório, oportunizados em unidades de frequência individual e de utilização exclusiva do hóspede, além de outros serviços cruciais aos usuários, intitulados serviços de hospedagem, por intermédio do acolhimento de instrumento pactual expresso ou tácito, bem como cobrança diária.²²¹

É relevante relatar que, apesar de serem pactuadas acomodações para utilização exclusiva de hóspede por intermédio do Airbnb, cuida-se, na verdade, de uma simples opção, já que, na acepção da economia do compartilhamento, o que se vislumbra é o fomento para o convívio entre anfitriões e hóspedes.

Assim sendo, será analisada a relação contratual formada na plataforma Airbnb na qualidade de vínculo consumerista, uma vez que existem premissas para isso, conforme se demonstrará a seguir.

No Brasil, a tutela do consumidor constitui direito fundamental preconizado no artigo 5º, XXXII, da Lei Maior²²², e esta abordagem jurídica diversa oportunizada ao consumidor é legitimada em virtude da admissão da desigualdade existente na relação de consumo.

Cumprindo o mandamento constitucional, foi elaborado o Código de Defesa do

²¹⁹ BRASIL. **Lei nº 8.245 de 18 de outubro de 1991**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18245.htm>. Acesso em: 23 set. 2022.

²²⁰ BRASIL. **Lei nº 8.245 de 18 de outubro de 1991**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18245.htm>. Acesso em: 23 set. 2022.

²²¹ BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111771.htm>. Acesso em: 23 set. 2022.

²²² BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 23 set. 2022.

Consumidor, a ferramenta mais importante no que tange à tutela do consumidor. Devido a esta lei, existe a responsabilidade objetiva do fornecedor na hipótese de lesões causadas aos consumidores por defeitos alusivos à prestação de serviços, por deficiência das informações ou pela incongruência no que tange à utilização e aos riscos do serviço prestado.²²³

Embora inexista uma legislação especial que discipline os vínculos jurídicos decorrentes do consumo colaborativo, a lei que vem sendo empregada no Brasil como fundamento para as transações do Airbnb é o Código de Defesa do Consumidor.²²⁴

O Direito do Consumidor tenciona proteger um indivíduo específico, qual seja, o consumidor, em virtude deste ser encarado pelo Direito como sujeito vulnerável nos vínculos jurídicos de consumo que celebra perante um fornecedor.²²⁵ Tal qual destaca e enfatiza o doutrinador Bruno Miragem:

A sociedade de consumo, com seus fenômenos e processos de circulação de riquezas é que justifica a existência do direito do consumidor, cujo traço principal é o de regulação deste complexo sistema de trocas econômicas massificadas, sob a perspectiva da parte vulnerável: aquele que adquire ou utiliza produtos e serviços, sem ser quem os produza ou promova sua prestação, razão pela qual não possui o domínio ou a expertise sobre essa relação. A compreensão do direito do consumidor, assim, passa não por uma crítica da sociedade de consumo, senão pela constatação da necessidade de regulação dos comportamentos que nela se desenvolvem, em vista da proteção da parte vulnerável. Como tal, ao mesmo tempo em que tem por diretriz fundamental a proteção e promoção da igualdade entre as partes (consumidores e fornecedores), também tem como efeito o aperfeiçoamento do mercado de consumo, por intermédio da regulação do comportamento de seus agentes.²²⁶

Este é o mesmo entendimento de Sérgio Cavalieri Filho, aonde o mesmo preceitua que a massificação da produção, da pactuação e do consumo acarretou a desvantagem do consumidor, eis que, à proporção em que o fornecedor se robusteceu econômica e tecnicamente, o consumidor teve o seu poder de opção vulnerabilizado, quase que extinto.²²⁷

Não detendo mais acesso direto do fabricante, o consumidor se viu sujeito a contratos de adesão, cujas condições e cláusulas são preestabelecidas a contento do fornecedor, de forma a não lhe deixar escolha que não a aquiescência, sob pena de não acessar os serviços e produtos de sua necessidade. Assim sendo, verifica-se uma desarmonia ou desigualdade de

²²³ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 23 set. 2022.

²²⁴ PEREIRA JÚNIOR, Antonio Jorge; JEREISSATI, Catherine Santa Cruz; BEZERRA, Mário de Quesado Miranda. Impacto do modelo de negócio do airbnb no mercado de hospedagem: autonomia privada, internet, economia colaborativa e as novas fronteiras do direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 119, p. 269-294, set./out. 2018.

²²⁵ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. -- 6. ed. -- São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

²²⁶ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. -- 6. ed. -- São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019, p. 25.

²²⁷ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

forças entre fornecedores e consumidores.²²⁸

A vulnerabilidade, neste sentido, é uma condição imprescindível para a elaboração e um conceito de consumidor, sendo o princípio da vulnerabilidade a base que sustenta a existência e emprego do direito consumerista como um todo.²²⁹

O Direito do Consumidor, deste modo, tem o objetivo de extinguir essa desigualdade existente entre consumidor e fornecedor, procurando determinar uma harmonia de condições no vínculo consumerista por intermédio de um arcabouço de normas protetivas.²³⁰

O Código de Defesa do Consumidor não carrega especificações sobre o que seja um vínculo de consumo, de forma que o legislador optou por determinar o conceito dos sujeitos do vínculo (fornecedor e consumidor), bem como o seu objeto (serviço ou produto).²³¹

Na visão de Bruno Miragem, essas definições se relacionam e dependem umas das outras, não se sustentando sozinhas e não podendo ser levadas em consideração de maneira isolada, isto é, apenas existirá um consumidor se existir um serviço ou um produto e um fornecedor.²³²

Nesta esteira, é a configuração do vínculo consumerista e de seus elementos subjetivos e objetivos o critério fundamental para determinar a seara de incidência das normas do Código de Defesa do Consumidor.²³³

O fenômeno da economia do compartilhamento, todavia, acarreta profundas alterações nas acepções de mercado e de vínculo de consumo, aprimorando as definições de consumidor e fornecedor, e tornando mais complexa a identificação desses indivíduos de direito classicamente conhecidos, o que desafia os operadores do Direito e o ente estatal a elaborar, desta forma, um ambiente de enorme dúvida no que tange à segurança jurídica nos vínculos estabelecidos com fundamento nesses padrões não clássicos de negócio.²³⁴

É necessário, assim, entender de maneira adequada a organização do vínculo determinado entre os usuários e a plataforma, reconhecendo os sujeitos de direito abarcados, com o fito de que seja viável fixar um regime de responsabilização adequado às particularidades da economia de compartilhamento e, desta maneira, garantir aos

²²⁸ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

²²⁹ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

²³⁰ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

²³¹ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 23 set. 2022.

²³² MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

²³³ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 23 jan 2022.

²³⁴ VERBICARO, Dennis; PEDROSA, Nicolas Malcher. O Impacto da Economia de Compartilhamento na Sociedade de Consumo e seus Desafios Regulatórios. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 113, p. 457-482, set./out. 2017.

consumidores o estágio de proteção já alcançado no padrão de comércio clássico.²³⁵

Em sendo uma plataforma entre pares, é necessário questionar acerca do que seria atribuído ao Airbnb em situações de problemas advindos dessa relação de consumo. Ademais, embora se torne um nome mais conhecido da população, pode ser complexo, na maior parte das vezes, enxergar a plataforma na qualidade de um estabelecimento, principalmente para os consumidores ainda não íntimos de plataformas virtuais, tendo em vista que não as vislumbram de maneira física, como geralmente o fazem com empresas de economia clássica.²³⁶

Nada obstante, a organização concisa da plataforma se simboliza em poucos indivíduos com quem conserva relação empregatícia. No Brasil, a título de exemplificação, os empregados da empresa não chegam à marca de três dezenas, todos localizados em São Paulo.²³⁷

Perante essa organização, os pedidos em relação a problemáticas acontecidas pendem a ser executados de maneira online, não somente no que tange ao suporte da plataforma, mas, ainda, no concernente aos sites de reclamações.

Em uma consulta executada ao site Reclame Aqui em setembro de 2022, a plataforma constituía 12577 reclamações, sendo respondidas 12569 (cerca de 99,9%). De acordo com a classificação do site, a reputação da plataforma é encarada como regular, apurada em 6.0 em um total de 10.²³⁸

Os principais problemas, de acordo com o site, concernem a aluguel de casa, estorno do valor pago, propaganda enganosa, cobrança indevida, mau atendimento, aluguel da casa, anúncios, dentre outros.²³⁹

Gráfico 1 – Índices do site Reclame Aqui referente à plataforma Airbnb²⁴⁰

²³⁵ VERBICARO, Dennis; PEDROSA, Nicolas Malcher. O Impacto da Economia de Compartilhamento na Sociedade de Consumo e seus Desafios Regulatórios. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 113, p. 457-482, set./out. 2017.

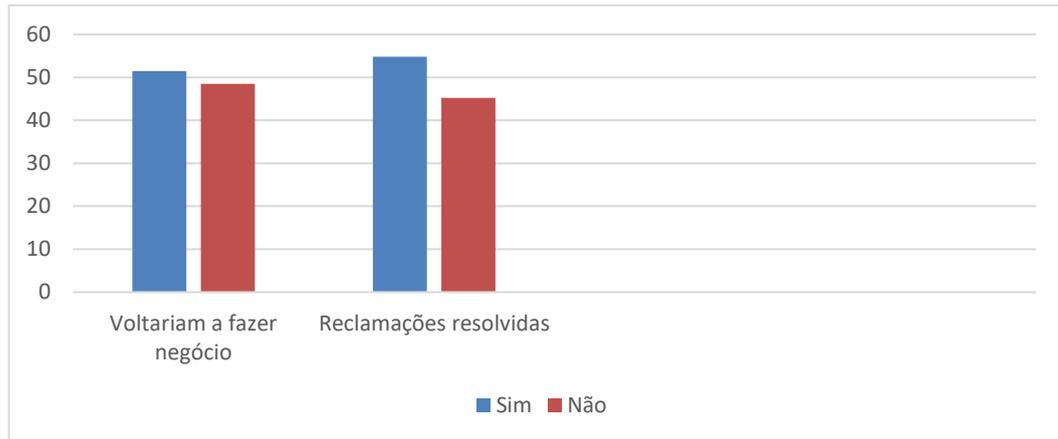
²³⁶ HEROLD, Ananda Beatriz Santos. **A responsabilização por danos na economia compartilhada: o exemplo da plataforma digital Airbnb**. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2021.

²³⁷ GOIDANICH, Maria Elisabeth. **Airbnb e Seus Anfitriões: Empreendedorismo, Comércio e Colaboração na Economia de Compartilhamento**. VIII **Encontro Nacional de Estudos do Consumo**, Niterói, 2016.

²³⁸ RECLAME AQUI. **Airbnb**. Disponível em: <<https://www.reclameaqui.com.br/empresa/airbnb/>>. Acesso em: 23 set. 2022.

²³⁹ RECLAME AQUI. **Airbnb**. Disponível em: <<https://www.reclameaqui.com.br/empresa/airbnb/>>. Acesso em: 23 set. 2022.

²⁴⁰ RECLAME AQUI. **Airbnb**. Disponível em: <<https://www.reclameaqui.com.br/empresa/airbnb/>>. Acesso em: 23 set. 2022.



De maneira geral, denota-se que as reclamações entre hóspedes e anfitriões pendem (exceto situações mais graves) a se abranger na seara da própria plataforma, através de avaliações e comentários recíprocos. Levando-se em consideração os comentários já assinalados, pagamentos e estornos simbolizam duas espécies de reivindicações para as quais não permanecem muitos esclarecimentos no que tange à incumbência da plataforma, já que ela é a responsável por este tipo de controle.

As situações mais complexas, contudo, abarcam um engajamento robusto do hóspede ou anfitrião no acontecido, tais como os cancelamentos de reserva já executados, as incongruências entre os dados anunciados e as efetivas condições atestadas no caso concreto, bem como as reclamações atinentes a objetos e instalações lesionados no decorrer de estadias.²⁴¹

Nestes contextos, o consumidor pode ficar em dúvida sobre quem deve acionar. A incerteza sobre os regramentos a serem respeitados em determinadas situações é tão notório que a plataforma sugere que o próprio anfitrião indague um contador ou a administração do governo local para adquirir informações acerca dos regulamentos ou regras extraordinários e impostos que podem se empregar ao local do serviço.²⁴²

Em um país como o Brasil, efetivamente, a dicotomia das leis locais se constitui como um obstáculo não somente para os consumidores, mas a ausência de normas gerais e englobantes lesiona o progresso da própria economia.

Nesse ínterim, além dos debates sobre as temáticas regulatórias ao redor de plataformas de compartilhamento (nas quais se discutem alterações na legislação de maneira a

²⁴¹ HEROLD, Ananda Beatriz Santos. **A responsabilização por danos na economia compartilhada: o exemplo da plataforma digital Airbnb.** Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2021.

²⁴² HEROLD, Ananda Beatriz Santos. **A responsabilização por danos na economia compartilhada: o exemplo da plataforma digital Airbnb.** Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2021.

englobar o fenômeno da economia compartilhada como um todo), atesta-se, ainda, desconhecimento ou hesitações concernentes ao emprego da legislação que já existe, tal como o Código de Defesa do Consumidor.²⁴³

Em que pese ao consumo online, assevera-se que uma boa providência seria ampliar, às plataformas digitais, a responsabilidade de oferecer um exemplar do Código de Defesa do Consumidor por ocasião da aquiescência aos pactos de adesão, bem como no decorrer da utilização da plataforma.²⁴⁴

Sabe-se que a Lei nº 12.291 de 2010 determinou como obrigatória a conservação de um exemplar do Código mencionado nos estabelecimentos comerciais que prestam serviços, em localidade visível e de simples acesso ao público, fixando uma multa no importe de até R\$ 1.064,10, em situações de não observância a esta regra.²⁴⁵

Um primeiro questionamento seria se, à definição de estabelecimento se sujeitam as plataformas digitais. Acerca disso, o artigo 1.142 do Código Civil explicita que estabelecimento é o complexo de bens estruturado para desempenho da empresa, por parte da sociedade empresária ou pelo empresário.²⁴⁶

Nesta ótica, tendo em vista que não existem ressalvas no que tange ao caráter físico ou não do estabelecimento, sendo presente a natureza empresarial, todos os estabelecimentos, digitais ou não, deveriam oferecer, de modo acessível, um exemplar do Código de Defesa do Consumidor para a consulta do consumidor.

Esta obrigatoriedade acarreta maiores benefícios na constância de operações virtuais, uma vez que a margem de pactuação entre os presentes de modo físico viabiliza uma maior interatividade entre os negociantes do que a mera aceitação aos ditames dos pactos de adesão nos vínculos estabelecidos através de uma plataforma digital.²⁴⁷

Deste modo, a obrigatoriedade de todas as plataformas digitais, destinadas ou não ao consumo compartilhado, oferecerem um exemplar do Código de Defesa do Consumidor poderia colaborar para a massificação deste entre os consumidores e, por conseguinte,

²⁴³ HEROLD, Ananda Beatriz Santos. **A responsabilização por danos na economia compartilhada: o exemplo da plataforma digital Airbnb.** Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2021.

²⁴⁴ HEROLD, Ananda Beatriz Santos. **A responsabilização por danos na economia compartilhada: o exemplo da plataforma digital Airbnb.** Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2021.

²⁴⁵ BRASIL. **Lei nº 12.291, de 20 de julho de 2010.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112291.htm>. Acesso em: 25 set. 2022.

²⁴⁶ BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2022.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm>. Acesso em: 25 set. 2022.

²⁴⁷ HEROLD, Ananda Beatriz Santos. **A responsabilização por danos na economia compartilhada: o exemplo da plataforma digital Airbnb.** Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2021.

rechaçar cláusulas de espécie não-reembolsável, que, embora ilegais, provocam lesões significativas ao público que não detém tanto conhecimento acerca dos direitos dos consumidores.

No que tange aos questionamentos mais debatidos na seara das pactuações de hospedagens através do Airbnb, os que se aludem aos cancelamentos se acham entre os mais recorrentes. Acerca do tema, incide um contexto específico, o direito de arrependimento estabelecido no Código de Defesa do Consumidor:²⁴⁸

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio. Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.²⁴⁹

O regramento para o desempenho do prazo de ponderação, tal como referido no artigo acima colacionado, se direciona preferencialmente, mas não se limita, à pactuação a domicílio ou por telefone. Em regra, logo, não existiria óbice ao consumidor que pleiteasse o seu emprego às pactuações realizadas online. Inversamente, o cancelamento também pode acontecer por parte do fornecedor.²⁵⁰

No que tange ao tema, Bruno Miragem esclarece:

Não há dúvida de sua incidência aos contratos de consumo celebrados pela internet, ademais porque presente nestas situações uma das principais justificativas para que seja assegurado o arrependimento para a contratação fora do estabelecimento comercial, a saber, a falta de contato prévio entre o consumidor e produto ou serviço ofertado, acentuando sua vulnerabilidade na relação jurídica com o fornecedor. Da mesma forma, a tentativa de definição de um conceito autônomo de “estabelecimento comercial virtual” como local próprio para exercício da atividade comercial na internet, afastando a ideia de que a contratação, nestes casos, se daria “fora do estabelecimento”, não logrou êxito, reforçando-se o reconhecimento da possibilidade de exercício do arrependimento no caso de fornecimento de produtos e serviços pela rede.²⁵¹

²⁴⁸ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm>. Acesso em: 23 jan. 2022.

²⁴⁹ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm>. Acesso em: 23 jan. 2022.

²⁵⁰ SANTOS, Gustavo Ferreira. O Processo Administrativo como Garantia de Proteção aos Consumidores no Modelo de Economia Compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 120, p. 269-307, nov./dez. 2018.

²⁵¹ MIRAGEM, Bruno. **Contratos de consumo e tutela do consumidor vulnerável em relação aos efeitos da pandemia de coronavírus**. In: Aleandre David Malfatti, Paulo Henrique Ribeiro Harcia e Sérgio Seiji Shimura (Org). *Direito do Consumidor: reflexões quanto aos impactos da pandemia de Covid-19*. 1ed. São Paulo: Escola Paulista da Magistratura, 2020, v.1, p. 79.

Em consonância com a política da plataforma, o cancelamento de reservas instantâneas, as que são aquiescidas de maneira automática, pode ser executado pelo anfitrião na hipótese de este não se sentir confortável com a reserva realizada.²⁵²

Apesar de representar uma grande comodidade para o anfitrião, tendo em vista que ele não pode sofrer penalidades por conta deste cancelamento, configura-se forte insegurança para o hóspede, que pode ter a sua reserva cancelada sem tempo razoável para realizar outra ou, ainda, já ter passado um grande lapso temporal e, por conta disso, será difícil encontrar anúncios em condições similares de localização e preço por ocasião da reserva.

Pesquisas concernentes à temática Airbnb em várias publicações digitais, estrangeiras ou nacionais, sinalizam, ainda, situações de maior gravidade abarcando a plataforma digital.

Assim sendo, em 2015, no estado do Texas, Zak Stone resolveu locar um bangalô para tirar férias com a família, onde a casa contava com um balanço feito de corda para se balançar. O mesmo relata que foram as fotos do balanço na plataforma do Airbnb que os fizeram locar o local, visando terem momentos agradáveis e de lazer.²⁵³

Ocorre que no Dia de Ação de Graças, o pai de Zak decidiu experimentar o balanço, que era pendurado por uma corda em uma árvore, aonde o tronco da árvore em que estava o balanço acabou quebrando e o tronco caindo na cabeça do pai de Zak, que veio a falecer no mesmo momento.²⁵⁴

No ano de 2016, em Manhattan, perto da Times Square, uma australiana fez uma locação pela plataforma do Airbnb, onde a mesma havia locado o local com vários amigos, porém, retornou sozinha de uma festa. Ao chegar no apartamento, se deparou com um homem lá dentro, onde a jovem foi abusada pelo mesmo. Após ser abusada, o homem fugiu com o celular da vítima, que conseguiu falar com os amigos e chamar a polícia.²⁵⁵

O suspeito foi preso no dia seguinte, sendo encontrados com ele: o celular da vítima, um molho de chaves, que eram do apartamento alugado, e uma faca, que tinha sido utilizada

²⁵² HEROLD, Ananda Beatriz Santos. **A responsabilização por danos na economia compartilhada: o exemplo da plataforma digital Airbnb**. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2021.

²⁵³ LIEBER, Ron. **Morte em imóvel do Airbnb gera questões de responsabilidade judicial**. Folha UOL, 2015. Disponível em: <<https://m.folha.uol.com.br/mercado/2015/11/1712983-morte-em-imovel-do-airbnb-gera-questoes-de-responsabilidade-judicial.shtml>>. Acesso em: 21 jul 2022.

²⁵⁴ LIEBER, Ron. **Morte em imóvel do Airbnb gera questões de responsabilidade judicial**. Folha UOL, 2015. Disponível em: <<https://m.folha.uol.com.br/mercado/2015/11/1712983-morte-em-imovel-do-airbnb-gera-questoes-de-responsabilidade-judicial.shtml>>. Acesso em: 21 jul 2022.

²⁵⁵ **Airbnb pagou US\$ 7 mi a vítima de estupro para evitar processo, diz jornal**. UOL, 2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2021/06/15/airbnb-pagou-us-7-mi-a-vitima-de-estupro-para-evitar-processo-diz-jornal.htm>>. Acesso em: 10 set 2021.

para ameaçar a mulher.²⁵⁶

De acordo com a Bloomberg, o Airbnb fez um acordo com a mulher, no qual o mesmo pagou cerca de US\$ 7 milhões para evitar um processo judicial, de modo que a mulher não culpasse a plataforma pelo ocorrido.²⁵⁷

Além disso, relata-se um grande esforço para que se evite que esse tipo de caso chegue à mídia, onde um dos nomes de peso que gerencia esse tipo de crises da marca do Airbnb é Nick Shapiro, ex-conselheiro do Conselho de Segurança Nacional do ex-presidente Barack Obama, e também ex-vice-chefe de gabinete da Agência Central de Inteligência. Shapiro ainda se manifestou acerca do caso de estupro para a Bloomberg, onde disse que esse tipo de caso lhe remetia a sensação de quando resolvia questões verdadeiramente horríveis na Casa Branca.²⁵⁸

O Airbnb, porém, negou que as vítimas de episódios como esse sejam proibidas de falar sobre o ocorrido, e Chris Lehane, chefe de política global e comunicações da Airbnb, fala que o acordo estabelecido entre a vítima e a plataforma foi uma maneira de proteger a reputação da empresa e evitar um processo.²⁵⁹

Em 2017, em Melbourne, na Austrália, Ramis Januzi, locou uma casa pela plataforma do Airbnb, onde o mesmo foi morto e abusado pelos residentes da casa, chegando a receber socorro, porém o mesmo já estava morto, onde seu corpo foi encontrado no jardim.²⁶⁰

Conforme foi relatado pela imprensa europeia, Ramis já havia dito aos amigos que não iria mais permanecer ao local que estava por não gostar da “energia do lugar”, porém, antes dele sair da hospedagem, os outros três residentes que estavam locando a casa, Ryan Smart, Jason Colton e Craig Levy, assassinaram e o abusaram, onde a plataforma do Airbnb lançou

²⁵⁶ **Airbnb pagou US\$ 7 mi a vítima de estupro para evitar processo, diz jornal.** UOL, 2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2021/06/15/airbnb-pagou-us-7-mi-a-vitima-de-estupro-para-evitar-processo-diz-jornal.htm>>. Acesso em: 10 set 2021.

²⁵⁷ **Airbnb pagou US\$ 7 mi a vítima de estupro para evitar processo, diz jornal.** UOL, 2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2021/06/15/airbnb-pagou-us-7-mi-a-vitima-de-estupro-para-evitar-processo-diz-jornal.htm>>. Acesso em: 10 set 2021.

²⁵⁸ **Airbnb pagou US\$ 7 mi a vítima de estupro para evitar processo, diz jornal.** UOL, 2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2021/06/15/airbnb-pagou-us-7-mi-a-vitima-de-estupro-para-evitar-processo-diz-jornal.htm>>. Acesso em: 10 set 2021.

²⁵⁹ **Airbnb pagou US\$ 7 mi a vítima de estupro para evitar processo, diz jornal.** UOL, 2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2021/06/15/airbnb-pagou-us-7-mi-a-vitima-de-estupro-para-evitar-processo-diz-jornal.htm>>. Acesso em: 10 set 2021.

²⁶⁰ NASCIMENTO, Naiane. **Homem é abusado e morto por residentes de casa do Airbnb.** Leia Já, 2017. Disponível em: <<https://m.leiaja.com/noticias/2017/10/30/homem-e-abusado-e-morto-por-residentes-de-casa-do-airbnb/>>. Acesso em: 21 jul 2022.

uma nota ao jornal The Guardian de condolências aos familiares e amigos de Januzi.²⁶¹

Em 2018, um jornal estadunidense denominado Miami Herald reportou que uma família de uma mulher que veio a óbito na Costa Rica ajuizou uma ação em desfavor da plataforma e do condomínio no qual ela havia se hospedado. O motivo se deve ao fato de que, supostamente, ambos os réus teriam sido negligentes ao consultar os antecedentes de Bismarck Espinosa Martinez, um imigrante nicaraguense suspeito do homicídio, que não detinha documentação ou autorização legal para laborar morar na Costa Rica.²⁶²

A família da mulher morta sustentava, por ocasião do processo, que os réus tomaram atitudes negligentes em virtude da concessão, ao suposto assassino, de autorização para executar qualquer espécie de locação, a seu contento, não havendo supervisão.²⁶³

Semelhantemente, o jornal mexicano El Universal noticiou, em 2019, o óbito de uma universitária em virtude de queimaduras de 3º grau provenientes de explosão em uma residência que havia locado por intermédio da plataforma Airbnb.²⁶⁴

Ainda no ano de 2019, o portal Uol narrou, a notícia de que uma família brasileira havia morrido por intoxicação de monóxido de carbono em uma casa locada, por intermédio da plataforma Airbnb, no Chile. A reportagem também indagava a possibilidade de responsabilização da plataforma pelo acontecido.²⁶⁵

No ano de 2018, no feriado paulistano do dia 25 de janeiro, um casal de São Bernardo do Campo resolveu viajar para São Vicente, em São Paulo, aonde também tiveram uma experiência traumática com a plataforma, pois o casal ao chegar ao apartamento que tinham locado por meio da plataforma, repararam um sinal luminoso por trás de um espelho do quarto.²⁶⁶

O casal decidiu então olhar o que era, aonde descobriram que havia uma câmera instalada por trás do espelho, que registrava tudo o que acontecia no quarto. Após isso, o casal

²⁶¹ NASCIMENTO, Naiane. **Homem é abusado e morto por residentes de casa do Airbnb**. Leia Já, 2017. Disponível em: <<https://m.leiaja.com/noticias/2017/10/30/homem-e-abusado-e-morto-por-residentes-de-casa-do-airbnb/>>. Acesso em: 21 jul 2022.

²⁶² MIAMI HERALD. **Family of Florida woman killed in Costa Rica sues Airbnb**. 2018. Disponível em: <<https://www.miamiherald.com/news/local/article223476120.html>>. Acesso em: 25 set. 2022.

²⁶³ MIAMI HERALD. **Family of Florida woman killed in Costa Rica sues Airbnb**. 2018. Disponível em: <<https://www.miamiherald.com/news/local/article223476120.html>>. Acesso em: 25 set. 2022.

²⁶⁴ EL UNIVERSAL. **Fallece universitaria que sufrió explosion en casa de Airbnb en Guanajuato**. Disponível em: <<https://www.eluniversal.com.mx/estados/fallece-universitaria-que-sufrio-explosion-en-casa-de-airbnb-en-guanajuato>>. Acesso em: 25 set. 2022.

²⁶⁵ CRUZ, Bruno Souza. **Brasileiros mortos no Chile: Airbnb deve ser responsabilizado? Uol notícias**. 2019. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/05/24/qual-e-a-responsabilidade-do-airbnb-em-casos-como-a-tragedia-no-chile.htm>>. Acesso em: 25 set. 2022.

²⁶⁶ **Câmera escondida é flagrada em apartamento alugado pelo Airbnb em São Paulo**. TNH1, 2018. Disponível em: <<https://www.tnh1.com.br/noticia/nid/camera-escondida-e-flagrada-em-apartamento-alugado-pelo-airbnb-em-sao-paulo/>>. Acesso em: 21 jul 2022.

foi até uma delegacia e registraram o Boletim de Ocorrência, aonde a câmera foi apreendida para investigação, conforme manifesto da Secretaria de Segurança Pública de São Paulo.²⁶⁷

No ano de 2019, na cidade de Orinda, na Califórnia, nos Estados Unidos, ocorreu a morte de cinco pessoas em uma festa de Halloween que foi realizada em uma casa locada via plataforma Airbnb, onde o acontecido seu deu depois que o hóspede fez a locação explicando que estaria alugando a casa devido a seus parentes precisarem de um local para permanecerem longe da fumaça de um incêndio que havia ocorrido no norte da Califórnia, e que permaneceriam por apenas uma noite, porém, o objetivo era usar a propriedade para uma festa de Halloween, onde compareceram mais de cem pessoas, deixando cinco pessoas mortas e várias feridas a tiros.²⁶⁸

Após o ocorrido, o Airbnb resolveu se manifestar, anunciando que iria revisar suas medidas de segurança, incluindo o planejamento de verificação de todas as hospedagens de sua plataforma, que atualmente são estimadas em 7 milhões de propriedades, além de oferecer uma garantia aos hóspedes de 100% de retorno financeiro caso a propriedade locada não atenda as expectativas.²⁶⁹

Ainda nesse sentido, o Airbnb relata que se os hóspedes fizerem algum check-in em uma propriedade que não tenha um registro ou proprietário verdadeiros, o Airbnb realocará o usuário sem que haja custos pelo mesmo, e caso isso não seja possível, o reembolso de 100% do valor, onde a empresa falou em um post que: “A maioria dos anfitriões faz um ótimo trabalho, mas os hóspedes precisam sentir que o Airbnb os protege, e acreditamos que esse compromisso é uma etapa necessária para proporcionar tranquilidade a eles”, evocando novamente os vínculos de confiança estabelecidos pela plataforma.²⁷⁰

A estimativa é de que anualmente a plataforma Airbnb tenha o prejuízo de cerca de US\$ 50 milhões para pagar os usuários de locação em acordos legais ou para cobrir danos de casas dos anfitriões.²⁷¹

²⁶⁷ **Câmera escondida é flagrada em apartamento alugado pelo Airbnb em São Paulo.** TNH1, 2018.

Disponível em: <<https://www.tnh1.com.br/noticia/nid/camera-escondida-e-flagrada-em-apartamento-alugado-pelo-airbnb-em-sao-paulo/>>. Acesso em: 21 jul 2022.

²⁶⁸ CARSON, Biz. **Airbnb anuncia medidas de segurança após tiroteio na Califórnia.** Forbes, 2019.

Disponível em: <<https://forbes.com.br/colunas/2019/11/airbnb-anuncia-medidas-de-seguranca-apos-tiroteio-na-california/>> Acesso em: 20 set 2022.

²⁶⁹ CARSON, Biz. **Airbnb anuncia medidas de segurança após tiroteio na Califórnia.** Forbes, 2019.

Disponível em: <<https://forbes.com.br/colunas/2019/11/airbnb-anuncia-medidas-de-seguranca-apos-tiroteio-na-california/>> Acesso em: 20 set 2022.

²⁷⁰ CARSON, Biz. **Airbnb anuncia medidas de segurança após tiroteio na Califórnia.** Forbes, 2019.

Disponível em: <<https://forbes.com.br/colunas/2019/11/airbnb-anuncia-medidas-de-seguranca-apos-tiroteio-na-california/>> Acesso em: 20 set 2022.

²⁷¹ **Airbnb pagou US\$ 7 mi a vítima de estupro para evitar processo, diz jornal.** UOL, 2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2021/06/15/airbnb-pagou-us-7-mi-a-vitima-de-estupro-para->

Por óbvio, os acontecimentos elucidados se consubstanciam em um dano muito maior do que a simples ocorrência de aborrecimentos em virtude da contratação.

3.3 A PLATAFORMA AIRBNB COMO FORNECEDORA DE SERVIÇO

No que tange à definição legal de fornecedor, o Código de Defesa do Consumidor é englobante, eis que o legislador não diversifica o caráter, o regime jurídico ou a nacionalidade do fornecedor. Em consonância com o artigo 3º do diploma mencionado:

Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços²⁷².

Sobre o tema, Bruno Miragem destaca:

São abrangidos, pelo conceito, tanto empresas estrangeiras ou multinacionais, quanto o próprio Estado, diretamente ou por intermédio de seus Órgãos e Entidades, quando realizando atividade de fornecimento de produto ou serviço no mercado de consumo. Da mesma forma, com relação ao elemento dinâmico da definição (desenvolvimento de atividade), o CDC buscou relacionar ampla gama de ações, com relação ao fornecimento de produtos e à prestação de serviços. Neste sentido, é correto indicar que são fornecedores, para os efeitos do CDC, todos os membros da cadeia de fornecimento, o que será relevante ao definir-se a extensão de seus deveres jurídicos, sobretudo em matéria de responsabilidade civil.²⁷³

Além disso, o conceito de fornecedor não se extingue no *caput* do artigo 3º, tendo em vista que é imprescindível considerar o constante dos §§ 1º e 2º da mesma lei, que determinam, de modo respectivo, as definições de serviço e produto, que constituem objetos do vínculo consumerista.²⁷⁴

Em virtude disso, é com fundamento na alusão disposta no §2º referido (no que tange à imprescindibilidade de remuneração na prestação de serviços a fim de que possa recair os regramentos do Código de Defesa do Consumidor) que se compreende que toda atuação do

evitar-processo-diz-jornal.htm>. Acesso em: 10 set 2021.

²⁷² BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 06 set. 2022.

²⁷³ MIRAGEM, Bruno. **Contratos de consumo e tutela do consumidor vulnerável em relação aos efeitos da pandemia de coronavírus**. In: Aleandre David Malfatti, Paulo Henrique Ribeiro Harcia e Sérgio Seiji Shimura (Org). *Direito do Consumidor: reflexões quanto aos impactos da pandemia de Covid-19*. 1ed. São Paulo: Escola Paulista da Magistratura, 2020, v.1, p. 148.

²⁷⁴ MIRAGEM, Bruno. **Contratos de consumo e tutela do consumidor vulnerável em relação aos efeitos da pandemia de coronavírus**. In: Aleandre David Malfatti, Paulo Henrique Ribeiro Harcia e Sérgio Seiji Shimura (Org). *Direito do Consumidor: reflexões quanto aos impactos da pandemia de Covid-19*. 1ed. São Paulo: Escola Paulista da Magistratura, 2020, v.1, p. 148.

fornecedor no mercado deve apresentar, ainda, uma natureza econômica.²⁷⁵

Tendo em vista isso, incumbe, neste momento, apurar o concreto papel da plataforma digital Airbnb acerca da seara da economia compartilhada e do seu encaixe na condição de fornecedora, nos ditames do Código de Defesa do Consumidor.²⁷⁶

Diversamente do que ocorre com um fornecedor clássico, cuja tarefa principal é, efetivamente, a produção do bem ou a prestação de um serviço, na economia colaborativa, a plataforma virtual tem como principal finalidade a conexão dos pactuantes e simplificação da negociação.²⁷⁷

A plataforma é o componente crucial para a concreta transação comercial entre os particulares, eis que é incumbida de aproximar o consumidor e o prestador do serviço, além de oferecer ferramentas viáveis, garantir a segurança e a qualidade nas operações executadas por aqueles, fomentando, desta forma, a confiança indispensável nos usuários a fim de que possam decidir sobre a concreta celebração do negócio por ela intermediado.

Desta maneira, embora não preste diretamente o serviço de hospedagem o Airbnb é quem disponibiliza o pacto e procede à sua intermediação, estando bastante presente na pactuação digital, no sistema de reputação, nas apurações dos consumidores e na determinação de regras acerca do negócio, elaborando as condições e termos de utilização para o negócio, bem como organiza os modos de pagamento.²⁷⁸

Deste modo, não existem dúvidas de que a plataforma, ao desempenhar a função de viabilizadora do negócio, presta um serviço, e, na hipótese do Airbnb, o serviço é remunerado através do pagamento de taxas de serviço, o que configura a natureza econômica da atividade.²⁷⁹

Nesta conjuntura, uma vez propiciada à oferta de produtos e serviços no mercado de consumo, a incidência do Código de Defesa do Consumidor é atraída e figura o que o explora como sendo fornecedor de serviços, tal como preleciona o artigo 3º do diploma

²⁷⁵ MIRAGEM, Bruno. **Contratos de consumo e tutela do consumidor vulnerável em relação aos efeitos da pandemia de coronavírus**. In: Aleandre David Malfatti, Paulo Henrique Ribeiro Harcia e Sérgio Seiji Shimura (Org). *Direito do Consumidor: reflexões quanto aos impactos da pandemia de Covid-19*. 1ed. São Paulo: Escola Paulista da Magistratura, 2020, v.1.

²⁷⁶ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 06 set. 2022.

²⁷⁷ OLIVEIRA, Amanda Flávio de. Economia colaborativa e os desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões. **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 115, p. 479-495, jan./fev. 2018.

²⁷⁸ MARQUES, Cláudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e acesso ao consumo. **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 111, p. 247-268, maio-jun. 2017.

²⁷⁹ AIRBNB. **Políticas e padrões dos membros**. [S.I.], 2021. Disponível em:

<<https://www.airbnb.com.br/help/article/1857/o-que-s%C3%A3o-as-taxas-de-servi%C3%A7o-do-airbnb>>. Acesso em: 10 jul. 2021.

mencionado²⁸⁰.

Claudia Lima Marques reconhece então, esse intermediário constante na economia do compartilhamento como um profissional, no desempenho costumeiro de sua atividade para a aquisição de lucro, que procede à intermediação do consumo, ou o que elabora a localidade para o encontro dos dois indivíduos.²⁸¹

O intermediário constitui, assim, o fornecedor-escondido, ou, ainda, o fornecedor-indireto, haja vista que não presta o serviço de modo direto, mas autoriza o acesso a ele.²⁸²

Além disso, é válido salientar sobre a natureza jurídica das plataformas em estudo. No ordenamento jurídico pátrio, foi encontrada uma resposta a partir do Marco Civil da Internet, a Lei nº 12.965 de 2014.²⁸³

Em consonância com o artigo 5º, VII, bem como o artigo 15, ambos da mencionada lei, essas plataformas digitais se configuram como provedores de empregos de internet. Os provedores de aplicação de internet, por seu turno, devem ser, tal como nos ditames da norma, constituídos como pessoa jurídica, além de deverem desempenhar a atividade de maneira profissional, organizada e com finalidades econômicas.²⁸⁴

Deste modo, com fulcro nos artigos 5º, VII e 15 do Marco Civil da Internet, o organizador da plataforma não é somente um simples facilitador ou intermediador, sendo indubitável que, no caso concreto, se consubstancia no fornecedor principal da economia colaborativa, que é remunerada e estruturada.²⁸⁵

A jurisprudência pátria também reverbera este entendimento, conforme se verifica do julgado a seguir:

De início, cumpre observar que se aplicam ao caso os ditames do Código de Defesa do Consumidor, pois as partes se enquadram nos conceitos previstos nos arts. 2º e 3º daquele diploma legal.

²⁸⁰ MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Cláudia Lima. Economia do compartilhamento deve respeitar direitos do consumidor. In: **Consultor Jurídico**. [S.I.], 23 dez. 2015. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2015-dez-23/garantias-consumo-economia-compartilhamento-respeitardireitos-consumidor#_ftnref5>. Acesso em: 25 set. 2022.

²⁸¹ MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

²⁸² MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

²⁸³ BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm>. Acesso em: 25 set. 2022.

²⁸⁴ BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm>. Acesso em: 25 set. 2022.

²⁸⁵ MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

Com efeito, a documentação trazida aos autos pela autora, em especial as fotografias e a conversa tida com a anfitriã na própria plataforma do réu evidenciam os problemas narrados na inicial, entre eles o acúmulo de água no banheiro, o mau cheiro existente no imóvel e a impossibilidade de elevação da temperatura no aquecedor. Os dois últimos foram inclusive reconhecidos pela anfitriã, embora ela tenha apresentado justificativas, quais sejam, o nível de água nos canais como causa do mau cheiro ocasional e ainda o risco de queda de energia em caso de elevação da temperatura do aquecedor.

Destaco que embora a ré seja mera intermediadora entre o hóspede e o anfitrião, possui responsabilidade solidária pelos eventuais prejuízos suportados pelo consumidor, pois auferir benefício direto e indireto com a relação e, portanto, de acordo com a Teoria do Risco Proveito, faz parte da cadeia de fornecimento do produto, conforme art. 7º do CDC.

Conforme art. 6º, III do CDC, constitui direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre o produto posto no mercado pelo fornecedor, com especificação correta das suas características. Tal direito decorre da vulnerabilidade presumida do consumidor (art. 4º, I do CDC), exigindo do fornecedor, por consequência, maior boa-fé contratual. Em outras palavras, exige do fornecedor um comportamento proativo, munindo o consumidor de todas as informações necessárias para uma correta decisão de adquirir ou não o produto ou serviço oferecido, principalmente aquelas inerentes às características e as restrições de funcionalidade.

O dever é reforçado no art. 31 do CDC, que dispõe que:

“A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores”

Dessa forma, caso o fornecedor não preste as informações de forma clara, completa e precisa, omitindo-se sobre característica ou restrição essencial, é possível que seja responsabilizado pelos prejuízos experimentados pelo consumidor.

No caso dos autos, a possibilidade de mau cheiro ocasional e a restrição da elevação da temperatura do aquecedor sob risco de queda de energia não foram devidamente informados por ocasião da reserva, violando assim o direito à informação completa que prejudica a decisão de aquisição do serviço pelo consumidor. Ademais, evidente o vício do imóvel no que se refere ao acúmulo de água no banheiro.

Portanto, deve a requerida indenizar os prejuízos suportados pela autora²⁸⁶.

Deste modo, é notório o estágio de dominação e influência que a plataforma em estudo desempenha nas operações executadas entre anfitriões e hóspedes, eis que a organiza todo o padrão do mercado, concomitantemente que executa a atividade com natureza econômica, sendo destaque o seu interesse financeiro nas operações, haja vista que é sempre remunerada por intermédio das já referidas taxas de serviço.

Assim sendo, mesmo que seja um componente não determinado no interior do Código de Defesa do Consumidor, a plataforma Airbnb indubitavelmente se encaixa no conceito de fornecedor presente no ordenamento consumerista.²⁸⁷

²⁸⁶ TJDF. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. **RECURSO INOMINADO CÍVEL 0734713-76.2019.8.07.0016**. Relator: AISTON HENRIQUE DE SOUSA. Julgamento em: 13/12/2019.

²⁸⁷ XAVIER, Yanko Marcius de Alencar; ALVES, Fabrício Germano; SANTOS, Kleber Soares de Oliveira. Economia compartilhada: compreendendo os principais aspectos desse modelo disruptivo e os seus reflexos na

Com relação ao hóspede na qualidade de consumidor, em consonância com o que aduz o artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor²⁸⁸, consumidor é toda pessoa jurídica ou física que obtém ou se vale de serviço ou produto na qualidade de destinatário final. Portanto, é certo que o hóspede se encaixa na definição legal de consumidor, haja vista que obtém o serviço de hospedagem enquanto destinatário final de um fornecedor, isto é, a plataforma em comento.

A definição jurídica de consumidor é estabelecida pelo CDC por intermédio do seu artigo 2º, que estabelece o conceito de consumidor padrão, standard, o qual vai ser complementado por outras três definições, a que a doutrina majoritária qualifica como espécies de consumidores equiparados, uma vez que, independentemente de se caracterizarem como tal pela realização de um do ato material de consumo, são referidos deste modo para permitir a aplicação da tutela protetiva do CDC em favor da coletividade, das vítimas de um acidente de consumo, ou mesmo de um contratante vulnerável, exposto ao poder e à atuação abusiva do parceiro negocial mais forte²⁸⁹.

Deste modo, o entendimento majoritário na comunidade doutrinária se consubstancia na admissão da existência de um vínculo consumerista entre o hóspede e a plataforma, conforme o que determina os artigos 2º e 3º da legislação consumerista.

A diversidade de modelos de plataformas tecnológicas impõe, também, o desafio da qualificação de seus participantes em todas as relações que estabeleçam como consumidores ou fornecedores. A relação de consumo típica por plataforma digital se dá naquelas que intermedeiam o fornecimento de produtos e serviços entre fornecedores e consumidores (B2C, business to consumer).

[...]

Uma primeira linha de entendimento poderá considerar a gradativa extensão da responsabilidade do organizador da plataforma, conforme sua intervenção ou participação na contratação entre o consumidor e o fornecedor direto. Assim, por exemplo, se controla e avalia a execução da prestação (entrega do produto ou realização do serviço), o pagamento pelo consumidor, ou ainda quando tenha participação na própria remuneração (uma vantagem direta, decorrente da remuneração, mediante desconto ou retenção do valor recebido, de parte do preço pago pelo consumidor). Cláudia Lima Marques, examinando o fenômeno de consumo compartilhado, filia-se a este entendimento, ao definir a existência de uma cadeia “escondida” de fornecedores, que devem responder solidariamente quando participam da organização da plataforma digital.²⁹⁰

relação de consumo e no mercado econômico. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 128, p. 103-203, mar./abr. 2020.

²⁸⁸ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 23 set. 2022.

²⁸⁹ MIRAGEM, Bruno. **Contratos de consumo e tutela do consumidor vulnerável em relação aos efeitos da pandemia de coronavírus**. In: Aleandre David Malfatti, Paulo Henrique Ribeiro Harcia e Sérgio Seiji Shimura (Org). *Direito do Consumidor: reflexões quanto aos impactos da pandemia de Covid-19*. 1ed. São Paulo: Escola Paulista da Magistratura, 2020, v.1, p. 140.

²⁹⁰ MIRAGEM, Bruno. **Contratos de consumo e tutela do consumidor vulnerável em relação aos efeitos da pandemia de coronavírus**. In: Aleandre David Malfatti, Paulo Henrique Ribeiro Harcia e Sérgio Seiji Shimura (Org). *Direito do Consumidor: reflexões quanto aos impactos da pandemia de Covid-19*. 1ed. São Paulo: Escola Paulista da Magistratura, 2020, v.1, p. 75-76.

Este também é o posicionamento exarado pelos Tribunais pátrios, que vêm afirmando de modo contínuo à incidência dos regramentos constantes do Código de Defesa do Consumidor nos vínculos existentes entre a plataforma Airbnb e seus hóspedes.

Acerca do tema, com o fito de reforçar a natureza consumerista do vínculo determinado entre o hóspede e a plataforma Airbnb, colaciona-se trecho da fundamentação do voto do Relator Hugo Crepaldi, componente da 25ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, por ocasião do julgamento da Apelação Cível nº 1011773-31.2019.8.26.0011:

A relação tabulada entre as partes configura-se como de consumo (consumidor/fornecedor), já que os autores adquiriram serviço como destinatários finais (art. 2º, caput, Código de Defesa do Consumidor (CDC)) de um fornecedor (art. 3º, caput, CDC). Assim, nas relações de consumo respondem solidariamente todos os fornecedores de produtos e serviços vinculados por meio de uma cadeia dirigida ao fornecimento de um bem ou serviço. Nesse sentido, explicando o alcance do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor.

Evidente, portanto, a legitimidade da ré para responder por falha do serviço comercializado em sua plataforma, conforme disposto nos artigos 7º e 14 do CDC.

Cabe ainda ressaltar que não há que se falar, na hipótese, em excludente de responsabilidade por culpa de terceiro, eis que a requerida, responsável pela veiculação do local de hospedagem do anfitrião e pela contratação entabulada faz parte da relação de consumo, não se configurando o anfitrião como terceiro, eis que terceiro é “qualquer pessoa que não se identifique com os partícipes da relação de consumo” (Zelmo Denari in GRINOVER, Ada Pellegrini; et al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. rev. atual. e amp. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007, p. 198).

Destaque-se, ademais, que a tese de ilegitimidade pelo fato de o contrato ter sido entabulado com Airbnb Irlanda igualmente não prospera, já que além de tal fato dificultar ao consumidor o direito de demandar é inegável que a requerida integra o grupo econômico da marca AIRBNB, valendo-se desta marca perante o mercado. Perante o consumidor, portanto, tem-se que se trata da mesma marca, com atuação conjunta no fornecimento de serviços ao mercado, motivo pelo qual a ré responde como parte integrante da mesma cadeia de fornecimento dos demais membros, sendo legítima para integrar a lide²⁹¹.

Em outra ocasião, o mesmo Tribunal já se pronunciou:

Ação indenizatória. Prestação de serviços de hospedagem. Viagem para o exterior. Confirmação da reserva pela plataforma eletrônica AIRBNB. Autora que ao chegar no local da hospedagem toma conhecimento da existência de terceiros no imóvel. Cancelamento da reserva, com oferecimento de voucher de R\$160,22 pelo Requerido. Dano moral configurado em razão dos transtornos experimentados pela Autora com a busca de nova acomodação em país estrangeiro. Indenização arbitrada em R\$5.000,00. Valor razoável e suficiente. Recursos desprovidos. Trecho do voto: [...] Deve ser reconhecida a legitimidade passiva do AIRBNB Serviços Digitais Ltda, já que a empresa integra o mesmo grupo econômico da “AIRBNB Irlanda”. A empresa é procurada pelo consumidor que busca hospedagem por meio da

²⁹¹ TJSP. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Apelação Cível nº 1011773-31.2019.8.26.0011**. Relator: Hugo Crepaldi. 25ª Câmara de Direito Privado. Julgado em: 24/04/2021.

plataforma “AIRBNB” que não faz distinção entre o serviço das plataformas “AIRBNB Irlanda” e “AIRBNB Serviços Digitais Ltda”. Por isso, a sua responsabilidade é solidária, nos termos dos artigos 7º, parágrafo único, 14 e 34, do Código de Defesa do Consumidor. [...]”²⁹².

Neste sentido, as plataformas digitais que oferecem serviços de hospedagem, quer sejam de imóveis ou hotéis de pessoas físicas, se inserem na cadeia de consumo, já que adquirem benefícios econômicos ou de outro cunho pelos negócios consolidados entre terceiros e o consumidor, bem como respondem objetiva e solidariamente pelas lesões ocasionadas aos consumidores.²⁹³

Contudo, embora haja posicionamento jurisprudencial e doutrinário majoritário de que não há como rechaçar a natureza consumerista do vínculo jurídico determinado entre a plataforma Airbnb e o hóspede, ainda existem incertezas no que cerne à qualificação do anfitrião em que pese à natureza jurídica do vínculo que detém com o hóspede e com a plataforma.

Já com relação ao anfitrião como fornecedor aparente, apesar de não existir maiores incertezas sobre a qualificação de hóspede e da plataforma em comento na qualidade de fornecedor e consumidor, a qualificação do anfitrião requer uma análise mais aprofundada no que tange à tarefa por ele desempenhada na constância da economia do compartilhamento, já que não se encaixa com muita notoriedade nas definições jurídicas classicamente conhecidas.

Tem-se em mente que o anfitrião é efetivamente o prestador de serviço da hospedagem, sendo atestado como o fornecedor aparente²⁹⁴ na economia do compartilhamento, eis que é ele quem firma o serviço do consumidor e o responsável mais importante pelo seu desempenho direto, tendo em vista que estabelece o preço para o compartilhamento, oportuniza as informações sobre a localidade, bem como prepara e disponibiliza o espaço a ser locado.²⁹⁵

Todavia, ainda permanecem incertezas no que tange à sua configuração como fornecedor, nos ditames do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor. Mesmo que a lei

²⁹² TJSP. TRIBUNAL DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Apelação nº 1030614-64.2020.8.26.0100**, 36ª Câmara de Direito Privado do TJSP, Rel. Des. Pedro Baccarat, DJ: 18/02/202.

²⁹³ TJSP. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Apelação Cível nº 1011773-31.2019.8.26.0011**. Relator: Hugo Crepaldi. 25ª Câmara de Direito Privado. Julgado em: 24/04/2021.

²⁹³ TJSP. TRIBUNAL DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Apelação nº 1030614-64.2020.8.26.0100**, 36ª Câmara de Direito Privado do TJSP, Rel. Des. Pedro Baccarat, DJ: 18/02/202.

²⁹⁴ MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

²⁹⁵ XAVIER, Yanko Marcius de Alencar; ALVES, Fabrício Germano; SANTOS, Kleber Soares de Oliveira. Economia compartilhada: compreendendo os principais aspectos desse modelo disruptivo e os seus reflexos na relação de consumo e no mercado econômico. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 128, p. 103-203, mar./abr. 2020.

pátria não impinja, de modo expresse, parcela da doutrina compreende que, para se qualificar como fornecedor, o sujeito deve atuar de modo profissional no mercado de consumo, de maneira organizada e com determinada habitualidade.²⁹⁶

Isso ocorre porque, de acordo com Bruno Miragem o profissional é quem possui o conhecimento específico acerca dos serviços ou bens oportunizados, exerce o controle sobre os meios de produção e elabora uma atividade econômica organizada, que pode ou não tencionar vantagens de cunho econômico. É suficiente que sua atividade apresente viés habitual, a fim de que insira um risco maior no mercado de consumo, que legitima a obrigatoriedade dos deveres do fornecedor.²⁹⁷

Nesta esteira, uma primeira corrente relacionada à qualificação do prestador direto de serviço defende que, a fim de qualificar o anfitrião como fornecedor, é necessário, a princípio, que seja realizado um exame mais profundo sobre sua condição, se presta serviço de hospedagem de modo organizado e habitual no mercado de consumo ou se é um indivíduo que compartilha o bem sem a organização e habitualidade dos meios de produção, tal como ocorre com o empresário.²⁹⁸

Essa qualificação é relevante, haja vista que a lei oportuniza uma abordagem diferenciada perante aos dois contextos, enquanto que quem labora profissionalmente comercializando hospedagem frente do consumidor detém maior ônus legal²⁹⁹. Neste cenário, a União Europeia, no ano de 2018, proclamou um comunicado oficial denominado “Comissão Europeia e as autoridades europeias de defesa do consumidor instam o Airbnb a cumprir as normas da União Europeia”.³⁰⁰

No documento mencionado, existe a previsão de que a plataforma deve elucidar se o anfitrião atua como um profissional ou particular, eis que as normas consumeristas cuidam de maneira diversa cada situação.³⁰¹

²⁹⁶ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. -- 6. ed. -- São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

²⁹⁷ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. -- 6. ed. -- São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

²⁹⁸ PEREIRA JÚNIOR, Antonio Jorge; JEREISSATI, Catherine Santa Cruz; BEZERRA, Mário de Quesado Miranda. Impacto do modelo de negócio do airbnb no mercado de hospedagem: autonomia privada, internet, economia colaborativa e as novas fronteiras do direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 119, p. 269-294, set./out. 2018.

²⁹⁹ PEREIRA JÚNIOR, Antonio Jorge; JEREISSATI, Catherine Santa Cruz; BEZERRA, Mário de Quesado Miranda. Impacto do modelo de negócio do airbnb no mercado de hospedagem: autonomia privada, internet, economia colaborativa e as novas fronteiras do direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 119, p. 269-294, set./out. 2018.

³⁰⁰ UE. **The European Commission and EU consumer authorities push Airbnb to comply**. In: European Commission. Bruxelas, 16 jul. 2018. Disponível em: <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_4453>. Acesso em: 26 set. 2022.

³⁰¹ UE. **The European Commission and EU consumer authorities push Airbnb to comply**. In: European Commission. Bruxelas, 16 jul. 2018. Disponível em: <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_4453>. Acesso em: 26 set. 2022.

Portanto, nas situações em que se atestar que o anfitrião é uma empresa, podendo se constituir como um hotel ou uma pousada que se vale do Airbnb para anunciar acomodações, não restam dúvidas de que será configurado como fornecedor e existirá a aplicação do Código de Defesa do Consumidor.³⁰²

Entretanto, na constância da economia compartilhada, o prestador direto do serviço, na maior parte das vezes, não consiste em um profissional, mas sim um indivíduo comum que não detém expertise em atividades empresariais ou comerciais, que tão somente possui um espaço ocioso e entende por bem loca-lo de modo temporário.³⁰³

Nesta esteira, esta corrente defende que, nessas situações nas quais o anfitrião é indivíduo não profissional que compartilha o bem somente de maneira eventual, sem a habilidade técnica e sem a estrutura dos meios de produção, tal como realiza um empresário, o vínculo que ele firma com o hóspede, via de regra, não será atribuído como vínculo consumerista.³⁰⁴

Aproximar-se-ia, desta maneira, de um vínculo civil entre particulares, isto é, entre dois semelhantes, regulamentada, assim, pelo Código Civil³⁰⁵, eis que o anfitrião, na qualidade de amador, não profissional, não detém, na maior parte das hipóteses, as capacidades e recursos legais, técnicos e organizacionais que as empresas e comerciantes possuem, sendo imperioso o reconhecimento, nessas situações, que o anfitrião não deteria condições de amparar todos os ônus e responsabilidades da legislação de tutela ao consumidor.³⁰⁶

No entanto, a maior problemática em acolher essa vertente reside na complexidade de identificar com exatidão a quantidade de operações que alguém deve firmar para que se torne um profissional e, por conseguinte, um fornecedor no caso concreto.³⁰⁷

Além disso, parcela da doutrina pátria ainda indaga se vincular estritamente a

³⁰² CARPENA, Heloisa. Airbnb e a Responsabilidade por Danos Causados aos Consumidores na Economia Compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 129, p. 175-194, maio/jun. 2020.

³⁰³ PEREIRA JÚNIOR, Antonio Jorge; JEREISSATI, Catherine Santa Cruz; BEZERRA, Mário de Quesado Miranda. Impacto do modelo de negócio do airbnb no mercado de hospedagem: autonomia privada, internet, economia colaborativa e as novas fronteiras do direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 119, p. 269-294, set./out. 2018..

³⁰⁴ MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Cláudia Lima. Economia do compartilhamento deve respeitar direitos do consumidor. In: **Consultor Jurídico**. [S.I.], 23 dez. 2015. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2015-dez-23/garantias-consumo-economia-compartilhamento-respeitardireitos-consumidor#_ftnref5>. Acesso em: 25 set. 2022.

³⁰⁵ BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2022**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm>. Acesso em: 25 set. 2022.

³⁰⁶ CARPENA, Heloisa. Airbnb e a Responsabilidade por Danos Causados aos Consumidores na Economia Compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 129, p. 175-194, maio/jun. 2020.

³⁰⁷ MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 125, p. 17-62, set./out. 2019.

definição com o ideal de profissionalidade constituiria um critério útil para estabelecer ou não a aplicação das normas de Direito do Consumidor.³⁰⁸

Nessa acepção, acarretando um exame específico sobre o papel do prestador direto do serviço na constância da economia do compartilhamento, Claudia Lima Marques elucida que estes vínculos são de consumo, embora podem se realizar entre dois indivíduos leigos e não em modo profissional, se deixam contaminar pelo outro fornecedor, isto é, o fornecedor precípua da economia do compartilhamento, que é estruturada e remunerada, a saber: o guardião do acesso.³⁰⁹

O guardião do acesso, em consonância com a autora mencionada, é o que abre a porta da operação de consumo, que não executa, mas intermedeia e, em várias situações, coordena o pagamento, na qualidade de fomento de confiança para ambas as partes leigas abarcadas no negócio.³¹⁰

Ao lado do consumidor tradicional, o que adquire, loca, se transporta, paga e remunera ambos os consumidores, a qualificação é de consumidor em sentido estrito, isto é, o destinatário final do serviço ou do produto, ainda que por apenas determinado tempo.³¹¹

O outro pode ser um profissional ou um leigo, mas ambos prestam um serviço mediante remuneração, de forma que a presença do fornecedor principal, o estruturador do compartilhamento e guardião de seu acesso, contamina o vínculo consumerista, acarretando obrigações de boa-fé também para este que oportuniza o serviço ou produto a ser compartilhado, atraindo, desta forma, a incidência das leis consumeristas.³¹²

Em comum, o fornecimento de produtos e serviços por intermédio de plataforma digital conta com uma estrutura característica da relação jurídica que estabelece entre três pessoas distintas: a) o organizador da plataforma, que intermedeia a relação; b) o fornecedor direto do serviço; c) o consumidor. O organizador da plataforma é aquele a quem incumbe definir o modelo do negócio e do modo como produtos ou serviços serão ofertados e fornecidos por intermédio da internet. Exerce, por isso, poder em relação aos demais envolvidos, sobretudo porque é ele quem

³⁰⁸ MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 125, p. 17-62, set./out. 2019.

³⁰⁹ MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

³¹⁰ MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

³¹¹ MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

³¹² MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

controla o acesso àquele específico canal que organiza, 256 seja de fornecedores diretos como de consumidores; por vezes controla o pagamento e, desse modo, também parte da execução do contrato celebrado entre as partes. Por essa razão, será denominado como espécie de guardião do acesso (gatekeeper), expressão que destaca seu poder de controle da possibilidade de contratação por fornecedores diretos e consumidores no ambiente virtual. Esse poder do organizador da plataforma também se expressa na formação dos preços, conforme controle os níveis de acesso à oferta e demanda de fornecedores e consumidores, com efeitos concorrenciais. A atuação das empresas que organizam estas plataformas digitais também visa, cada vez mais, a coleta e tratamento de dados dos consumidores, visando a seu tratamento, tanto para segmentação de mercado e maior eficiência no direcionamento de ofertas de produtos e serviços, quanto seu compartilhamento com outros fornecedores, na internet e fora dela.³¹³

Por esta ótica, o anfitrião (ainda que se trate de um civil) se encaixa na definição legal de fornecedor e impinge-se a ele os deveres mínimos de tutela do consumidor, já que presta, patentemente, um serviço no mercado de consumo através de remuneração. É justamente essa vantagem econômica que aproxima o que compartilha o bem para o lado de fornecedor do mercado de consumo.³¹⁴

Outrossim, é relevante tratar da controvérsia existente no vínculo que o prestador direto da hospedagem, ou seja, o anfitrião, conserva com a plataforma digital.

Acerca do assunto, Bruno Miragem destaca que:

Porém, entre os fornecedores diretos e o organizador da plataforma digital, embora possam estar presentes características que permitam identificar certa assimetria, ou mesmo dependência dos primeiros, não há de se considerar a existência, como regra, de outra relação de consumo. Poderá até se cogitar exceções, como é o caso em que não se tenha uma relação propriamente de consumo entre vendedores e adquirentes em plataformas que intermediem relações eventuais entre não profissionais. Porém, como regra, se alguém se serve de uma plataforma digital para intermediar ofertas de produtos e serviços inerentes a sua atividade profissional, não se há de cogitar haver, nesta hipótese, relação de consumo. Nesse caso, a relação será empresarial, se presentes os requisitos para caracterização da atividade (art. 966 do Código Civil), sem prejuízo que se considere a possibilidade de endereçar àquele que se relaciona com o organizador da plataforma digital, a tutela própria ao aderente em relação ao contrato de adesão (arts. 423 e 424 do Código Civil). Ou em situações muito específicas, a equiparação a consumidor, demonstrada a vulnerabilidade in concreto, segundo a interpretação prevalente do art. 29 do CDC.³¹⁵

Do acima citado, extrai-se que apesar de Bruno Miragem entender que, via de regra, não existe a configuração de um vínculo consumerista entre o fornecedor direto e o fornecedor indireto na constância da economia do compartilhamento, cita a viabilidade, em

³¹³ MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 125, p. 17-62, set./out. 2019, p. 74.

³¹⁴ MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 125, p. 17-62, set./out. 2019.

³¹⁵ MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 125, p. 17-62, set./out. 2019, p. 73-74.

contextos bastante específicos, com natureza extraordinária, de que o prestador direto do serviço pode corresponder a consumidor frente ao organizador da plataforma se explicitada a sua vulnerabilidade.³¹⁶

A diversidade de modelos de plataformas tecnológicas impõe, também, o desafio da qualificação de seus participantes em todas as relações que estabeleçam como consumidores ou fornecedores. A relação de consumo típica por plataforma digital se dá naquelas que intermedeiam o fornecimento de produtos e serviços entre fornecedores e consumidores (B2C, business to consumer). Não deve incidir o CDC, como regra, às relações por plataforma digital que envolvam relações entre empresários (B2B, business to business). Porém, esta delimitação nem sempre será clara, afinal, não é incomum a utilização de plataformas digitais para intermediação de negócios de compra e venda ou troca entre pessoas (P2P, peer to peer), que não serão necessariamente profissionais, ou exerçam a atividade com habitualidade, senão aproveitam-se da facilidade do meio para realizar negócios episodicamente. Como destaca a doutrina, nestes casos, será difícil precisar qual o número de transações deve alguém celebrar para que deixe de ser considerado um consumidor, tornando-se um fornecedor. Seria um critério útil para determinar a incidência ou não da legislação de proteção do consumidor? 258 Independentemente da resposta, contudo, há de determinar se existe um dever do organizador da plataforma digital de informar, conforme a boa-fé, que a relação que intermedia, celebrada entre pessoas que não são fornecedoras, poderá ter por consequência a não incidência do CDC (e.g. alguém que venda por intermédio de certa plataforma tecnológica um bem usado seu, em caráter eventual e sem o intuito de lucro)³¹⁷.

No que tange ao anfitrião da plataforma do Airbnb, é sabido que, na maioria das situações, o fornecedor direto não se trata de um profissional, se achando no mercado de consumo do modo esporádico. Neste diapasão, pode-se compreender que, nas conjunturas em que o anfitrião do Airbnb não se consubstancia em um profissional e não for configurada a existência de um vínculo entre ele e o hóspede (que determinam uma efetiva parceria, no que tange à plataforma) o anfitrião pode ser considerado consumidor do serviço de intermediação.³¹⁸

Isto ocorre porque, nessa conjuntura, é viável atestar a presença da condição da vulnerabilidade não apenas no que tange ao hóspede, mas, ainda, no que tange ao anfitrião não profissional.

Na visão de Heloisa Carpena, o anfitrião se sujeita ao poder do Airbnb tal como o faz o hóspede, sendo que aquele não apresenta o conhecimento técnico acerca da operacionalização da plataforma, não sabendo ao menos a identidade da pessoa em potencial a ocupar a sua propriedade, aquiescendo aos vários termos de serviço e às demais regras

³¹⁶ MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, [S.I.], v. 125, p. 17-62, set./out. 2019.

³¹⁷ MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, [S.I.], v. 125, p. 17-62, set./out. 2019, p. 74.

³¹⁸ MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, [S.I.], v. 125, p. 17-62, set./out. 2019.

impingidas de modo unilateral pelo fornecedor.³¹⁹

Conforme já asseverado, a plataforma digital organiza todo o padrão contratual, podendo se omitir de modo direto nas obrigações avocadas pelas partes, detendo intervenção acerca do recebimento e consolidação do pagamento, além dos métodos de resolução de conflitos e cancelamento, bem como impõe inúmeras exigências aos pactuantes para que possam se utilizar do serviço oportunizado pelo portal, tal como, a título de exemplificação, o preenchimento de cadastros, a demonstração de atestados de antecedentes criminais e a explicitação de fotos dos imóveis.³²⁰

O Airbnb, efetivamente, possibilita o pacto e controla o teor das cláusulas que regulamentam o vínculo entre o anfitrião e o hóspede, inviabilizando, desta forma, a negociação direta entre estes. A plataforma, neste sentido, age na formação do pacto e na execução, bem como depois de seu encerramento, já que vincula as partes ao seu serviço, ainda que já extinta a hospedagem.³²¹

Nesta toada, a plataforma digital, ainda que não oportunize o serviço ou bem primário, entregará serviços aos seus usuários por direito próprio. Estes serviços abarcam tarefas como revisão e reputação, fornecimento de operações de mensagens, marketing e publicidade, serviços de resolução de conflitos, além de serviços de valor agregado, tais como seguros, atendimento extra ao cliente, garantias, certificações extras, dentre outros.³²²

É precisamente em virtude dessa ampla gama de serviços disponibilizados (perante remuneração) e devido à subordinação, que se estende às partes, que parcela da doutrina vem reconhecendo a viabilidade de o anfitrião não profissional também ser encarado como consumidor da plataforma, e, por conseguinte, fazer jus à tutela da lei consumerista para compensar a disparidade existente no vínculo.³²³

O que se depreende desses novos modos de negócios celebrados com fundamento no consumo compartilhado é uma nova explicitação de consumo. Existe alguém que, de fato, paga para acessar um modo de consumo de bem ou serviço, e, concomitantemente, há alguém

³¹⁹ CARPENA, Heloisa. Airbnb e a Responsabilidade por Danos Causados aos Consumidores na Economia Compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 129, p. 175-194, maio/jun. 2020.

³²⁰ MUCELIN, Guilherme. Peers inc.: a nova estrutura da relação de consumo na economia do compartilhamento. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 118, p. 77-126, jul./ago. 2018.

³²¹ CARPENA, Heloisa. Airbnb e a Responsabilidade por Danos Causados aos Consumidores na Economia Compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 129, p. 175-194, maio/jun. 2020.

³²² CARVALHO, Diógenes Faria de; CARDOSO, Alysson Godoy. Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de pares-oecd. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 114, ano 26, p. 229-270, nov./dez. 2017.

³²³ CARVALHO, Diógenes Faria de; CARDOSO, Alysson Godoy. Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de pares-oecd. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 114, ano 26, p. 229-270, nov./dez. 2017.

que se encaixa na definição de consumidor na qualidade de destinatário final.³²⁴

Noutro giro, parece existir, semelhantemente, outro indivíduo pagando para acessar um outro modo de consumo que, de maneira específica, lhe autoriza encontrar indivíduos interessados em desfrutar do serviço ou bem que tem a oferecer no caso concreto.³²⁵

Utilizando-se da pesquisa jurisprudencial, verifica-se que existe uma tendência dos julgadores pátrios em levar em consideração a viabilidade de emprego das normas consumeristas nos vínculos abarcando a plataforma Airbnb e o anfitrião. Acerca da temática, o Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro entendeu por bem admitir o anfitrião como consumidor de serviços prestados pela plataforma:

Desde logo cabe destacar que, à demanda aplica-se o Código de Defesa do Consumidor, o qual traz em seu bojo normas de ordem pública e de interesse social, objetivando a proteção e defesa do consumidor, em razão de sua vulnerabilidade. Assim, a Ré enquadra-se na condição de prestadora de serviços, eis que a atividade econômica por ela exercida foi expressamente descrita como serviço, no texto do art.3º, § 2º, do CDC. Sendo a Autora considerada consumidora. O E. STJ vem se manifestando no sentido de que as imobiliárias prestam serviços de natureza complexa na intermediação de locações com destinação final econômica. O site da Ré funciona como uma plataforma colaborativa, na qual os locadores oferecem seus imóveis e os locatários buscam imóveis para locação. Assim, a Ré, com intuito lucrativo, intermedeia tais negócios por meio de seu site, funcionando como uma “imobiliária 100% on line”. Desse modo, deve-se aplicar ao caso concreto as regras contidas no Código de Defesa do Consumidor.³²⁶

Similarmente, também robustecendo a natureza consumerista do vínculo entre a plataforma em comento e seus usuários, anfitrião e hóspede, o Tribunal de Justiça de São Paulo determinou:

Apesar da polêmica doutrinária e jurisprudencial em torno da natureza jurídica da relação travada entre o contratante dos serviços (hóspede) e o designado anfitrião, se de hospedagem ou de locação por temporada, parece-me indubitável que o vínculo disso oriundo para com a plataforma de serviços apelada, seja dela frente ao hóspede, seja em face do anfitrião, caracteriza típica relação de consumo, à luz do que dispõem os arts. 2º e 3º do CDC.³²⁷

³²⁴ OLIVEIRA, Amanda Flávio de. Economia colaborativa e os desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões. **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 115, p. 479-495, jan./fev. 2018.

³²⁵ OLIVEIRA, Amanda Flávio de. Economia colaborativa e os desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões. **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 115, p. 479-495, jan./fev. 2018.

³²⁶ TJRJ. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO RIO DE JANEIRO. **Apelação Cível nº 0299903-60.2016.8.19.0001**. 21ª Câmara Cível. Relatora: Desa. Regina Lúcia Passos, 29 de janeiro de 2019. Disponível em: <<http://www4.tjrj.jus.br/ejuris/ConsultarJurisprudencia.aspx>>. Acesso em: 26 set. 2022.

³²⁷ TJSP. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Apelação Cível nº 1101154-11.2018.8.26.0100**. Décima Nona Câmara de Direito Privado. Relator: Des. Ricardo Pessoa de Mello Belli, 09 de setembro de 2019. Disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/consultaCompleta.do?f=1>>. Acesso em: 26 set. 2022.

Insta salientar que está em tramitação no Senado Federal o Projeto de Lei nº 2.474/19, que apresenta como uma de suas propostas o encaixe do locador do imóvel como consumidor da plataforma virtual.³²⁸

Em consequência, no que tange ao prestador direto do serviço na economia compartilhada, nota-se que ainda não existe consenso concernente ao seu efetivo papel, existindo, efetivamente, uma crise das tarefas de consumidor e de fornecedor, enquanto que, alguns nele reconhecem um fornecedor, solidariamente responsável frente ao consumidor, outros o reconhecem como mais um consumidor da plataforma. Da configuração jurídica desse indivíduo provirão responsabilidades capazes de fomentar ou incentivar o desempenho da atividade econômica, ficando mais explicitada essa situação no capítulo a seguir.³²⁹

³²⁸ SENADO FEDERAL. **Projeto de Lei nº 2.474, de 2019**. Disponível em: <

<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/136443>>. Acesso em: 26 set. 2022.

³²⁹ OLIVEIRA, Amanda Flávio de. Economia colaborativa e os desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões. **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 115, p. 479-495, jan./fev. 2018.

4 A NECESSIDADE DE TUTELA ACERCA DA RESPONSABILIDADE CIVIL DA PLATAFORMA AIRBNB

Os vínculos entre o consumidor e as empresas atacadista e varejista já está regulamentado na legislação pátria e externa. Porém, através da ampliação da economia colaborativa, novos vínculos comerciais entre pessoas e empresas são determinados exigindo uma nova regulação e normatização, principalmente porque estes vínculos ocorrem no âmbito virtual.

Na visão de Stephen Miller, determinados princípios fundamentais são cruciais para se entender a regulamentação de vínculos na constância da economia colaborativa. Dentre eles, reside o fato de que esta espécie de negócio requer uma disciplina peculiar, sempre em consonância com as particularidades de cada iniciativa.³³⁰

Embora exista a imprescindibilidade da utilização da internet e das plataformas digitais como sendo um sustentáculo comum, as atividades são bastante diversas, o que salienta a crucialidade de regulamentações particulares.

Essas regulamentações, todavia, devem respeitar a vulnerabilidade do consumidor, disposta tanto do Código de sua defesa quanto na própria Constituição Federal vigente. De acordo com o que determina Cláudia Lima Marques:

(...) a consciência da origem do sujeito de direitos consumidor, como sujeito identificado (e protegido) por mandamento constitucional, deve servir para a interpretação de todo o sistema de normas criado pelo CDC e outras normas protetivas (ou não) aplicáveis às relações de consumo. Como afirma Erik Jayme, a origem constitucional serve ao “diálogo das fontes”, assegurando efeito útil e eficácia prática aos valores constitucionalmente protegidos e às normas daí oriundas³³¹.

Nesta toada, é necessário que o legislador seja hábil a diversificar e compreender em que mercado cada uma das iniciativas se enquadra, bem como quais são os nichos de mercado capazes de serem implementados, para que, desta forma, seja viável a elaboração de uma legislação eficaz e justa.³³²

Ademais, Stephen Miller salienta a relevância de se considerar que o fenômeno da cooperação não apresenta atributo provisório, detendo uma enorme habilidade de transformação. A regulamentação da economia colaborativa deve, portanto, abranger as

³³⁰ MILLER, S. R. First principles for regulating the sharing economy. *Harvard Journal on Legislation*, Idaho, v. 53, p. 149-200. Nov 2015.

³³¹ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 8ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 406-407.

³³² MANSUR, Rafael Bayeh. *Economia compartilhada e os desafios da regulação*: um estudo de caso da OLX. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

possibilidades oportunizadas pelas novas iniciativas e compreender que se trata de um fenômeno cada vez mais concreto, acarretando benesses e progresso para toda a sociedade, não sendo um modelo de economia passageiro.³³³

4.1 A NECESSIDADE DA REGULAMENTAÇÃO ACERCA DA PLATAFORMA AIRBNB

Stephen Miller discorre sobre a potencialidade de ruptura com os mercados e as organizações já estabelecidas em face da consolidação desse fenômeno. Os mercados clássicos exigem um determinado empenho para se estabelecerem, respeitando processos burocráticos para obterem autorização de operacionalização nos termos legais, ao passo que as empresas de economia compartilhada podem se esquivar de tais trâmites.³³⁴

Conforme já asseverado, as iniciativas de colaboração também detêm o condão de elaborarem novos nichos de mercados e, desta maneira, compelem e inserem novas normas específicas aos seus atributos e não devem somente serem encaixadas, de acordo com Stephen Miller, nos regramentos já aplicados às indústrias clássicas.³³⁵

Por óbvio, isso não elimina a complexidade de se confeccionar as regulamentações mencionadas para tantas finalidades e iniciativas abarcadas pela economia colaborativa em comento.

Salienta-se a imprescindibilidade de se apurar o que concerne à normatização da economia colaborativa, indo além de um vínculo entre dois polos, a saber: o Estado, responsável pela sua regulamentação e a empresa de economia colaborativa.

Se a análise se der por esta ótica binária, pode ocorrer a limitação de uma concepção para um posicionamento que ou o Estado está restringindo e inviabilizando o progresso e a consolidação das atividades colaborativas ou as iniciativas estão apresentando posturas desleais no que tange à competitividade com as empresas clássicas e acarretando prejuízos para a sociedade.³³⁶

Nesta conjuntura, Stephen Miller ressalta que é necessária uma abordagem que abranja as preocupações efetivas de todos os envolvidos, uma vez que esta seria muito mais hábil a gerar um resultado dotado de maior justiça para a coletividade e que ocasione benesses

³³³ MILLER, S. R. First principles for regulating the sharing economy. *Harvard Journal on Legislation*, Idaho, v. 53, p. 149-200. Nov 2015.

³³⁴ MILLER, S. R. First principles for regulating the sharing economy. *Harvard Journal on Legislation*, Idaho, v. 53, p. 149-200. Nov 2015.

³³⁵ MILLER, S. R. First principles for regulating the sharing economy. *Harvard Journal on Legislation*, Idaho, v. 53, p. 149-200. Nov 2015.

³³⁶ MILLER, S. R. First principles for regulating the sharing economy. *Harvard Journal on Legislation*, Idaho, v. 53, p. 149-200. Nov 2015.

comunitárias amplas e perenes.³³⁷

Logo, de acordo com o que se extrai do mencionado, frisa-se a existência de alguns envolvidos que devem ser abrangidos e admitidos nessa discussão sobre a regulamentação da economia compartilhada, quais sejam: o Estado e todos os seus tentáculos; as iniciativas colaborativas; os proprietários; a sociedade civil e as empresas clássicas.³³⁸

As iniciativas colaborativas são hábeis a se ampliar de modo muito mais célere do que as empresas de negócios clássicos, uma vez que a organização e necessidade de fomento naquelas é muito inferior. Este fato reflete na existência de um enorme número de atributos particulares às empresas de economia colaborativa e na complexidade de catalogação destas.

Sunil Johal e Noah Zon destacam que essa conjuntura consiste em uma das mais importantes complexidades para se consolidar as regulamentações, tendo em vista que a norma deverá admitir as principais indagações realizadas às plataformas, a competitividade desleal, o acesso aos dados dos consumidores/usuários e a particularidade de cada nicho da economia colaborativa, dentre outros.³³⁹

A maior parcela dos mercados em que agem as plataformas colaborativas detêm relevantes obstáculos ao acesso às autorizações (como no caso dos taxistas) e temáticas concernentes à infraestrutura (como na hipótese dos hotéis), bem como imposições de várias espécies, quer sejam fiscais ou legislativas, que são esquivadas pelas plataformas colaborativas podendo, desta forma, minorar consideravelmente as despesas do serviço e acarretar um tipo de competitividade desleal.

Ademais, na economia colaborativa, a maior parte das informações e dados pertencentes aos usuários podem ser deixados somente para as plataformas que os geram, tais como os dados sobre o tráfego que os táxis podem ocasionar na atualidade.

Ferramentas devem ser instauradas com o intuito de retificar estas potenciais falhas na exclusividade das informações. Acerca da temática tributária, sabe-se que em todas as práticas econômicas colaborativas acontecem operações econômicas que, em virtude da inferior quantidade que podem simbolizar na maior parte das vezes, são capazes de se esquivar da fiscalização da Administração Pública.

Isso não inviabiliza, contudo, que as autoridades fiscais se valham de novos controles

³³⁷ MILLER, S. R. First principles for regulating the sharing economy. **Harvard Journal on Legislation**, Idaho, v. 53, p. 149-200. Nov 2015.

³³⁸ MILLER, S. R. First principles for regulating the sharing economy. **Harvard Journal on Legislation**, Idaho, v. 53, p. 149-200. Nov 2015.

³³⁹ JOHAL, S.; ZON, N. Policymaking for the Sharing Economy: beyond Whack-a-Mole. **Mowat Research**, Toronto, v. 106, p. 1-26. Fev 2015.

e condições de rastreamento dessas práticas, a fim de assegurar que a economia colaborativa não seja reconhecida como sendo “clandestina”.

Neste sentido, pode-se inferir que, apesar de a economia colaborativa apresentar diversas benesses, existem algumas dúvidas que devem ser abordadas pelas autoridades que vierem a tratar da sua regulamentação.³⁴⁰

A situação do Uber e seus viáveis reflexos, no que tange à seara trabalhista, é uma exemplificação da potencial complexidade capaz de se vincular a estes serviços, tal qual como aplicativo que vincula consumidores ou na qualidade de serviço de transporte de passageiros.³⁴¹

Semelhantemente, Rafael Mansur chama a atenção de que é crucial indagar acerca da natureza dos serviços prestados por plataformas de hospedagem, tais como o Airbnb, tendo em vista que existem dúvidas se esta seria uma intermediária que procederia a locações por temporada ou prestadora de serviço turístico relacionado à hospedagem.³⁴²

As tênues linhas entre a natureza profissional e a autônoma, entre o comercial e o pessoal, são hábeis a fomentar as discussões asseveradas. A maleabilidade viabilizada pelas iniciativas colaborativas deve ser levada em conta quando da sua regulamentação.

Um dos questionamentos centrais, utilizando-se o Airbnb e o Uber a título de exemplificação, envolve a incerteza de que se um motorista do citado aplicativo que opera por mais de dez horas semanais deve se sujeitar aos mesmos trâmites regulatórios que um motorista de táxi que labora mais de cinquenta horas por semana ou, ainda se um usuário que hospedou alguém em um quarto disponibilizado na plataforma Airbnb deve responder nos mesmos moldes das grandes redes de hotéis.³⁴³

Neste contexto, Vanessa Katz sugere uma regulamentação por camadas, isto é, que dependerá do nível de habitualidade de um *peer*. Assim sendo, um prestador de serviço habitual se sujeitaria a menores condições para operar em certo nicho do que um prestador

³⁴⁰ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação:** um estudo de caso da OLX. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

³⁴¹ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação:** um estudo de caso da OLX. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

³⁴² MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação:** um estudo de caso da OLX. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

³⁴³ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação:** um estudo de caso da OLX. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

que oportuniza serviços com habitualidade.³⁴⁴

Para comprovar seu ponto, Vanessa Katz cita que na cidade estadunidense de Chicago, há licenças especiais por hora laborada nos aplicativos de transporte de passageiros realizados por intermédio dos aplicativos.³⁴⁵

Desta forma, em um estudo confeccionado entre motoristas de Uber e motoristas de táxi com a finalidade de compreender a frequência de horas laboradas por semana, verificou-se que o percentual de motoristas do mencionado aplicativo que laboram por mais horas por semana é significativamente inferior do que o notado entre os motoristas de táxi.³⁴⁶

Nesta esteira, foi viável a percepção de que o oposto também é verídico. Mais da metade dos motoristas de Uber laboram, no máximo, quinze horas semanais, ao passo que essa quantidade não alcança 10% dos motoristas de táxi.³⁴⁷

Ao verificar os motoristas que laboram cinquenta ou mais horas por semana, percebeu-se uma constância baixa dos motoristas do referido aplicativo, isto é, inferior a 10%, à medida que dentre os taxistas, essa quantia alcançou o nível de aproximadamente 40%.³⁴⁸

Outro obstáculo existente é o rigor e restrições dos parâmetros de regulamentação já aplicados. Essas regulamentações que, eventualmente, possam vir a ser empregadas à economia colaborativa, são hábeis a obstaculizar progressos e majorar entraves à inserção de iniciativas colaborativas.

Em consonância com Sunil Johal e Noah Zon, constitui um desafio refletir o interesse público em harmonia com as restrições, a fim de que às empresas categorizadas em um mesmo nicho sejam aplicados regramentos diversos.³⁴⁹

O trâmite de adequação e alteração da legislação aos novos contextos é habitualmente vagaroso. Várias das leis responsáveis por regulamentação ainda não puderam ser adequadas às novas conjunturas sociais e tecnológicas existentes na modernidade.

Outrossim, Sunil Johal e Noah Zon também destacam que a burocracia e testilhas hierárquicas que porventura possam surgir podem impactar ainda mais o processo de

³⁴⁴ KATZ, V. Regulating the sharing economy. **Berkeley Technology Law Journal**, Berkeley, v. 30, p. 1068-1126. Nov 2015.

³⁴⁵ KATZ, V. Regulating the sharing economy. **Berkeley Technology Law Journal**, Berkeley, v. 30, p. 1068-1126. Nov 2015.

³⁴⁶ KATZ, V. Regulating the sharing economy. **Berkeley Technology Law Journal**, Berkeley, v. 30, p. 1068-1126. Nov 2015.

³⁴⁷ KATZ, V. Regulating the sharing economy. **Berkeley Technology Law Journal**, Berkeley, v. 30, p. 1068-1126. Nov 2015.

³⁴⁸ KATZ, V. Regulating the sharing economy. **Berkeley Technology Law Journal**, Berkeley, v. 30, p. 1068-1126. Nov 2015.

³⁴⁹ JOHAL, S.; ZON, N. Policymaking for the Sharing Economy: beyond Whack-a-Mole. **Mowat Research**, Toronto, v. 106, p. 1-26. Fev 2015.

otimização e adequação dos parâmetros de regulamentação hodiernos.³⁵⁰

Deste modo, Sunil Johal e Noah Zon ainda demonstram um terceiro empecilho como potencialmente lesivo para a otimização e aperfeiçoamentos das leis em vigência, a saber: a conjuntura política e cultural dos governos atuais.³⁵¹

Nesta esteira, os autores ressaltam que a complexidade não advém apenas dos atributos da economia colaborativa em si própria, mas, ainda, da conjuntura e pressões causadas pela administração da máquina estatal.³⁵²

Vários são os envolvidos e existem pressões de diversos âmbitos, tais quais os compilados de taxistas e a indústria hoteleira, que se ingerem de maneira robusta sobre as políticas elaboradas pelos legisladores, uma vez que a economia colaborativa representa uma ameaça a alguns nichos clássicos de mercado.³⁵³

Ademais, alguns países já elaboraram legislações opostas às atividades constantes do negócio em comento precisamente em virtude das pressões aplicadas pelos grandes grupos tangentes aos nichos da economia clássica.³⁵⁴

Além disso, emerge a complexidade em se harmonizar, de um ponto, os interesses do Estado, bem-estar dos usuários/consumidores, progresso econômico, admissão de inovações e desenvolvimentos tecnológicos, e, de outro, satisfazer à pressão de grandes âmbitos que podem ser imprescindíveis para que a máquina estatal possa operar, de forma a atender alguns interesses privados e costumes políticos.³⁵⁵

Valendo-nos do aplicativo Uber como forma de exemplificação, em razão de se versar de uma empresa bastante conhecida e que acarretou enormes discussões políticas, verifica-se que várias localidades chegaram a restringir a utilização do aplicativo.

Rafael Mansur salienta que Nova York e Londres são cidades que limitaram o aplicativo aludido. Nesta, a capital da Europa com maior rentabilidade para o aplicativo, chegou a suspendê-lo no ano de 2017 através da cassação de sua licença pela agência

³⁵⁰ JOHAL, S.; ZON, N. Policymaking for the Sharing Economy: beyond Whack-a-Mole. **Mowat Research**, Toronto, v. 106, p. 1-26. Fev 2015.

³⁵¹ JOHAL, S.; ZON, N. Policymaking for the Sharing Economy: beyond Whack-a-Mole. **Mowat Research**, Toronto, v. 106, p. 1-26. Fev 2015.

³⁵² JOHAL, S.; ZON, N. Policymaking for the Sharing Economy: beyond Whack-a-Mole. **Mowat Research**, Toronto, v. 106, p. 1-26. Fev 2015.

³⁵³ JOHAL, S.; ZON, N. Policymaking for the Sharing Economy: beyond Whack-a-Mole. **Mowat Research**, Toronto, v. 106, p. 1-26. Fev 2015.

³⁵⁴ JOHAL, S.; ZON, N. Policymaking for the Sharing Economy: beyond Whack-a-Mole. **Mowat Research**, Toronto, v. 106, p. 1-26. Fev 2015.

³⁵⁵ JOHAL, S.; ZON, N. Policymaking for the Sharing Economy: beyond Whack-a-Mole. **Mowat Research**, Toronto, v. 106, p. 1-26. Fev 2015.

reguladora de transportes na referida cidade.³⁵⁶

No ano seguinte, Rafael Mansur relata que o Poder Judiciário entendeu por bem liberar as atividades da Uber. Esta, em consequência, determinou algumas modificações como parcela de um empenho para alcançar a sua consolidação na capital do Reino Unido, tais como o compartilhamento de informações das viagens com a finalidade de ajudar na confecção de políticas públicas, bem como atendimento dos usuários durante 24 horas.³⁵⁷

Em Nova York, por seu turno, o Poder Legislativo aprovou providências que limitavam o número de automóveis de aplicativos de transporte privado de maneira provisória, estabelecendo um limite máximo de automóveis licenciados a operar pela cidade, com o fito de que o Poder Executivo pudesse obter tempo para apreciar a conjuntura e estudar as consequências do aplicativo.³⁵⁸

Como resposta, a Uber anunciou que os preços seriam majorados, bem como a espera por um automóvel poderia ser maior. Na cidade do Rio de Janeiro, nos anos de 2015 e 2016, a Câmara Municipal aprovou projetos que restringiam ou, ainda, cessavam as atividades do aplicativo.³⁵⁹ Na realidade, de acordo com o que relata Rafael Mansur, o aplicativo foi suspenso na cidade do Rio de Janeiro, sendo certo que, em algumas ocasiões, o sistema ficou fora do ar.

Conforme destaca Felipe Cunha, também é importante entender que, enquanto essa nova economia emerge sem uma regulamentação adequada, pode-se dizer que vive-se em dois mundos com polaridades completamente opostas: ao mesmo tempo que se visa um sistema mais colaborativo, também se vive o tradicional modelo individualista. Deste modo, muitas iniciativas são de empresas privadas apenas com fins lucrativos, tais como a plataforma do Airbnb.³⁶⁰

Estima-se que o Airbnb atualmente é avaliado em US\$10 bilhões ao passo que este montante teve um alcance gigantesco, que decorre de pessoas que trabalham e disponibilizam

³⁵⁶ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação**: um estudo de caso da OLX. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

³⁵⁷ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação**: um estudo de caso da OLX. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

³⁵⁸ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação**: um estudo de caso da OLX. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

³⁵⁹ MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação**: um estudo de caso da OLX. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

³⁶⁰ CUNHA, Felipe. **Economia Colaborativa: recriando significados coletivos**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Bambual, 2020.

seus bens, suas vidas, dentre outros direitos, haja vista que a não regulamentação só fomenta essa seara turva em que a plataforma em comento age.

Ainda de acordo com Felipe Cunha: “O Airbnb, por exemplo, cobra 16% de taxas sobre cada transação, e o Uber 20% – variando segundo o país. Além disso, podem aumentar sua comissão sem qualquer regulamentação, onde hoje, por exemplo, oferece um número muito maior de quartos que a cadeia Internacional Hilton, em 192 países”.³⁶¹

Essa falta de regulamentação causa diversos problemas, não somente na seara consumerista, mas também muita desestabilização nas barreiras comerciais e trabalhistas, onde as pessoas que trabalham nas plataformas de cunho colaborativo não são propriamente licenciadas, sendo a maioria amadores no serviço, não pagam impostos, não tem garantias básicas garantidas pelo Estado (saúde e segurança, por exemplo), e acabam participando desse mercado com o objetivo de visar lucro.³⁶²

A respeito disso, ocorrem muitas discussões acerca do tema, seja referente a qualidade do serviço prestado ou a vulnerabilidade do consumidor perante esse tipo de consumo, pois além desses agentes de mercado que estão competindo desigualmente com outros fornecedores do ramo, que pagam impostos e taxas de licença para efetuar o mesmo serviço, como por exemplo os hotéis, ocorre que as pessoas estão fornecendo suas casas, e emprestando colaborativamente seus bens, porém, com um nível muito baixo de segurança.³⁶³

Nesta senda, além de deixar um consumidor fragilizado, há outros fatores sociais que decorrem dessa falta de regulamentação, onde o conceito de livre mercado decorrente da desregulamentação pode trazer uma liberdade falaciosa, munida de uma desregulação total e desamparo também a essas pessoas que participam dessa cadeia de fornecimento.

Outro fator que induz a erro é a postura de plataformas digitais tais como o Airbnb que passam uma atmosfera inofensiva e segura, onde na política do Airbnb se fala acerca de: “use o nosso serviço a seu próprio risco”, se eximindo de qualquer responsabilização pelo serviço prestado, como se pelo fato de advir de um nicho de economia compartilhada, acaba colocando toda a responsabilidade em quem oferece e quem demanda o serviço.³⁶⁴

Deste modo, consoante a falta de regulamentação, Felipe Cunha explicita:

³⁶¹ CUNHA, Felipe. **Economia Colaborativa: recriando significados coletivos**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Bambual, 2020, p 81.

³⁶² CUNHA, Felipe. **Economia Colaborativa: recriando significados coletivos**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Bambual, 2020.

³⁶³ CUNHA, Felipe. **Economia Colaborativa: recriando significados coletivos**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Bambual, 2020.

³⁶⁴ CUNHA, Felipe. **Economia Colaborativa: recriando significados coletivos**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Bambual, 2020.

“O que eu quero dizer é que a Economia Colaborativa pode ser uma evolução oportunista do atual modelo econômico (como, por exemplo, aumentando a vulnerabilidade das pessoas através de desregulamentação e usando o desespero para atingir o lucro egoísta)”.³⁶⁵

Haja vista decorrente de toda essa problemática acerca da falta de regulamentação, passar-se-á à análise da temática acerca das jurisprudências pátrias existentes, trazendo a perceptibilidade de uma necessidade de regulamentação específica acerca do tema referido, de modo que resguarde ainda mais o consumidor que aufere desse tipo de serviço proveniente da economia compartilhada, em contento, os usuários da plataforma Airbnb.

4.2 A RESPONSABILIDADE DA PLATAFORMA AIRBNB PELA EXPECTATIVA DE CONFIANÇA GERADA AO CONSUMIDOR

É imprescindível notar que a cadeia de fornecimento, na qualidade de fenômeno específico dos vínculos do mercado de consumo, se organiza através de relações pactuais mais complexas do que o vínculo entre empregado e empregador, ou aqueles de representação clássica.³⁶⁶

O regramento é o da determinação de vínculos enormemente complexos entre os vários componentes da cadeia de fornecimento, abarcando desde contatos de representação comercial, até complexas sistemáticas de remuneração por alienação, parcerias de cunho comercial, e vários outros pactos que não mais se adequam à mera ampliação de responsabilidade em virtude de um vínculo jurídico formal pré-constituído, tal como é a situação do vínculo de emprego ou a incidência de qualquer tipo de mandato de natureza mercantil.³⁶⁷

Este âmbito de contratos, várias vezes conectadas, que comumente não são do conhecimento do consumidor, para quem só se intitula o último componente da cadeia, ou seja, o fornecedor direto é parcela de um fenômeno que Claudia Lima Marques denomina desmaterialização do fornecedor, que apenas deve se explicitar para o fornecedor como uma marca, por intermédio do organizador da cadeia, ou, ainda, sem uma conceituação precisa, através de práticas comerciais (o fornecedor que executa o marketing direto e a empresa que trata do transporte do produto) e condutas sociais típicas (como o administrador de um shopping center).³⁶⁸

³⁶⁵ CUNHA, Felipe. **Economia Colaborativa: recriando significados coletivos**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Bambual, 2020, p 122.

³⁶⁶ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. -- 6. ed. -- São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

³⁶⁷ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. -- 6. ed. -- São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

³⁶⁸ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: RT, 2002.

De forma a responder a esta nova realidade de contratos, anteriormente à vigência do Código de Defesa do Consumidor³⁶⁹, e em razão da deficiência das regras do Código Civil de 1916³⁷⁰, o entendimento doutrinário e jurisprudencial já elaborava respostas fomentadas no direito comparado com o fito de estabelecer o alcance da responsabilidade, ainda que sem a existência de um vínculo jurídico formal, mas proveniente somente da confiança acarretada na parte.³⁷¹

Acerca da responsabilização da plataforma evocada do sentimento de confiança provocado pela plataforma digital perante o consumidor, Adalberto Pasqualotto ressalta:

“Assim, a plataforma digital não é apenas mera intermediadora ou facilitadora, tendo em vista que, em vários casos, passa a estruturar o modelo de negócio, interferindo na escolha do consumidor quando da contratação, pois estabelece um ambiente de confiança entre as partes. Desse modo, o desenvolvimento de uma atividade de risco, que traz consigo os benefícios decorrentes dessa dinâmica mercadológica, atrai a responsabilidade como ônus principal.”³⁷²

Consoante a este pensamento, se desenvolveu na doutrina e jurisprudência pátrias a teoria da aparência, base da responsabilidade dos que a que, em virtude da boa-fé incentivada na outra parte, ou por um comportamento social típico, dava azo à responsabilidade daquele a que se aparentava simbolizar.³⁷³

A teoria da aparência, nesta senda, tem seu sustentáculo no princípio da confiança, o que, de certa maneira, almeja a base da responsabilidade das partes (eliminando a imposição de culpa), semelhantemente à forma pela qual suprime a relevância acerca da fonte da responsabilidade, quer contratual ou extracontratual, haja vista que sua tutela é exigida em qualquer um dos regimes, estabelecendo-lhes uma abordagem unitária.³⁷⁴

Vislumbra-se que o posicionamento dos tribunais pátrios vem estendendo os ditames da solidariedade em cadeia, não somente para que o fornecedor seja responsabilizado pelos atos de seu representante ou preposto, mas tendo em vista, ainda, a confiança ensejada pela oferta, concernente ao compromisso unitário ou englobante de diversas pessoas jurídicas que se valham de uma mesma marca, viabilizando ao consumidor enxergá-lo como apenas um

³⁶⁹ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 04 set. 2022.

³⁷⁰ BRASIL. **Lei nº 3.071, de 1º de janeiro de 1916**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/13071.htm>. Acesso em: 18 out. 2022.

³⁷¹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. -- 6. ed. -- São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

³⁷² PASQUALOTTO, Adalberto; SCALETSCKY, Carolina Litvin. Da responsabilidade civil da plataforma digital na economia compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor [Recurso Eletrônico]**, São Paulo, n.142, jul./ago. 2022, p. 90.

³⁷³ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. -- 6. ed. -- São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

³⁷⁴ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. -- 6. ed. -- São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

fornecedor.³⁷⁵

O advento das obrigações provenientes desta confiança incentivada pela publicidade com exploração de uma mesma marca, se sujeitando, por óbvio, da explicitação razoável de sua habilidade para fazer emergir nos consumidores a convicção de que se cuida de uma só organização empresarial que fornece produtos ou serviços, admitindo, o entendimento jurisprudencial, a existência de um fornecedor.³⁷⁶

A solidariedade da oferta, nesta toada, aponta ao fornecedor a incumbência de responder pelos atos de todos os seus representantes e prepostos, ainda que estes tenham atuado com culpa, contexto em que o fornecedor poderá efetuar seu direito de regresso, depois de atender, de modo adequado, aos interesses do consumidor lesado.³⁷⁷

Nesta senda, questiona-se se é viável, por intermédio da teoria da aparência, a coligação entre empresas em virtude da utilização da mesma marca.

Ademais, discute-se o alcance da interpretação do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor³⁷⁸, de forma a incluir como fornecedor, para as finalidades dispostas na lei, sobretudo no que tange à reparação de danos, empresa que, de modo legítimo, se vale de marca para difundir serviços que ela mesma não presta, mas que o faz por meio de publicidade, tal como é o caso da plataforma digital Airbnb.

De acordo com o já esposado, a plataforma digital em comento funciona como o guardião de acesso de um contrato de consumo em que o consumidor adquire serviços de intermediação de aluguel temporário de imóvel por intermédio da internet.

O Código de Defesa do Consumidor se deteve em restringir as definições desses componentes, uma vez que enunciou no artigo 2º que consumidor é todo indivíduo físico ou jurídico que obtém ou se vale de um produto ou serviço com destinatário final e, nos parágrafos do artigo 3º que: i) produto é qualquer bem imóvel, móvel, imaterial ou material; ii) serviço é qualquer atividade oportunizada no mercado de consumo, através de remuneração, sobretudo as de cunho bancário, financeiro, securitário e de crédito, exceto as provenientes dos vínculos laborais.³⁷⁹

Semelhantemente, acha-se, no diploma consumerista, através do artigo 3º, conforme já abordado o conceito de fornecedor. Depreende-se da norma, logo, que será encarado como

³⁷⁵ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. -- 6. ed. -- São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

³⁷⁶ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. -- 6. ed. -- São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

³⁷⁷ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. -- 6. ed. -- São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

³⁷⁸ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 23 set. 2022.

³⁷⁹ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 23 set. 2022.

fornecedor de serviços ou produtos toda pessoa jurídica que elabore atividade através de remuneração (execução de atividade civil ou mercantil) de modo habitual, quer ela privada ou pública, estrangeira ou nacional, e, ainda, entes despersonalizados.³⁸⁰

Salienta-se, assim, a amplitude do conceito legal. Verifica-se que o legislador não diferencia a natureza, o regime jurídico ou a nacionalidade do fornecedor. São englobados, pela definição exposta, tanto empresas multinacionais ou estrangeiras, como o próprio ente estatal, de modo direto ou através de suas entidades ou fornecimento de serviço ou produto no mercado de consumo.³⁸¹

Na visão de Bruno Miragem, todos os componentes da cadeia de fornecimento ao consumidor se constituem fornecedores, conforme se depreende do abaixo colacionado:

“No caso de produtos que se revelem defeituosos (art. 12 do CDC), responderá o fabricante em conjunto com o importador (quando exista). O comerciante que realiza a venda responderá em situações muito específicas, que tendem a ter pouca ocorrência no caso de produtos associados às novas tecnologias da informação. Já no caso dos serviços defeituosos (art. 14 do CDC), como já foi examinado, a interpretação prevalente é de que abrange todos os membros da cadeia de fornecimento, assim considerados aqueles que tenham participado de algum modo com sua oferta e execução no mercado. Em termos práticos, a identificação dentre as funcionalidades de um produto – em especial quando conte com atividade contínua ou intermitente de um fornecedor externo (serviços digitais), poderá resultar na extensão da cadeia de fornecimento para fins de imputação de responsabilidade pelo fato do serviço.”³⁸²

Noutros termos, pode-se asseverar que o fornecedor é o que age de maneira profissional no mercado, recebendo remuneração de natureza direta ou indireta pela produção, comercialização ou distribuição de serviços ou bens.³⁸³

Acerca da definição de fornecedor, a doutrina pátria indica a existência de quatro subtipos, quais sejam: i) fornecedor real; ii) fornecedor presumido; iii) fornecedor equiparado; e iv) fornecedor aparente.³⁸⁴

Deste modo, o fornecedor real constitui a pessoa física ou jurídica que, ante a sua responsabilidade, se engaja no processo de fabricação ou produção do produto acabado, de um elemento ou de uma matéria prima, ou seja, concerne àquela que participa de maneira efetiva da execução e elaboração do produto, abarcando o próprio fabricante, o construtor, o

³⁸⁰ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 23 set. 2022.

³⁸¹ BESSA, Leonardo. Fornecedor Equiparado in **Doutrinas Essenciais Direito do Consumidor**. Volume I. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

³⁸² MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. -- 6. ed. -- São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019, p. 88.

³⁸³ BESSA, Leonardo. Fornecedor Equiparado in **Doutrinas Essenciais Direito do Consumidor**. Volume I. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

³⁸⁴ BESSA, Leonardo. Fornecedor Equiparado in **Doutrinas Essenciais Direito do Consumidor**. Volume I. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

produtor.³⁸⁵

Partindo-se da acepção da atividade executada, ainda há a definição de fornecedor equiparado, ou seja, entidades que, apesar de não se encontrarem diretamente dispostas nos termos do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, são a ela submissas em virtude da natureza da atividade que executam.³⁸⁶

Neste sentido, Leonardo Bessa menciona, a título de exemplificação, as seguintes situações: i) banco de dados e cadastros de consumidores, conforme preceitua o artigo 43 do Código de Defesa do Consumidor; ii) anunciante, veículo e agência publicitária (artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor).³⁸⁷

Por seu turno, de acordo com Leonardo Bessa, o fornecedor aparente engloba aquele que, apesar de não ter se engajado no processo de produção do produto ou prestação do serviço, se expressa como tal pela aposição de seu nome, sinal ou outra marca de identificação no serviço ou produto disponibilizado por outrem.³⁸⁸

Deste modo, segundo Antônio Carlos Efig, o mesmo ressalta a necessidade de responsabilização acerca do fornecedor aparente:

“A responsabilização do fornecedor aparente justifica-se pelo fato de que, ao indicar no produto fabricado por terceiro seu nome, marca ou outro sinal que o identifique, o fornecedor aparente assume perante o consumidor a posição de real fabricante do produto. Isso permite a sua plena responsabilização na forma do art. 12 do CDC”.³⁸⁹

Perante esses posicionamentos, entende-se que o prestador aparente de serviço é o que não se engaja no processo de prestação do serviço. Contudo, em razão da aposição de sua marca, nome ou sinal na individualização da divulgação do serviço, passa a ser encarado como se fosse o seu próprio prestador. É nessa aparência que está o sustentáculo para a responsabilização deste fornecedor, não sendo imposta para o consumidor, vítima do evento danoso, a apuração da identidade do prestador de serviço efetivo.

Para Kevin Keller, a marca simboliza todas as características tangíveis e intangíveis que as pessoas atrelam a certo serviço, produto ou organização.³⁹⁰ Na acepção do consumidor,

³⁸⁵ BESSA, Leonardo. Fornecedor Equiparado in **Doutrinas Essenciais Direito do Consumidor**. Volume I. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

³⁸⁶ BESSA, Leonardo. Fornecedor Equiparado in **Doutrinas Essenciais Direito do Consumidor**. Volume I. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

³⁸⁷ BESSA, Leonardo. Fornecedor Equiparado in **Doutrinas Essenciais Direito do Consumidor**. Volume I. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

³⁸⁸ BESSA, Leonardo. Fornecedor Equiparado in **Doutrinas Essenciais Direito do Consumidor**. Volume I. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

³⁸⁹ EFING, Antônio Carlos. **Fundamentos do Direito das Relações de Consumo e Sustentabilidade**. 3. Ed. Curitiba: Juruá, 2011, p. 83.

³⁹⁰ KELLER, K. L. **Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity**. New Jersey: Prentice Hall, 2013.

a marca ultrapassa a barreira dos atributos funcionais³⁹¹, detendo vários significados e qualidades de cunho abstrato, que desempenham uma tarefa simbólica, podendo se traduzir em prestígio ou, ainda, viabilizar a identificação do consumidor como parcela de um grupo³⁹².

Em um estudo realizado por Anderson Seabra, verificou-se que o consumidor enxerga a plataforma em comento como detendo competência, que explicita a aceção de alta qualidade e desempenho da marca para aquele.³⁹³

Além disso, por ocasião do mesmo estudo, foi constatada a percepção de sinceridade no que tange aos consumidores com a plataforma Airbnb, o que equivale à visão de uma organização que satisfaz as demandas explicitadas pelos clientes que estabelecem contratos com ela.³⁹⁴

Ademais, foi detectada a dimensão entusiasmo, que é atrelada a marcas de cunho inovador que transferem uma ótica de novidade, própria de plataformas de economia compartilhada³⁹⁵. Outrossim, Anderson Seabra também verificou que os consumidores enxergam a plataforma em análise como sendo de sofisticação, o que abarca marcas de teor mais exclusivo, encaradas como de elevado valor monetário.³⁹⁶

Diante do esposado, percebe-se que a empresa em comento se vale de estratégias de marketing e publicidade para passar uma determinada imagem aos consumidores. A imagem constatada pelo estudo³⁹⁷ citado é a de uma organização que merece confiança, já que demonstra competência, inovação, sinceridade e sofisticação no serviço prestado.

Deste modo, essa abrangência se torna viável na proporção em que o Código de Defesa do Consumidor tem a finalidade de tutelar o consumidor "daquelas atividades desenvolvidas no mercado, que, pela própria natureza, são potencialmente ofensivas a direitos materiais (...) são criadoras de situações de vulnerabilidade independentemente da

³⁹¹ MUNIZ, K. M.; MARCHETTI, R. Z. Brand Personality Dimensions in the Brazilian Context. **Brazilian Administration Review** v. 9(2), p.168-188, 2012.

³⁹² SUNG, Y.; KIM, J. Effects of Brand Personality on Brand Trust and Brand Affect. **Psychology and Marketing**. v.27, p.639 – 661, 2010.

³⁹³ SEABRA, Anderson Leonardo de Castro. E se o Airbnb fosse uma pessoa: um estudo sobre personalidade de marca na economia compartilhada. **Revista Administração em Diálogo**, vol. 22, n. 3 - set/out/nov/dez 2020 - p. 8-30.

³⁹⁴ SEABRA, Anderson Leonardo de Castro. E se o Airbnb fosse uma pessoa: um estudo sobre personalidade de marca na economia compartilhada. **Revista Administração em Diálogo**, vol. 22, n. 3 - set/out/nov/dez 2020 - p. 8-30.

³⁹⁵ SEABRA, Anderson Leonardo de Castro. E se o Airbnb fosse uma pessoa: um estudo sobre personalidade de marca na economia compartilhada. **Revista Administração em Diálogo**, vol. 22, n. 3 - set/out/nov/dez 2020.

³⁹⁶ SEABRA, Anderson Leonardo de Castro. E se o Airbnb fosse uma pessoa: um estudo sobre personalidade de marca na economia compartilhada. **Revista Administração em Diálogo**, vol. 22, n. 3 - set/out/nov/dez 2020.

³⁹⁷ SEABRA, Anderson Leonardo de Castro. E se o Airbnb fosse uma pessoa: um estudo sobre personalidade de marca na economia compartilhada. **Revista Administração em Diálogo**, vol. 22, n. 3 - set/out/nov/dez 2020.

qualificação normativa de quem a exerce".³⁹⁸

Deste modo, atesta-se que a legislação consumerista adotou a teoria da aparência para responsabilizar aquele que, apesar de não se omitir de maneira direta no processo de prestação de serviços, em virtude de ostentar a marca por ele usada, passa a ser responsabilizado pelas lesões provenientes deste vínculo.

Frisa-se, por oportuno, que a teoria da aparência, vastamente acolhida pelo direito pátrio, foi organizada para a tutela do terceiro de boa-fé, primando por aquele que se comporta com lealdade em prol da segurança jurídica.³⁹⁹

Nesta esteira, Cláudia Lima Marques elucida que:

O consumidor muitas vezes não visualiza a presença de vários fornecedores, diretos e indiretos, na sua relação de consumo, sequer tem consciência - no caso dos serviços, principalmente - que mantém relação contratual com todos ou que, em matéria de produtos, pode exigir informação e garantia dos produtos diretamente daquele fabricante ou produtor com o qual não mantém contrato. A nova teoria contratual, porém, permite esta visão de conjunto do esforço econômico de "fornecimento" e valoriza, responsabilizando solidariamente, a participação destes vários atores dedicados a organizar e realizar o fornecimento de produtos e serviços⁴⁰⁰.

Esse contexto de dificuldade, que, por várias vezes, se constitui como de completa inviabilidade de identificação do efetivo fornecedor do serviço contratado, se origina no fenômeno intitulado pela comunidade doutrinária como sendo "cadeia de consumo" ou "cadeia de fornecedores", atribuído pela divisão do sistema de prestação de serviços, em que um grande contingente de indivíduos se reúne para atuar conjuntamente ou com a finalidade de pôr à disposição do consumidor de produtos e serviços.⁴⁰¹

Pode-se asseverar, assim, que na ocasião em que um consumidor tenciona contratar aluguel temporário de imóvel pela internet, ele o faz depositando sua confiança na marca mundialmente conhecida apostada através do selo da plataforma digital Airbnb.

Neste diapasão, se houver alguma intercorrência na prestação de serviço mencionada, o consumidor poderá, a partir da teoria da aparência, acionar a empresa Airbnb de forma a requerer a reparação por eventuais danos experimentados. Mesmo que a plataforma em comento não seja a prestadora direta do serviço, esta compõe a cadeia de fornecimento e, por

³⁹⁸ BESSA, Leonardo. Fornecedor Equiparado in **Doutrinas Essenciais Direito do Consumidor**. Volume I. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 1023.

³⁹⁹ BESSA, Leonardo. Fornecedor Equiparado in **Doutrinas Essenciais Direito do Consumidor**. Volume I. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

⁴⁰⁰ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 8ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 430.

⁴⁰¹ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 8ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

consequência, responde pelas intempéries surgidas na execução do vínculo consumerista.

Embora não seja um posicionamento uníssono da jurisprudência pátria, existem julgados que reconhecem a aplicação da teoria da aparência em contratos consumeristas firmados com a plataforma Airbnb, admitindo a sua qualidade de fornecedor.

Recurso inominado - Ação de indenização por danos morais, julgada procedente para condenar a requerida a pagar a autora indenização no valor de R\$ 10.000,00 - Contratação de hospedagem no Reino Unido por meio da plataforma on line mantida pela ré - Ilegitimidade passiva - Inocorrência - Requerida, "AIRBNB Serviços Digitais Ltda", que integra o mesmo grupo econômico da "AIRBNB Irlanda" e também a cadeia de fornecimento do serviço de hospedagem - Responsabilidade objetiva e solidária, nos termos dos artigos 7º, parágrafo único, 14 e 34, do Código de Defesa do Consumidor - Consumidora que ao chegar ao local não conseguiu se hospedar, necessitando contratar às pressas nova estadia, devido a necessidade de cumprimento de quarentena exigida no país de destino - Situação que gerou evidente angústia e intranquilidade - Danos morais configurados - Quantum indenizatório fixado de acordo com os princípios da razoabilidade e proporcionalidade - Sentença mantida, por seus próprios fundamentos - Recurso do réu improvido - Sem condenação em sucumbência, por não estar a autora representada por advogado⁴⁰².

Conforme se pode extrair da decisão acima, a plataforma digital participa da cadeia de fornecimento de serviço de hospedagem, e, em virtude disso, é responsável solidária e objetiva pelas lesões sofridas pelo consumidor em decorrência dessa relação.

Ainda sobre a solidariedade da plataforma digital perante o consumidor, Claudia Lima Marques ressalta um ponto importante justificando a solidariedade, onde a mesma destaca que “[...] há solidariedade interna na cadeia, pois se o consumidor se arrepender, este arrependimento tem que poder ser demandado também do vendedor-leigo e daquele que atuou para o pagamento, *paypal* ou cartão de crédito”⁴⁰³.

Semelhantemente, o Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios aplicou, de modo expreso, a tese em comento à plataforma Airbnb. De acordo com o julgador, o consumidor, confiando na publicidade auferida a ações e dados prestados, além da aparência legítima explicitada, não poderá ser lesionado em razão de quem aparentou essa legitimidade. O referido TJDF, similarmente ao que havia feito o TJSP, relata a participação da plataforma digital na cadeia de fornecimento, como se pode verificar:

⁴⁰² TJSP. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Recurso Inominado Cível 1006812-17.2021.8.26.0451**; Relator (a): Wander Pereira Rossete Junior; Órgão Julgador: 1ª Turma Recursal Cível; Foro de Piracicaba - Vara do Juizado Especial Cível e Criminal; Data do Julgamento: 09/12/2021; Data de Registro: 09/12/2021.

⁴⁰³ 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**, São Paulo, v. 111, maio-jun. 2017. p. 247-268.

Por fim, há que se rejeitar a preliminar de ilegitimidade passiva arguida pela requerida, sob o argumento de que a responsável pela conta do autor é a “AIRBNB Irlanda”. No caso, prevalece a Teoria da Aparência, que se fundamenta na segurança jurídica do terceiro de boa-fé, assegurando que o criador da situação aparente responda pelos efeitos advindos dela, e na necessidade de imprimir segurança às relações jurídicas. A Teoria da Aparência efetiva-se por meio da proteção ao consumidor de boa-fé, que confiando na publicidade conferida a atos e informações prestadas, bem como na aparência legítima exteriorizada, não poderá ser prejudicado em detrimento de quem aparentou legitimidade enquanto não a possuía. Ademais, é evidente a participação da ré na cadeia de prestação do serviço (oferta de site de hospedagem). Respondem pelos danos advindos ao consumidor todos os que concorrem para a consecução do negócio, sendo evidente que a responsabilidade é solidária, termos do art. 7º, parágrafo único, da Lei n. 8.078 /1990, Código de Defesa do Consumidor⁴⁰⁴.

Nesta mesma toada, o Tribunal de Justiça do Paraná também decidiu de forma a reconhecer a teoria da aparência no que tange aos vínculos firmados entre o consumidor e a plataforma digital. Além do mais, para o referido Tribunal, o Airbnb compõe um grupo econômico com outras empresas, não existindo qualquer apontamento que o diferencie dos demais na acepção dos consumidores.

Também, no que diz respeito à preliminar de ilegitimidade passiva suscitada pela ré Airbnb Serviços Digitais Ltda. por não se tratar de empresa operadora da plataforma Airbnb, não merece acolhimento a pretensão da ré. A Airbnb Serviços Digitais Ltda integra grupo econômico juntamente com as demais empresas do Aribnb, não havendo qualquer indicação em seu nome que a diferencie, aos olhos dos autores, das demais empresas do grupo. Por conseguinte, impõe-se reconhecer a sua legitimidade passiva.

[...]

Inicialmente, observa-se que os fatos que ensejaram a propositura da ação decorrem de relação de consumo, porquanto as rés desenvolvem atividades no ramo de prestação de serviços de intermediação de locação de quartos para hospedagem e a parte autora, por sua vez, enquadra-se como consumidora, visto que destinatária final dos produtos e serviço prestados.

[...]

Em primeiro lugar, quanto à responsabilização da ré Airbnb Serviços Digitais Ltda. aplicável a teoria da aparência e a responsabilidade solidária das empresas que integram a cadeia de fornecimento do serviço, nos termos do art. 7º, parágrafo único, e do art. 14 do Código de Defesa do Consumidor.

[...]

A ré Airbnb Serviços Digitais Ltda não apenas efetua a intermediação das tratativas entre locador e locatário, mas também é responsável pela gestão dos pagamentos (movimento 31.2, p.2), pelo reembolso (movimento 31.2, p. 3) e oferece um seguro para os anfitriões (movimento 31.1, p. 15), participando ativamente da cadeia de fornecimento do serviço de locação prestado pela ré Mertz Administradora de Bens Imóveis Ltda. – ME.⁴⁰⁵

Essa acepção de cadeia de fornecimento, latente, para além do que viabiliza encarar a vertente de contratos ou operações de natureza formal, funciona no sentido de atribuir maior efetividade ao sistema de tutela ao consumidor, de forma que não lhe sejam impingidos

⁴⁰⁴ TJDF. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. **Jesp 0706173-52.2018.8.07.0016**. 6º Juizado Especial Cível de Brasília. Julgado em: 05/06/2018.

⁴⁰⁵ TJPR. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARANÁ. **0039683-35.2018.8.16.0182**. 11º Juizado Especial Cível. Julgador (a): Flávia da Costa Viana. Julgado em: 01/04/2019.

obstáculos à identificação dos responsáveis por eventuais danos morais ou materiais, ao impor a solidariedade entre todos os seus componentes, conforme o preceituado pelos artigos 12, 14, 18, 20 e 34 do Código de Defesa do Consumidor.⁴⁰⁶

Logo, o emprego da teoria da aparência à cadeia de fornecimento orienta à conclusão de que similarmente figurarão como "fornecedoras aquelas empresas que, servindo-se da marca de expressão global, beneficiam-se da confiança previamente angariada por estas entre os consumidores, sendo, pois, solidariamente responsáveis pelos bens lançados no mercado sob tal identificação".⁴⁰⁷

Portanto, o consumidor contratou o serviço em virtude do produto oferecido pela marca que o anunciou, qual seja, a plataforma Airbnb, restando nítido novamente a necessidade de uma regulamentação específica acerca desse modelo consumerista de economia compartilhada.

4.3 A PLATAFORMA AIRBNB COMO MEMBRO DA CADEIA DE FORNECEDORES

A princípio, é crucial o reconhecimento que, na logística da economia colaborativa, existe uma cadeia de fornecimento. Ainda que os colaboradores não disponham de seus serviços de maneira direta aos outros pares de modo profissional e habitual, o vínculo entre eles e a plataforma se ingere inexoravelmente nessa lógica de fornecimento.

Na lição de Cláudia Lima Marques, todos os que se engajam na cadeia de fornecimento de serviços ou de produtos, tendo eles vínculo extracontratual ou contratual com o consumidor, sejam eles os estruturadores da cadeia ou outros participantes do fornecimento direto ou mediato do serviço, são encarados como fornecedores nos moldes estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor.⁴⁰⁸

Ademais, insta salientar a aplicação dos artigos 5º, VII e 15 do Marco Civil da Internet, a Lei nº 12.965/2014, que pode ser interpretada de modo a consolidar o fornecedor como um provedor de aplicações, uma vez que, por intermédio da internet, fomenta esse a economia compartilhada através de aplicativos ou site, bem como fiscaliza a disponibilização de serviços.⁴⁰⁹

⁴⁰⁶ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 23 set. 2022.

⁴⁰⁷ STJ. SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **REsp n. 1.580.432/SP**, relator Ministro Marco Buzzi, Quarta Turma, julgado em 6/12/2018, DJe de 4/2/2019.

⁴⁰⁸ 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**, vol. 111. São Paulo: Revista dos Tribunais, maio-junho 2017, p. 247-268.

⁴⁰⁹ BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Disponível em: <

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm>. Acesso em: 06 out. 2021.

Em consequência, os citados agentes avocam para si as incumbências legalmente estabelecidas, tais quais as de informação, tutela de informações pessoais e privacidade, podendo, ainda, sofrer penalidades com a inobservância desses regramentos.

Outrossim, Guilherme Mucelin discorre que os fornecedores não atuam como simples simplificadores da comunicação, mas, sim, na qualidade de organizadores de todo o protótipo mercadológico, apresentando, na maior parte das situações, intromissão direta nas obrigações avocadas pelas partes.⁴¹⁰

Isso é ocasionado, na visão de Robin Chase, não somente ao fato de deterem o poder de imposição de regramentos e pactos, podendo até mesmo determinar sanções por condutas desleais e regras de reembolso, mas, ainda, das benesses indiretas que adquirem com essa logística mercadológica.⁴¹¹

De acordo com o que elucida Bruno Miragem, o Código de Defesa do Consumidor e a legislação que tutela o consumidor adotam um regime de responsabilidade objetiva dos fornecedores de serviços e produtos constantes do mercado de consumo.⁴¹²

O Código mencionado preleciona, expressamente, por intermédio de seus artigos 12 e 14, a responsabilidade pelos intitulados acidentes de consumo ou vícios do serviço, sendo excluída a responsabilidade atribuída aos profissionais liberais, preconizada no artigo 14, §1º, em que a culpa será considerada para efeitos de responsabilização.⁴¹³

Essa espécie de responsabilidade autoriza, desta forma, que o fornecedor seja responsabilizado inobstante a incidência de culpa, sendo crucial tão somente a incidência de dano e do nexos causal entre o comportamento e o dano.⁴¹⁴

Na acepção do autor supramencionado, a responsabilidade objetiva se fundamenta na teoria do risco, que emerge para sanar a temática relacionada à teoria da culpa, que, tendo em vista o caráter complexo da vida contemporânea, não foi hábil a resolver.⁴¹⁵

Em consonância com a lição elaborada pelo doutrinador Bruno Miragem, na seara do direito consumerista, a base fundamental do regime de responsabilidade objetiva do fornecedor consiste na teoria do risco-proveito.⁴¹⁶

⁴¹⁰ MUCELIN, Guilherme. Peers. A nova Estrutura da Relação de Consumo na Economia Compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 118, ano 27, p. 77-126, jul-ago, 2017.

⁴¹¹ CHASE, R. **Economia Compartilhada**: Como pessoas e plataformas da Peers Inc estão reinventando o capitalismo. Rio de Janeiro: HSM, 2015.

⁴¹² MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: RT, 2016.

⁴¹³ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 08 out. 2021.

⁴¹⁴ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: RT, 2016.

⁴¹⁵ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: RT, 2016.

⁴¹⁶ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: RT, 2016.

De acordo com o já exposto, as plataformas, em virtude de agirem como fornecedoras profissionais na conjuntura da economia colaborativa, estruturando a atividade, avocam para si os seus riscos, assumindo os deveres de opção e fiscalização, o que acarreta a responsabilidade pelos serviços oportunizados por seus colaboradores.⁴¹⁷

Nesta mesma senda, também assevera Adalberto Pasqualotto:

“Dessa forma, alguns autores sustentam que o simples fato de a plataforma digital exercer uma atividade de risco já seria o suficiente para imputar-lhe a responsabilidade por eventuais danos, uma vez que se beneficia da sua atuação no negócio. O fato de a plataforma referir-se a si mesma como mera intermediária não exclui a sua responsabilidade, visto que as reais circunstâncias em que se estabelece a relação de consumo não diferem das demais. Admitir o contrário significaria o esvaziamento do propósito de um estatuto protetivo como é o do consumidor. Assim, para essa corrente, não haveria um obstáculo à concretização de relações no âmbito da economia compartilhada, desde que a parte mais vulnerável siga sendo digna da proteção para a qual o Código de Defesa do Consumidor se propôs.”⁴¹⁸

Salienta-se, ainda, o viés solidário existente entre o fornecedor direto e a plataforma de serviços no que cerne à responsabilidade concernente a vícios na prestação dos serviços, constante no artigo 20 do diploma legal mencionado, ou acidentes de consumo, preconizados no artigo 14 do CDC, com fulcro no artigo 7º parágrafo único do Código de Defesa do Consumidor, que de modo expresso, determina a solidariedade entre os responsáveis pelas lesões ocasionadas aos consumidores.⁴¹⁹

De acordo com o que preceitua Amanda Oliveira, partindo-se do momento em que o consumidor celebra contrato com a plataforma, deposita tanta confiança nesta quanto no fornecedor a ela ligado e por ela apontado para executar a atividade contratada.⁴²⁰

A confiança, que tem origem na reputação dos cooperadores, decorrente das ferramentas internas de apuração, quanto do poderio da marca, acarreta verdadeiras expectativas de que o serviço será executado de um determinado modo, com a qualidade expectada e a garantia de que tudo será desempenhado nos moldes do pactuado.⁴²¹

Neste diapasão, tanto o organizador desses vínculos quanto o que consolida o serviço

⁴¹⁷ MARQUES, Claudia Lima. A Nova Noção de Fornecedor no Consumo Compartilhado: Um Estudo sobre as Correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 111. São Paulo: Revista dos Tribunais, maio-junho 2017.

⁴¹⁸ PASQUALOTTO, Adalberto; SCALETSCY, Carolina Litvin. Da responsabilidade civil da plataforma digital na economia compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor [Recurso Eletrônico]**, São Paulo, n.142, jul./ago. 2022, p. 90.

⁴¹⁹ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 04 set. 2022.

⁴²⁰ OLIVEIRA, Amanda Flávio de. Economia colaborativa e desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 115, ano27, São Paulo: RT, 2018.

⁴²¹ OLIVEIRA, Amanda Flávio de. Economia colaborativa e desafios ao ordenamento jurídico brasileiro: primeiras reflexões. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 115, ano27, São Paulo: RT, 2018.

detêm deveres de boa-fé e são responsáveis solidariamente por possíveis desapontamentos e lesões ocasionadas pela atividade colaborativa.

Fábio Schwartz, referido autor também esclarece que no que diz respeito ao vínculo específico da economia colaborativa, em que o usuário é vinculado ao prestador direto, poderá existir responsabilização solidária.⁴²²

A mencionada solidariedade dos fornecedores tem a finalidade de efetivar a tutela dos interesses do consumidor, autorizando uma abrangência mais vasta ao desempenho das escolhas determinadas pelo ordenamento jurídico pelo consumidor.⁴²³

Tal como assevera Fábio Schwartz⁴²⁴, admitindo-se a qualidade da plataforma como sendo fornecedor fiduciário, a esta poderá ser direcionada a responsabilidade por defeitos e vícios dos serviços e produtos oportunizados pelos fornecedores finais, nos moldes do estabelecido pelos artigos 12 a 20 do Código de Defesa do Consumidor.

Finalmente, ainda é necessário asseverar que, em consonância com o parágrafo único do artigo 13 do diploma legal supracitado, o que integra a cadeia que suportou o montante integral da reparação de danos, detém no que tange aos demais, direito concernente ao regresso. Essa determinação tem sustentáculo no fracionamento de riscos no que cerne aos agentes econômicos.⁴²⁵

A título de exemplificação, analisar-se-á, neste momento, um acórdão proferido pelo Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios no ano de 2019. O conflito se originou em virtude de um contrato firmado com um anfitrião da plataforma Airbnb acerca da hospedagem em um imóvel localizado em Nova York, sendo, contudo, cancelada a reserva após o horário combinado para o *check-in*.⁴²⁶

Demonstra-se, assim, a ementa do acórdão citado, *in verbis*:

CIVIL. CONSUMIDOR. APELAÇÃO. RESERVA DE HOSPEDAGEM NO EXTERIOR. CANCELAMENTO NA HORA DO CHECK IN PELO ANFITRIÃO. FORÇA MAIOR. INEXISTENTE. INTERMEDIADORA. AIRBNB. APLICAÇÃO CDC. FALHA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA E OBJETIVA. CULPA EXCLUSIVA DE TERCEIRO. NÃO CONFIGURADA. DANO MORAL. CONFIGURADO. INDENIZAÇÃO. QUANTUM. RAZOABILIDADE E PROPORCIONALIDADE. MANUTENÇÃO

⁴²² SCHWARTZ, Fabio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 111, p. 221-246, ano 26, mai-jun, 2017.

⁴²³ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: RT, 2016.

⁴²⁴ SCHWARTZ, Fabio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 111, p. 221-246, ano 26, mai-jun, 2017.

⁴²⁵ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: RT, 2016.

⁴²⁶ TJDF. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. **Acórdão 1184345, 07270367420188070001**. Relator: SANDOVAL OLIVEIRA, 2ª Turma Cível, data de julgamento: 3/7/2019, publicado no DJE: 15/7/2019.

DA SENTENÇA 1. Apelação interposta contra a sentença que julgou procedentes os pedidos para condenar a ré a pagar à entidade familiar o valor total de R\$ 12.000,00 (doze mil reais) a título de dano moral. 2. O Código de Defesa do Consumidor é aplicável à espécie, haja vista a existência de relação de consumo entre os hóspedes e fornecedor, empresa intermediadora de serviços de hospedagem. 3. As plataformas digitais de oferta de serviços de hospedagem, seja de hotéis ou imóveis de pessoas físicas, integram a cadeia de consumo, pois obtém vantagem econômica pelos negócios concretizados entre consumidor e terceiros, assim respondem solidária e objetivamente pelos danos causados aos clientes. 4. Ademais, os veículos de comercialização de imóveis para locação temporária atraem consumidores, justamente por confiarem na viabilidade da transação pela participação da empresa intermediadora, criando, desse modo, legítima expectativa quanto à prestação do serviço nos moldes contratados, sendo, pois, inarredável a participação da plataforma nas relações jurídicas que intercedem. 5. No caso, não restou evidenciada culpa exclusiva de terceiro a afastar a responsabilidade objetiva. Ademais, concorreu a ré com a aflição dos autores ao deixar de ofertar outras acomodações com qualidade equivalente e preço análogo ao imóvel reservado, por sua conta e risco, consoante dispõe o artigo 20 do CDC. 6. Eventual vazamento no telhado, justificativa dada pelo cancelamento da reserva, não se qualifica como força maior, apenas fortuito interno, haja vista ser previsível e evitável, pois inerente à manutenção regular do imóvel, razão pela qual não ilide a responsabilidade do fornecedor do serviço. 7. A conduta em cancelar a reserva em cima da hora, além de não oferecer acomodação similar em qualidade e preço, constituiu falha na prestação de serviço, passível de indenização, porquanto os autores perderam parte de um dia de sua viagem internacional, além de sofrer angústias por ficar por horas na rua, sem destino, durante as tratativas com a intermediadora (Airbnb), sem solução razoável, pois se hospedaram, por fim, em acomodação bem inferior àquela cancelada, frustrando as legítimas expectativas quanto à viagem. 8. Considerando a gravidade do dano moral suportado pelas partes, entendo ser o valor de R\$ 12.000,00 (doze mil reais) para a unidade familiar proporcional e adequado a cumprir as funções da indenização. 9. Recurso conhecido e desprovido⁴²⁷.

Neste sentido, demandada a plataforma citada, esta sustentou, em sua defesa, ter atuado como simples intermediadora na transação entre os consumidores e o anfitrião em questão, não sendo, logo, responsável pelo cancelamento da reserva.⁴²⁸

Entretanto, conforme pode se depreender da decisão aludida, o Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios proferiu entendimento harmônico ao posicionamento doutrinário anteriormente destacado, de forma a determinar a responsabilidade solidária entre a plataforma e o fornecedor, tendo em vista que aquela auferiu vantagens econômicas em razão da atividade colaborativa.

Inicialmente, o Código de Defesa do Consumidor é aplicável à espécie, haja vista a existência de relação de consumo entre os hóspedes como destinatários final, e fornecedor, empresa intermediadora de serviços de hospedagem, consoante os artigos. 2º e 3º, in verbis: "Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que

⁴²⁷ TJDF. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. **Acórdão 1184345, 07270367420188070001**. Relator: SANDOVAL OLIVEIRA, 2ª Turma Cível, data de julgamento: 3/7/2019, publicado no DJE: 15/7/2019.

⁴²⁸ TJDF. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. **Acórdão 1184345, 07270367420188070001**. Relator: SANDOVAL OLIVEIRA, 2ª Turma Cível, data de julgamento: 3/7/2019, publicado no DJE: 15/7/2019.

adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. Com efeito, as plataformas digitais de ofertas de serviços de hospedagem, seja de hotéis ou imóveis de pessoas físicas, integram a cadeia de consumo, pois obtém vantagem econômica ou de outra natureza pelos negócios concretizados entre consumidor e terceiros, assim respondem solidária e objetivamente pelos danos causados aos clientes⁴²⁹.

Frisa-se, por oportuno, outros julgados neste mesmo sentido, a fim de evidenciar a situação acerca desta temática em algumas jurisprudências pátrias.

JUIZADO ESPECIAL CIVEL. COMPRA DE PRODUTO PELA INTERNET. PRELIMINAR DE ILEGITIMIDADE PASSIVA DA EMPRESA RESPONSÁVEL PELA GESTÃO DO PAGAMENTO. REJEITADA. NÃO ENTREGA DO PRODUTO. ESTORNO EM DOIS MESES. DANOS MORAIS NÃO CONFIGURADOS. SENTENÇA MANTIDA. RECURSO IMPROVIDO. 1. Participa da cadeia de consumo quem auferir vantagem econômica ou de qualquer outra natureza, por intermediar transações entre o consumidor e terceiros. Por essa razão, responde solidariamente aos prejuízos causados ao comprador (parágrafo único do art. 7º e §1º do art. 25, CDC). (...) 4. Recurso conhecido. Preliminar de ilegitimidade passiva rejeitada. Improvido. Sentença mantida por seus próprios fundamentos. 5. Condenado o recorrente ao pagamento das custas processuais e dos honorários advocatícios, estes fixados em 10% do valor atribuído à causa, cuja exigibilidade fica suspensa em razão da concessão dos benefícios da justiça gratuita, nos termos do art. 98, §3º, do CPC/2015. 6. A súmula de julgamento servirá de acórdão, conforme regra do art. 46 da Lei 9099/95⁴³⁰.

Destaca-se novamente o entendimento acerca da participação da plataforma digital na cadeia de consumo, auferindo vantagem econômica ou de qualquer outra natureza perante o consumidor ou terceiros, devendo responder pelos prejuízos. Na mesma senda também se elucida:

RESPONSABILIDADE CIVIL. RELAÇÃO DE CONSUMO. COMPRA DE PASSAGENS AÉREAS. INTERMEDIÇÃO DE AGÊNCIA DE VIAGENS. CANCELAMENTO DA RESERVA. INFORMAÇÃO ERRADA. ILEGITIMIDADE PASSIVA. TEORIA DA ASSERTÇÃO. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA DA COMPANHIA AÉREA E DA AGÊNCIA DE VIAGENS. DANOS MORAIS. INEXISTÊNCIA. I - Pela teoria da asserção, a análise do preenchimento das condições da ação deve ser feita à luz das afirmações contidas na petição inicial. Se os autores afirmam ter adquirido as passagens aéreas por intermédio da agência de viagens, tem ela legitimidade passiva para a causa que visa a responsabilização pelo indevido cancelamento das reservas. II - Tratando-se de relação de consumo, há responsabilidade solidária dos fornecedores, não subsistindo as teses de irresponsabilidade. III - O fornecedor que, a despeito da não confirmação do pagamento, envia e-mail ao consumidor dois dias antes da viagem com

⁴²⁹ TJDF. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. **Acórdão 1184345, 07270367420188070001**. Relator: SANDOVAL OLIVEIRA, 2ª Turma Cível, data de julgamento: 3/7/2019, publicado no DJE: 15/7/2019.

⁴³⁰ TJDF. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. **Acórdão n.986238, 07072659720158070007**, Relator: EDUARDO HENRIQUE ROSAS 3ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, Data de Julgamento: 07/12/2016, Publicado no DJE: 13/12/2016.

informação errada de que as reservas estavam confirmadas, responde pelos danos decorrentes do seu cancelamento⁴³¹.

Inferese, desta forma, não se olvidando de outras correntes contrárias decorrentes de apurações casuísticas, que os fornecedores principais, isto é, as plataformas, e os fornecedores diretos de serviços nos vínculos de economia colaborativa são responsáveis, sob o viés solidário e objetivo, pelas eventuais lesões ocasionadas perante os consumidores que se valem de seus serviços, existindo a viabilidade de regresso em detrimento dos outros componentes que integram a cadeia de fornecimento, na proporção de suas responsabilidades.

Em contrapartida, insta salientar que outros autores defendem que a solidariedade não pode ser aplicada indistintamente aos casos de economia compartilhada, tendo em vista que as plataformas digitais não são fornecedores convencionais, devendo-se estipular algumas limitações, onde a principal conferência que deve ser observada com relação a atribuir a responsabilidade com relação às plataformas digitais é a presença do nexos de causalidade, elemento indispensável para que se configure a responsabilização.⁴³²

Nesta toada, se faz importante a análise do caso em concreto para imputar a responsabilidade, de modo que o dano causado ao consumidor se atribua perante a plataforma digital e se esta poderia evitar o dano em questão.⁴³³

Consoante a esta linha de raciocínio, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, no caso em tela, tomou a decisão no sentido de condenar a plataforma digital a pagar indenização por dano moral ao consumidor que se hospedou em apartamento que estava infestado de percevejos, inviabilizando, assim, sua estadia. Aparentemente, parece não estar presente o nexos causal entre o dano e a conduta da plataforma digital, eis que esta não tem o condão de inspecionar todos os imóveis anunciados em seu aplicativo.⁴³⁴

“Apelação. Responsabilidade civil. Ação de indenização por danos morais e materiais. Airbnb. Plataforma online de intermediação de hospedagem. Apartamento

⁴³¹ TJDF. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. **Acórdão n.1120205, 07272864420178070001**, Relator: JOSÉ DIVINO 6ª Turma Cível, Data de Julgamento: 29/08/2018, Publicado no DJE: 03/09/2018.

⁴³² PASQUALOTTO, Adalberto; SCALETSCKY, Carolina Litvin. Da responsabilidade civil da plataforma digital na economia compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor [Recurso Eletrônico]**, São Paulo, n.142, jul./ago. 2022.

⁴³³ PASQUALOTTO, Adalberto; SCALETSCKY, Carolina Litvin. Da responsabilidade civil da plataforma digital na economia compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor [Recurso Eletrônico]**, São Paulo, n.142, jul./ago. 2022.

⁴³⁴ PASQUALOTTO, Adalberto; SCALETSCKY, Carolina Litvin. Da responsabilidade civil da plataforma digital na economia compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor [Recurso Eletrônico]**, São Paulo, n.142, jul./ago. 2022.

infestado de percevejos. Falha na prestação do serviço reconhecida em sentença. Cuida-se de ação de indenização por danos morais e materiais decorrentes da má prestação do serviço de intermediação de hospedagem a cargo da ré, uma vez que o apartamento reservado pela autora e por sua amiga, durante viagem a Paris, estava infestado de percevejos. Da sentença de parcial procedência recorre apenas a autora, restando incontroversa a responsabilidade da ré pelo episódio verificado.”⁴³⁵

Ocorre que a condenação não se deu somente por conta disso, e sim pelo fato de que, mesmo sendo advertida sobre o ocorrido, a plataforma digital em comento não auxiliou a consumidora a se hospedar em outro imóvel, efetuando apenas a quantia paga referente aos dias que não utilizou o apartamento.⁴³⁶

Pode-se perceber então, que há entendimentos que divergem com relação ao grau de responsabilização que a plataforma digital deve auferir, onde uma parte defende a aplicação de cláusulas de solidariedade aos guardiões de acesso, e outra parte se posiciona no sentido de responsabilizá-los de acordo com a sua participação na negociação.

Cristina Pasqual e Antonia Klee estabelecem quatro modalidades de intervenção da plataforma digital perante a responsabilização da mesma, tais são elas: a) quando esta apenas facilita a negociação, atuando como mero veículo; b) quando serve de meio para a oferta do produto ou serviço, atuando como intermediadora; c) quando estrutura o modelo de negócio; e d) quando é a própria prestadora do serviço compartilhado.⁴³⁷

Analisando então referente a plataforma Airbnb, insta salientar que vários casos são suficientes a atestar a necessidade de responsabilização civil acerca da referida em comento perante o consumidor usuário da plataforma digital.

No ano de 2019, um caso em especial jogou luz ao debate dessa acentuação da responsabilidade civil acerca da plataforma perante este consumidor e da procura da otimização de sua tutela, tendo em vista que se notam os obstáculos dos vínculos de consumo atrelados ao turismo executados na seara virtual, mais especificamente pela plataforma digital.

Em maio de 2019, uma família brasileira foi achada morta no Chile. Os bombeiros deste país presumiam que os turistas haviam sido mortos por intoxicação em virtude de ter vazado monóxido de carbono. O apartamento locado por intermédio da plataforma Airbnb

⁴³⁵ RIO GRANDE DO SUL. **Apelação Cível 70082965377**. Relator: Eduardo Kraemer. Porto Alegre, 18.12.2019. Disponível em: [www.tjrs.jus.br/site_php/consulta/download/exibe_documento_att.php?numero_processo=70082965377&ano=2019&codigo=2168316]. Acesso em: 28.10.2022.

⁴³⁶ PASQUALOTTO, Adalberto; SCALETSCKY, Carolina Litvin. Da responsabilidade civil da plataforma digital na economia compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor [Recurso Eletrônico]**, São Paulo, n.142, jul./ago. 2022.

⁴³⁷ PASQUAL, Cristina Stringari; KLEE, Antonia Espindola Longoni. A economia colaborativa no Brasil e o direito de informação do consumidor. In: LEAL, Rogério Gesta; GAVIÃO FILHO, Anizio Pires (Org.). **Coletânea do III Seminário Internacional Tutelas à Efetivação de Direitos Indisponíveis**. Porto Alegre: FMP, 2019. p. 85-102.

não havia sido submetido à vistoria há aproximadamente 15 anos e possuía o selo vermelho que, de acordo com a Secretaria de Eletricidade e Combustível, importa na inexistência de condições apropriadas para ser locado.⁴³⁸

Em virtude da enorme repercussão, a plataforma sugeriu que os turistas, ao inalarem cheiro de gás ou substância semelhante, devem abandonar o local e acionar, imediatamente, o proprietário do imóvel, a fim de que ele possa ser responsabilizado e convocar as autoridades.⁴³⁹

A plataforma na situação ainda propôs a instalação de detectores de monóxido de carbono e fumaça nas propriedades. Salienta, ainda, que a responsabilidade pela conservação dos apartamentos disponibilizados em seu catálogo pertence ao proprietário do imóvel.⁴⁴⁰

Perante a primazia da ignorância, da dificuldade de julgamento do consumidor usuário desse serviço, e também a hiperconfiança na contratação, este não enxerga a precisa dimensão da responsabilidade e de seus direitos ao pactuar com estas espécies de plataforma. Em várias ocasiões, o consumidor não tem em mente o modelo de pactuação realizado, em que a plataforma se figura como tão somente uma simplificadora do vínculo jurídico.⁴⁴¹

Nesta mesma linha de pensamento, o consumidor pactua pressupondo amparo e respaldo da plataforma, quando, na realidade, seu pacto com esta seria somente indireto.

Efetivamente, o consumidor executa um vínculo consumerista com o fornecedor despersonalizado e com a espera de um imóvel que, por ocasião da contratação, é desmaterializado, atestando a necessidade de regulamentação e a fragilidade que esse consumidor encontra perante esse vínculo de consumo.

Destaca-se, também, que no vínculo entre o fornecedor e o usuário existe uma confiança exacerbada no produto oferecido, bem como a suposta expertise do fornecedor na seara, levando aquele a crer que não existirão problemas em virtude da suposta experiência que a plataforma explicita.⁴⁴²

⁴³⁸ G1. **Apartamento onde família brasileira morreu no Chile estava sem vistoria**. 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2019/05/24/apartamento-onde-morreu-familia-brasileira-no-chile-estava-sem-vistoria.ghtml>>. Acesso em: 22 jul. 2022.

⁴³⁹ TURISMO – IG. **Para quem pedir ajuda em caso de problema – como vazamento de gás – no Airbnb?** 2019. Disponível em: <<https://turismo.ig.com.br/manual-do-viajante/2019-05-23/o-que-fazer-se-voce-sentir-cheiro-de-gas-em-uma-propriedade-alugada-pelo-airbnb.html>>. Acesso em: 28 jul. 2022.

⁴⁴⁰ TURISMO – IG. **Para quem pedir ajuda em caso de problema – como vazamento de gás – no Airbnb?** 2019. Disponível em: <<https://turismo.ig.com.br/manual-do-viajante/2019-05-23/o-que-fazer-se-voce-sentir-cheiro-de-gas-em-uma-propriedade-alugada-pelo-airbnb.html>>. Acesso em: 28 jul. 2022.

⁴⁴¹ VERBICARO, Dennis; VIEIRA, Janaína do Nascimento. A hipervulnerabilidade do turista e a responsabilidade das plataformas digitais: uma análise a partir da perspectiva da economia colaborativa. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 127/2020. Jan - Fev / 2020.

⁴⁴² SOARES, Ardyllis Alves. A tutela internacional do consumidor turista. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 82. abr.- jun., 2012.

A maior independência obtida pelo consumidor nas pactuações, levando-se em consideração que, geralmente, se vinculam diretamente com os fornecedores pátrios, sem obrigatoriamente ter a mediação de um terceiro, tal como ocorre com as agências de turismo, se configura como um fator que intensifica a fragilidade do consumidor, uma vez que o sujeito fica adstrito a mercê de um julgamento favorável a seu favor, embora não haja nenhuma lei específica em comento para legislar sobre o sistema negocial acerca da economia compartilhada, deste modo, deixando sua tutela e proteção maleável e fluída.⁴⁴³

⁴⁴³ SOARES, Ardyllis Alves. A tutela internacional do consumidor turista. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 82. abr.- jun., 2012.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve por escopo a análise da economia colaborativa como vínculo de negócios, referindo-se à plataforma digital do Airbnb. Neste interim, pretendeu-se demonstrar os vínculos existentes nessa relação consumerista tais quais são eles: a plataforma digital, o fornecedor aparente e o consumidor, demonstrando que o pilar da confiança estabelecido pelas plataformas digitais em comento tem uma grande responsabilização com relação ao usuário escolher utilizar ou não o serviço do Airbnb.

O primeiro capítulo teve o intuito de apresentar aspectos acerca do modelo de negócios relacionado à economia colaborativa. Buscou-se, a reflexão de como esse modelo negocial emergiu, e o objetivo do mesmo ao buscar uma preocupação com relação ao meio ambiente e a sustentabilidade. Esse fenômeno fez surgir diversas transformações entre os indivíduos, se tornando uma grande facilitadora ao possibilitar o compartilhamento de recursos entre pessoas desconhecidas. Fez-se necessário, portanto, verificar como se relacionam os sujeitos que compõem esse modelo de negócios, explicitando a relação triangular entre: consumidor, fornecedor aparente, e plataforma, explicando o funcionamento da rede colaborativa e o modo como a mesma ocorre. Ademais, se ressaltou outro pilar muito importante para esse modo de consumir, que resulta do princípio da confiança no consumo compartilhado, onde os vínculos e modo que a mesma é construída, decorre da confiança instituída perante a plataforma digital, que figura como detentora de influência e induzimento perante os usuários que a utilizarão.

Na sequência, o segundo capítulo teve o condão de explicar o funcionamento da plataforma Airbnb como relação de consumo, explicando o novo conceito de hospedagem e também como é feita a contratação pelo Airbnb, explicitando cláusulas contratuais, bem como a utilização do serviço e sua metodologia. Explica-se nesse capítulo desde como são celebrados os contratos de adesão do Airbnb à como a plataforma procurou se precaver de riscos oriundos de sua contratação. Ademais, fica nítido a zona cinzenta em que o Airbnb costuma funcionar, emergindo da falta de regulamentação onde o mesmo atua atualmente, demonstrando-se também em tópico específico o Airbnb como fornecedor do serviço, ressaltando-se então novamente de conceitos com uma amplitude grandiosa que é o de fornecedor. Pretendeu-se demonstrar, ao final, que, ainda há vertentes sem consenso quanto ao tema em questão do efetivo papel da plataforma digital consoante ao consumidor.

Por fim, o terceiro capítulo enfatizou a importância da necessidade de regulamentação acerca da responsabilidade civil da plataforma digital, trazendo as

dificuldades que ainda permeiam a regulamentação da mesma, e a complexidade de normatizar uma plataforma decorrente da economia colaborativa, tendo em vista as iniciativas e a economia que acabam sendo afetadas decorrentes desse vínculo, seja o Estado e todos os seus sustentáculos, seja a parcela mercadológica que atua nas plataformas colaborativas. Em seguida, explicita-se o Airbnb como fornecedor diante da responsabilidade civil, trazendo-se embasamento doutrinário e jurisprudencial acerca da temática existente, de modo que na cadeia de fornecimento resta nítido a necessidade da existência da plataforma para exercer o vínculo de confiabilidade perante os usuários, trazendo posicionamentos acerca do fornecedor, caracterizando o Airbnb, decorrente de vínculo de confiança e com base na teoria da aparência, haja vista que a teoria vem sido acolhida pelo direito pátrio.

Deste modo, buscou-se mostrar a cadeia de fornecimento por uma ótica diferenciada com relação à plataforma digital advinda da economia compartilhada, destacando-se a necessidade de responsabilização acerca do Airbnb.

Nesta senda, buscou-se construir uma argumentação jurídica capaz de demonstrar que se pode relativizar o conceito de fornecedor, aonde o Airbnb, que muitas vezes poderia ser visto apenas como intermediário, também pode ser considerado fornecedor, decorrente de doutrinas e entendimentos de diversos autores.

Assim, compreende-se que a regulamentação acerca da temática existente, trará uma maior segurança jurídica para os consumidores e usuários da plataforma digital Airbnb, haja vista, que embora o Código de Defesa de Consumidor os resguarde, é importante que haja uma lei específica para salvaguardar ainda mais os direitos consumeristas desses indivíduos, aonde, deste modo, o consumidor não fica a mercê de um julgamento favorável ou desfavorável a seu favor, sendo que sua tutela possa vir a ser maleável e fluída a depender do julgador.

Em síntese, o presente trabalho demonstrou a ascensão do modelo comercial da economia colaborativa, e também a alteração que ocorreu no modo de consumir, advindas de concepções ideológicas de sustentabilidade e de meio ambiente.

Quanto às perspectivas futuras do tema aqui proposto, é notório o avanço significativo decorrente do modelo da economia colaborativa, ainda mais com os avanços tecnológicos existentes, sendo necessária a abordagem dessa temática para uma maior atenção dessas relações consumeristas perante o resguardo e segurança jurídica do consumidor. Desta forma, confronta-se, cada vez mais, a necessidade de uma regulamentação acerca da temática existente sendo o consumidor favorecido por lei específica.

Conta-se, cada vez mais, com a necessidade de tutela jurídica perante o consumidor,

haja vista que esse modelo de consumo possivelmente não se dissipará, e muito provavelmente, se sedimentará ainda mais na estrutura mercadológica atual.

Nesta perspectiva, ressalta-se a necessidade de uma regulamentação acerca da temática, para que se possa aprimorar a legislação concernente à responsabilização civil das plataformas digitais oriundas da economia compartilhada, devendo o consumidor estar cada vez mais revestido de proteção jurídica de vínculos consumeristas advindos dessas relações contratuais.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. **Muito além da economia verde**. São Paulo: Ed. Abril, 2012.

AIRBNB, INC. **Airbnb Plus**. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/plus>> Acesso em: 22 set. 2022.

AIRBNB, INC. **Aventuras Airbnb**. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/d/adventures>>. Acesso em: 22 set. 2022.

AIRBNB, INC. **Como funcionam os comentários?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/13/avalia%C3%A7%C3%B5es-de-acomoda%C3%A7%C3%B5es>>. Acesso em: 22 set. 2022.

AIRBNB, INC. **O que é a taxa de serviço do Airbnb?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1857/taxas-de-servi%C3%A7o-do-airbnb>>. Acesso em: 22 set. 2022.

AIRBNB, INC. **O que é o Airbnb e como ele funciona?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/2503/o-que-%C3%A9-o-airbnb-e-como-ele-funciona>>. Acesso em: 22 set. 2022.

AIRBNB, INC. **O que é o compromisso de salário digno do Airbnb?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1975/nosso-compromisso-de-sal%C3%A1rio-digno>>. Acesso em: 22 set. 2022.

AIRBNB, INC. **O que é o self check-in?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1207/self-checkin>>. Acesso em: 22 set. 2022.

AIRBNB, INC. **O que o Airbnb faz para dar suporte à acessibilidade?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/2166/como-o-airbnb-apoia-a-acessibilidade>>. Acesso em: 22 set. 2022.

AIRBNB, INC. **O que um coanfitrião pode fazer?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1534/o-que-coanfitri%C3%B5es-podem-fazer>>. Acesso em: 22 set. 2022.

AIRBNB, INC. **Open Homes**. Disponível em: <https://pt.airbnb.org/get-involved?_set_bev_on_new_domain=1663887494_NWQzMmFkODBIYWJk>. Acesso em: 22 set. 2022.

AIRBNB, INC. **Por que meu anúncio foi pausado ou suspenso?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1303/por-que-meu-an%C3%BAnuncio-foi-pausado-ou-suspenso>>. Acesso em: 22 set. 2022.

AIRBNB, INC. **Quais as formas de pagamento aceitas pelo Airbnb?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/126/formas-de-pagamento-aceitas?q=formas%20de%20pagamento>>. Acesso em: 22 set. 2022.

AIRBNB, INC. **Quando é feita a cobrança por uma reserva?** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/92/quando-voc%C3%AA-pagar%C3%A1-por-sua-reserva>>. Acesso em: 22 set. 2022.

AIRBNB, INC. **Sua segurança é a nossa prioridade.** Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/trust/standards>>. Acesso em: 22 set. 2022.

AIRBNB. **Políticas e padrões dos membros.** [S.I.], 2021. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1857/o-que-s%C3%A3o-as-taxas-de-servi%C3%A7o-do-airbnb>>. Acesso em: 10 jul. 2021.

AIRBNB. **Termos de serviço.** 10/02/2022. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/2908/termos-de-servi%C3%A7o>>. Acesso em: 28 jul. 2022.

Airbnb pagou US\$ 7 mi a vítima de estupro para evitar processo, diz jornal. UOL, 2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2021/06/15/airbnb-pagou-us-7-mi-a-vitima-de-estupro-para-evitar-processo-diz-jornal.htm>>. Acesso em: 10 set 2021.

ALGAR, R. Collaborative Consumption. Oxygen Consulting, **Leisure Report**. Brighton, 2007.

ALUGUE TEMPORADA. Disponível em: <<https://www.vrbo.com/pt-br/>>. Acesso em: 23 set. 2022.

BARRETO, Ricardo Menna; LIMBERGER, Têmis. Ciberespaço e Obstáculos 3D: desafios à concretização do direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 79, 2011.

BARROS, A. C. P.; PATRIOTA, K. R. M. P. Consumo colaborativo: perspectivas, olhares e abordagens para um conceito em construção. **Signos do Consumo**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 4-15, jul./dez. 2017.

BELK, R. You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. **Journal of Business Research**, Amsterdam, v. 67, n. 8, p. 1595-1600, 2013.

BELK, Russell. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. **Journal of business research**, v. 67, n. 8, p. 1595-1600, 2014.

BESSA, Leonardo. Fornecedor Equiparado in **Doutrinas Essenciais Direito do Consumidor**. Volume I. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

BLOG ATAIRBNB. **Belong Anywhere.** Disponível em: <<https://blog.atairbnb.com/belong-anywhere/>>. Acesso em: 22 set. 2022.

BOOKING. **Home.** Disponível em: <<https://join.booking.com/?lang=xb&p=0>>. Acesso em: 23 set. 2022.

RACHEL BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu:** Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

RACHEL BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption**. New York: Harper Collins. 2010.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 27 jul. 2022.

BRASIL. **Lei nº 3.071, de 1º de janeiro de 1916**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l3071.htm>. Acesso em: 18 out. 2022.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm>. Acesso em: 27 jul. 2022.

BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111771.htm>. Acesso em: 23 set. 2022.

BRASIL. **Lei nº 12.291, de 20 de julho de 2010**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112291.htm>. Acesso em: 25 set. 2022.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm>. Acesso em: 06 out. 2021.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm>. Acesso em: 27 jul. 2022.

BRASIL. **Lei nº 8.245 de 18 de outubro de 1991**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8245.htm>. Acesso em: 23 set. 2022.

Câmera escondida é flagrada em apartamento alugado pelo Airbnb em São Paulo. TNH1, 2018. Disponível em: <<https://www.tnh1.com.br/noticia/nid/camera-escondida-e-flagrada-em-apartamento-alugado-pelo-airbnb-em-sao-paulo/>>. Acesso em: 21 jul 2022.

CARPENA, Heloisa. Airbnb e a Responsabilidade por Danos Causados aos Consumidores na Economia Compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 129, p. 175-194, maio/jun. 2020.

CARSON, Biz. **Airbnb anuncia medidas de segurança após tiroteio na Califórnia**. Forbes, 2019. Disponível em: <<https://forbes.com.br/colunas/2019/11/airbnb-anuncia-medidas-de-seguranca-apos-tiroteio-na-california/>> Acesso em: 20 set 2022.

CARVALHO, Diógenes Faria de; CARDOSO, Alysson Godoy. Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de pares-oecd. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 114, ano 26, p. 229-270, nov./dez. 2017.

CARVALHO, Otávio Delavi. **Economia do compartilhamento: responsabilidade dos agentes diante de violações ao Direito do Consumidor**. 2018. 66 p. Monografia apresentada à

Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2018.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

CHASE, R. **Economia Compartilhada: Como pessoas e plataformas da Peers Inc estão reinventando o capitalismo**. Rio de Janeiro: HSM, 2015.

C.J. Bradshaw, B.W. **Brook Human population reduction is not a quick fix for environmental problems** *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111 (46) (2014), pp. 16610-16615.

C.L.A.Y. Shirky. **Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações**. Zahar, Rio de Janeiro (2012)

Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). **Ride on! Mobility business models for the sharing economy**. *Organization & Environment*, 27(3), p. 279–296.

CRUZ, Bruno Souza. **Brasileiros mortos no Chile: Airbnb deve ser responsabilizado? Uol notícias**. 2019. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/05/24/qual-e-a-responsabilidade-do-airbnb-em-casos-como-a-tragedia-no-chile.htm>>. Acesso em: 25 set. 2022.

CUNHA, Felipe. **Economia Colaborativa: recriando significados coletivos**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Bambual, 2020.

DINIZ, Maria Helena. **Dicionário jurídico**. São Paulo: Saraiva, 1998. p. 585. Volume 2.

DUBOIS, J. SCHOR, L. **Carfagna Connected consumption: a sharing economy takes hold**. *Rotman Management* (2014), p. 50-55.

EBANX. **Conheça o Ebanx**. Disponível em: <<https://business.ebanx.com/en/>>. Acesso em: 22 set. 2022.

EFING, Antônio Carlos. **Fundamentos do Direito das Relações de Consumo e Sustentabilidade**. 3. Ed. Curitiba: Juruá, 2011, p. 83.

EL UNIVERSAL. **Fallece universitaria que sufrió explosion en casa de Airbnb en Guanajuato**. Disponível em: <<https://www.eluniversal.com.mx/estados/fallece-universitaria-que-sufrio-explosion-en-casa-de-airbnb-en-guanajuato>>. Acesso em: 25 set. 2022.

ERTZ, M.; DURIF, F.; ARCAND, M. **Collaborative Consumption: Conceptual Snapshot At a Buzzword**. *Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 19 No. 2, pp. 1–23, 2016.

FANG, Y; QURESHI I; SUN, H; MCCOLE, P; RAMSEY, E, LIM, K. **Trust, satisfaction, and online re-purchase intention: The moderating role of perceived effectiveness of ecommerce institutional mechanisms**. *MIS Quart.* v. 38, n. 2, p. 407-427, 2014.

FELSON, M.; SPAETH, J. L. Community structure and collaborative consumption: a routine activity approach. **American Behavioral Scientist**, Thousand Oaks, v. 21, n. 4, 1978.

FINURAS, António Paulo Menezes de Carvalho. **Confiança nas instituições e valores culturais: estudo internacional comparado entre Angola, Cabo Verde, Moçambique e Portugal**. 2013. 430p. Tese (Doutorado em Ciência Política). Doutorado em Ciência Política, Faculdade de Ciências Sociais, Educação e Administração da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2013.

G1. **Apartamento onde família brasileira morreu no Chile estava sem vistoria**. 2019. Disponível em: < <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2019/05/24/apartamento-onde-morreu-familia-brasileira-no-chile-estava-sem-vistoria.ghtml> >. Acesso em: 22 jul. 2022.

GANSKY, L. **The mesh: Why the future of business is sharing**. New York: Portfolio Penguin, 2010.

GOIDANICH, Maria Elisabeth. Airbnb e Seus Anfitriões: Empreendedorismo, Comércio e Colaboração na Economia de Compartilhamento. **VIII Encontro Nacional de Estudos do Consumo**, Niterói, 2016.

HEROLD, Ananda Beatriz Santos. **A responsabilização por danos na economia compartilhada: o exemplo da plataforma digital Airbnb**. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2021.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva. *Op. cit.* p. 1376.

JOHAL, S.; ZON, N. Policymaking for the Sharing Economy: beyond Whack-a-Mole. **Mowat Research**, Toronto, v. 106, p. 1-26. Fev 2015.

JOHN, Nicholas A. The social logics of sharing. **The Communication Review**, v. 16, n. 3, p. 113-131, 2013.

KATZ, V. Regulating the sharing economy. **Berkeley Technology Law Journal**, Berkeley, v. 30, p. 1068-1126. Nov 2015.

KELLER, K. L. **Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity**. New Jersey: Prentice Hall, 2013.

LIEBER, Ron. **Morte em imóvel do Airbnb gera questões de responsabilidade judicial**. Folha UOL, 2015. Disponível em: <<https://m.folha.uol.com.br/mercado/2015/11/1712983-morte-em-imovel-do-airbnb-gera-questoes-de-responsabilidade-judicial.shtml>>. Acesso em: 21 jul 2022.

MAYER, R. C.; DAVIS, J. H.; SCHOORMAN, F. D. An integrative model of organizational trust. **Academy of Management Review**, v. 20, n.3, p. 709-734, 1995.

MANSUR, Rafael Bayeh. **Economia compartilhada e os desafios da regulação: um estudo de caso da OLX**. Monografia de bacharelado em Economia apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018. 73 p.

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

MARQUES, C. L. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 111. ano 26. p. 247-268. São Paulo: Ed. RT, maio-jun. 2017.

MARQUES, C. L. International Protection of Consumers as a Global or a Regional Policy. **Journal of Consumer Policy**, [s. l.], p. 57–75, 2020a.

MARQUES, Cláudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e acesso ao consumo. **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 111, p. 247-268, maio-jun. 2017.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor** o novo regime das relações contratuais. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: RT, 2002.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 8ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 77.

MELO, Nehemias Domingos de. **Dano Moral nas Relações de Consumo**. São Paulo: Saraiva, 2008, p. 32.

MIAMI HERALD. **Family of Florida woman killed in Costa Rica sues Airbnb**. 2018. Disponível em: <<https://www.miamiherald.com/news/local/article223476120.html>>. Acesso em: 25 set. 2022.

MILLER, S. R. First principles for regulating the sharing economy. **Harvard Journal on Legislation**, Idaho, v. 53, p. 149-200. Nov 2015.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. -- 6. ed. -- São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: RT, 2016.

MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 125, p. 17-62, set./out. 2019.

MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Cláudia Lima. Economia do compartilhamento deve respeitar direitos do consumidor. In: **Consultor Jurídico**. [S.I.], 23 dez. 2015. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2015-dez-23/garantias-consumo-economia-compartilhamento-respeitardireitos-consumidor#_ftnref5>. Acesso em: 25 set. 2022.

MIRAGEM, Bruno. **Contratos de consumo e tutela do consumidor vulnerável em relação aos efeitos da pandemia de coronavírus**. In: Aleandre David Malfatti, Paulo Henrique Ribeiro Harcia e Sérgio Seiji Shimura (Org). *Direito do Consumidor: reflexões quanto aos impactos da pandemia de Covid-19*. 1ed. São Paulo: Escola Paulista da Magistratura, 2020, v.1.

MÖHLMANN, M. **Digital Trust and Peer-to-Peer Collaborative Consumption Platforms: A Mediation Analysis**. Ssrn, p. 1–38, 2016.

MÖHLMANN, M.; GEISSINGER, A. Trust in the Sharing Economy: Platform-Mediated Peer Trust. **Cambridge Handbook of the Law and Regulation of the Sharing Economy**, v. 70, n. 1, p. 26–44, 2018.

MÖHLMANN, M. Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 14, p. 193–207, 2015.

MOSEDALE, J.; VOLL, F. **Social innovation in Tourism: Social Practices Contributing to Social Development**. *Social Entrepreneurship and Tourism*, Springer International Publishing, p. 101-115, 2017,

MUCELIN, Guilherme. **Conexão online e hiper confiança**: os players da economia do compartilhamento e o Direito do Consumidor. São Paulo: RT, 2020.

MUCELIN, Guilherme. Peers inc.: a nova estrutura da relação de consumo na economia do compartilhamento. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 118, p. 77-126, jul./ago. 2018.

MUNIZ, K. M.; MARCHETTI, R. Z. Brand Personality Dimensions in the Brazilian Context. **Brazilian Administration Review** v. 9(2), p.168-188, 2012.

NASCIMENTO, Naiane. **Homem é abusado e morto por residentes de casa do Airbnb**. Leia Já, 2017. Disponível em: <<https://m.leiaja.com/noticias/2017/10/30/homem-e-abusado-e-morto-por-residentes-de-casa-do-airbnb/>>. Acesso em: 21 jul 2022.

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

PASQUAL, Cristina Stringari. The Collaborative Economy and the Code de Defence of the Brazilian Consumer. In: **The Sharing Economy: Legal Problems of a Permutations and Combinations Society**. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2019, p. 50-64.

PASQUAL, Cristina Stringari; KLEE, Antonia Espindola Longoni. A economia colaborativa no Brasil e o direito de informação do consumidor. In: LEAL, Rogério Gesta; GAVIÃO FILHO, Anizio Pires (Org.). **Coletânea do III Seminário Internacional Tutelas à Efetivação de Direitos Indisponíveis**. Porto Alegre: FMP, 2019. p. 85-102.

PASQUALOTTO, Adalberto; SCALETSCKY, Carolina Litvin. Da responsabilidade civil da

plataforma digital na economia compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor [Recurso Eletrônico]**, São Paulo, n.142, jul./ago. 2022.

PELUSO, Cezar. **Código civil comentado: doutrina e jurisprudência**. 6ª ed. Barueri: Manole, 2012.

PEREIRA JÚNIOR, Antonio Jorge; JEREISSATI, Catherine Santa Cruz; BEZERRA, Mário de Quesado Miranda. Impacto do modelo de negócio do airbnb no mercado de hospedagem: autonomia privada, internet, economia colaborativa e as novas fronteiras do direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 119, p. 269-294, set./out. 2018.

RECLAME AQUI. **Airbnb**. Disponível em:
<<https://www.reclameaqui.com.br/empresa/airbnb/>>. Acesso em: 23 set. 2022.

RIFKIN, Jeremy. **The zero marginal cost: the internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism**. New York: Palgrave Macmillian, 2014.

RIO GRANDE DO SUL. **Apelação Cível 70082965377**. Relator: Eduardo Kraemer. Porto Alegre, 18.12.2019. Disponível em:
[www.tjrs.jus.br/site_php/consulta/download/exibe_documento_att.php?numero_processo=70082965377&ano=2019&codigo=2168316]. Acesso em: 28.10.2022.

ROHDEN, Simoni Fernanda; DURAYSKY, Juliana; TEIXEIRA, Ana Paula Pydd, MONTELONGO, Alfredo, ROSSI, Carlos Alberto Vargas. Consumo Colaborativo: economia, modismo ou revolução? **Revista de Gestão do Unilasalle**, Canoas, vol.4, n. 2, jul. 2015.

SANTOS, Gustavo Ferreira. O Processo Administrativo como Garantia de Proteção aos Consumidores no Modelo de Economia Compartilhada. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 120, p. 269-307, nov./dez. 2018.

SCARABOTO, Daiane. Selling, sharing, and everything in between: The hybrid economies of collaborative networks. **Journal of Consumer Research**, v. 42, n. 1, p. 152-176, 2015.

SCHINCARIOL, Juliana. Airbnb prevê movimentar R\$ 247 milhões durante Olimpíada. **Valor Econômico**. Disponível em:
<<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2016/08/01/airbnb-preve-movimentar-r-247-milhoes-durante-olimpiada.ghtml>>. Acesso em: 22 set. 2022.

SCHOR, J. B.; FITZMAURICE, C. Collaborating and connecting: The emergence of a sharing economy. In: **Handbook of Research on Sustainable Consumption**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2015.

SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative. 2014.

SCHOR, J.; ATTWOOD-CHARLES, W. The “sharing” economy: labor, inequality, and social connection on for-profit platforms. **Sociology Compass**, p. 1-16, 2017.

SCHWARTZ, Fabio. A economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor

fiduciário. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 111, p. 221-246, ano 26, mai-jun, 2017.

SEABRA, Anderson Leonardo de Castro. E se o Airbnb fosse uma pessoa: um estudo sobre personalidade de marca na economia compartilhada. **Revista Administração em Diálogo**, vol. 22, n. 3 - set/out/nov/dez 2020 - p. 8-30.

SENADO FEDERAL. **Projeto de Lei nº 2.474, de 2019**. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/136443>>. Acesso em: 26 set. 2022.

SERRA, C. A. T. Considerações acerca da evolução da propriedade da terra rural no Brasil. **Alceu**. Rio de Janeiro, v.4 - n.7. p. 231 - 248. Jul/Dez 2003.

SILVA, Monah Idalina Moreira. **A Economia Colaborativo/Compartilhada como instrumento de desenvolvimento econômico**. 2019. 96 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/200881>>. Acesso em: 18 set. 2022.

SIMMEL, Georg. **The philosophy of Money**. London: Routledge, 2004.

SOARES, Ardyllis Alves. A tutela internacional do consumidor turista. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 82. abr.- jun., 2012.

SOARES, Cristiano Ferreira. **Inovação e obrigação: a responsabilidade civil do Airbnb na economia do compartilhamento**. 2019. 71 f. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Direito) apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019.

SOUZA, Carlos Affonso Pereira de; LEMOS, Ronaldo. Aspectos jurídicos da economia do compartilhamento: função social e tutela da confiança. **Revista de Direito da Cidade**, v.8, n.4, 2016.

STF. SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **RE 1054110**, Relator(a): LUÍS ROBERTO BARROSO. Tribunal Pleno. Julgado em 09/05/2019. PROCESSO ELETRÔNICO REPERCUSSÃO GERAL - MÉRITO DJe-194. DIVULG 05-09-2019. PUBLIC 06-09-2019.

STJ. SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **AgInt no REsp n. 1.419.490/PR**, relator Ministro Og Fernandes, Segunda Turma, julgado em 20/6/2022, DJe de 24/6/2022.

STJ. SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **REsp n. 1.580.432/SP**, relator Ministro Marco Buzzi, Quarta Turma, julgado em 6/12/2018, DJe de 4/2/2019.

STONE, Brad. **As Upstarts**. Como a Uber, o Airbnb e as Killer Companies do Novo Vale do Silício Estão Mudando o Mundo. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2017.

SUNG, Y.; KIM, J. Effects of Brand Personality on Brand Trust and Brand Affect. *Psychology and Marketing*. v.27, p.639 – 661, 2010.

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

THE GUARDIAN. **How Airbnb Took Over The World**. 2019. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2019/may/05/airbnb-homelessness-renting-housing-accommodation-social-policy-cities-travel-leisure>>. Acesso em: 22 set. 2022

TJDF. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. **RECURSO INOMINADO CÍVEL 0734713-76.2019.8.07.0016**. Relator: AISTON HENRIQUE DE SOUSA. Julgamento em: 13/12/2019.

TJDFT. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. **Acórdão n.986238, 07072659720158070007**, Relator: EDUARDO HENRIQUE ROSAS 3ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, Data de Julgamento: 07/12/2016, Publicado no DJE: 13/12/2016.

TJDFT. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. **Acórdão n.1120205, 07272864420178070001**, Relator: JOSÉ DIVINO 6ª Turma Cível, Data de Julgamento: 29/08/2018, Publicado no DJE: 03/09/2018.

TJDFT. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. **Jesp 0706173-52.2018.8.07.0016**. 6º Juizado Especial Cível de Brasília. Julgado em: 05/06/2018.

TJDFT. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. **Acórdão 1184345, 07270367420188070001**. Relator: SANDOVAL OLIVEIRA, 2ª Turma Cível, data de julgamento: 3/7/2019, publicado no DJE: 15/7/2019.

TJPR. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO PARANÁ. **Apelação nº 0018575-66.2019.8.16.0035**. Rel.: DESEMBARGADOR GUILHERME FREIRE DE BARROS TEIXEIRA. 10ª Câmara Cível. Julgamento em 14/06/2021.

TJPR. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARANÁ. **0039683-35.2018.8.16.0182**. 11º Juizado Especial Cível. Julgador (a): Flávia da Costa Viana. Julgado em: 01/04/2019.

TJRJ. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Apelação Cível Nº 0000837-08.2016.8.19.0061**. Relator: Des. Leila Albuquerque. 25ª Câmara Cível/Consumidor. Julgamento em 29/03/2017.

TJRJ. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO RIO DE JANEIRO. **Apelação Cível nº 0299903-60.2016.8.19.0001**. 21ª Câmara Cível. Relatora: Desa. Regina Lúcia Passos, 29 de janeiro de 2019. Disponível em: <<http://www4.tjrj.jus.br/ejuris/ConsultarJurisprudencia.aspx>>. Acesso em: 26 set. 2022.

TJSP. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Apelação Cível 1006651-04.2017.8.26.0077**. Relator (a): Daniela Menegatti Milano. Órgão Julgador: 19ª Câmara de Direito Privado. Foro de Birigui - 3ª Vara Cível. Data do Julgamento: 30/07/2018. Data de Registro: 01/08/2018.

TJSP. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Apelação Cível nº 1011773-31.2019.8.26.0011**. Relator: Hugo Crepaldi. 25ª Câmara de Direito Privado. Julgado em: 24/04/2021.

TJSP. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Apelação Cível nº 1101154-11.2018.8.26.0100**. Décima Nona Câmara de Direito Privado. Relator: Des. Ricardo Pessoa de Mello Belli, 09 de setembro de 2019. Disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/consultaCompleta.do?f=1>>. Acesso em: 26 set. 2022.

TJSP. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Apelação nº 1030614-64.2020.8.26.0100**, 36ª Câmara de Direito Privado do TJSP, Rel. Des. Pedro Baccarat, DJ: 18/02/202.

TJSP. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO. **Recurso Inominado Cível 1006812-17.2021.8.26.0451**; Relator (a): Wander Pereira Rossete Junior; Órgão Julgador: 1ª Turma Recursal Cível; Foro de Piracicaba - Vara do Juizado Especial Cível e Criminal; Data do Julgamento: 09/12/2021; Data de Registro: 09/12/2021.

TUJIA. **Home**. Disponível em: <<https://www.tripping.com/industry/rental-companies/tujia>>. Acesso em: 23 set. 2022.

TURISMO – IG. **Para quem pedir ajuda em caso de problema – como vazamento de gás – no Airbnb?** 2019. Disponível em: <<https://turismo.ig.com.br/manual-do-viajante/2019-05-23/o-que-fazer-se-voce-sentir-cheiro-de-gas-em-uma-propriedade-alugada-pelo-airbnb.html>>. Acesso em: 28 jul. 2022.

UE. **The European Commission and EU consumer authorities push Airbnb to comply**. In: European Commission. Bruxelas, 16 jul. 2018. Disponível em: <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_4453>. Acesso em: 26 set. 2022.

VERBICARO, Dennis; PEDROSA, Nicolas Malcher. O Impacto da Economia de Compartilhamento na Sociedade de Consumo e seus Desafios Regulatórios. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 113, p. 457-482, set./out. 2017.

VERBICARO, Dennis; VIEIRA, Janaína do Nascimento. A hipervulnerabilidade do turista e a responsabilidade das plataformas digitais: uma análise a partir da perspectiva da economia colaborativa. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 127/2020. Jan - Fev / 2020.

WATCHSMUTH, David & WEISLER, Alexander. (2018). **Airbnb and the Rent Gap: Gentrification Through the Sharing Economy**. Environment and Planning A: Economy and Space. 10.1177/0308518X18778038.

XAVIER, Yanko Marcius de Alencar; ALVES, Fabrício Germano; SANTOS, Kleber Soares de Oliveira. Economia compartilhada: compreendendo os principais aspectos desse modelo disruptivo e os seus reflexos na relação de consumo e no mercado econômico. **Revista de Direito do Consumidor**, [S.I.], v. 128, p. 103-203, mar./abr. 2020.