

RECEBIDO EM: 09/09/2019

APROVADO EM: 20/05/2019

# O CONSUMIDOR UTILITARISTA E A QUESTÃO REGULATÓRIA DA ECONOMIA COMPARTILHADA

*THE UTILITY CONSUMER AND THE REGULATORY  
ISSUE OF THE SHARED ECONOMY*

*Fábio Campelo Conrado de Holanda*

*Doutor em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mestre em Direito pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Pós-graduando em Direito Civil pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas). Professor do curso de graduação em Direito e do Programa de Pós-graduação (Mestrado) em Direito do Centro Universitário 7 de Setembro (UNI7).*

*Procurador Federal da Advocacia-Geral da União.*

*Jardelly de Aguiar Cunha Maranhão*

*Mestre em Direito pelo Centro Universitário 7 de Setembro. Membro da Comissão de Direito do Consumidor da OAB/CE. Advogada.*

SUMÁRIO: Introdução; 1 Uma breve evolução da sociedade de consumo de massa; 2 O fenômeno da economia compartilhada e sua complexidade regulatória; 3 O consumidor é um utilitarista em face da eticidade regulatória da economia compartilhada?; 4 Conclusão; Referências.

**RESUMO:** A justificativa para o desenvolvimento da presente pesquisa é o crescimento das plataformas digitais relacionadas com a economia compartilhada e os correlatos prejuízos que podem gerar aos consumidores. A partir dessa premissa, surge e a pergunta de partida que será enfrentada ao longo do texto é: o consumidor em geral, enquanto vulnerável na relação jurídica com o fornecedor de bens e serviços, tende a adotar uma conduta utilitarista e impassível às múltiplas discussões éticas que visam regular o fenômeno da economia compartilhada? Em que pese o consumidor ser uma figura central nos debates relativos à economia compartilhada, não se olvida que existem complexas situações de ordem ética relacionadas com as searas trabalhista, tributária e concorrencial que se imiscuem na questão (sobretudo no cenário atual de imprevisibilidade inaugurado com a pandemia da COVID-19), evidenciando que o tema reclama uma providência regulatória por parte do estado. Em verdade, convém registrar que o aprofundamento da estrutura da economia P2P não nos traz “novos” problemas, haja vista que a fragilidade das relações de emprego, o racismo, a justa distribuição de renda, as discriminações de gênero e a regulação do direito de propriedade são questões que lhe precedem. Em nosso sentir, a regulação da matéria se mostra relevante para não agudizar tais problemas em relação ao consumidor, que aprioristicamente é considerado um vulnerável.

**PALAVRAS-CHAVE:** Economia Compartilhada. Regulação. Proteção do Consumidor.

**ABSTRACT:** The justification for the development of this research is the growth of digital platforms related to the shared economy and the related losses that they can generate to consumers. From this premise, it emerges and the starting question that will be faced throughout the text is: the consumer in general, while vulnerable in the legal relationship with the supplier of goods and services, tends to adopt a utilitarian and impassive conduct to multiple ethical discussions that aim to regulate the shared economy phenomenon? In spite of the fact that the consumer is a central figure in the debates regarding the shared economy, it should not be forgotten that there are complex ethical situations related to the labor, tax and competitive sectors that are involved in the issue (especially in the current scenario of unpredictability inaugurated with the pandemic of COVID-19), showing that the issue calls for regulatory action by the state. In fact, it should be noted that the deepening of the structure of the P2P economy does not bring us “new” problems, given that the fragility of employment relations, racism, the fair distribution of income, gender discrimination and the regulation of the right to ownership are issues

that precede it. In our opinion, the regulation of the matter is relevant to avoid aggravating such problems in relation to the consumer, who is a priori considered to be vulnerable.

**KEYWORDS:** Shared Economy. Regulation. Consumer Protection.

## **INTRODUÇÃO**

O consumidor do século XXI difere daquele das últimas décadas, notadamente porque a introdução das novas tecnologias nas relações jurídicas contribuiu para uma mudança paradigmática no jeito de pensar, de viver e de consumir. Tarefas que pareciam simples (como tomar um taxi, adquirir um vestido para uma festa ou reservar uma hospedagem nas férias) agora estão mais baratas e acessíveis. É fato, o fenômeno da economia compartilhada está amplamente difundido na sociedade contemporânea.

Consumir colaborativamente representa uma inovação capaz de engendrar uma economia de produção alinhada com benefícios econômicos, sociais e ambientais, trazendo um contraponto aos malefícios da obsolescência programada e ao acelerado descarte de resíduos sólidos que lhe é inerente, na medida em que estende o uso dos bens materiais, ressignificando-os.

A ideia de que os bens (principalmente bens de longa duração e com capacidade ociosa) podem ser compartilhados por pessoas diferentes, já havia inspirado a Diretiva 94/47/CE do Parlamento Europeu (que trata sobre a proteção dos compradores nos contratos relativos à fruição compartilhada de imóveis) e outras normas no direito comparado.

No entanto, em que pese o consumidor ser uma figura central nos debates relativos à economia compartilhada, não se olvida que existem complexas situações de ordem ética relacionadas com as searas trabalhista, tributária e concorrencial (sobretudo no cenário atual de imprevisibilidade inaugurado com a pandemia da COVID-19), evidenciando que o tema reclama uma providência regulatória por parte do Estado.

Pontuada a justificativa para o desenvolvimento da presente pesquisa, surge a pergunta de partida que será enfrentada ao longo do texto: o consumidor em geral, enquanto vulnerável na relação jurídica com o fornecedor de bens e serviços, tende a adotar uma conduta utilitarista e impassível às múltiplas discussões éticas que visam regular o fenômeno da economia compartilhada?

Com o objetivo de enfrentar o questionamento, inúmeros itinerários de natureza transdisciplinar seriam possíveis. Neste caso, elegeu-se tratar no primeiro tópico de uma breve explanação sobre a sociedade de consumo, incluindo o cenário atual, afeiçoado ao ambiente volátil das vivências. O segundo tópico aprofundará o conceito de economia compartilhada, a par da narrativa sobre as principais dificuldades relacionadas com a falta de regulamentação em nível nacional e internacional e, no último tópico, pretende-se refletir sobre a confirmação (ou não) da hipótese sugerida em epígrafe, qual seja, a de ser o consumidor em geral utilitarista e impassível às múltiplas discussões éticas que visam regular o fenômeno da economia compartilhada.

Sob o aspecto metodológico, a pesquisa é qualitativa e de cunho eminentemente bibliográfico, inclusive tangenciando o direito comparado. As críticas que o artigo enfrentará serão suficientes contribuições para a retomada e avanço no tratamento de tema tão caro para o autor, o estudo das relações consumeristas na contemporaneidade.

## **1 UMA BREVE EVOLUÇÃO DA SOCIEDADE DE CONSUMO DE MASSA**

Como dito, antes do enfrentamento central do problema proposto na pesquisa, necessário compreender como se desenvolveu a dinâmica da sociedade de consumo de massa, a fim de verificar sobre quais premissas se assentou a estratégia da economia compartilhada e todas (ou, pelo menos, algumas) as consequências que lhe são inerentes.

Para tanto, ao jurista se faz imprescindível uma incursão transdisciplinar capaz de compreender o chamado “homo consumericus”, voraz e liberto das antigas culturas de classes. Segundo as reflexões de Holanda (2020, p. 65), a descartabilidade é uma característica desses tempos ligeiros, imiscuindo-se no trato social em geral, com reflexo na família, nas relações profissionais e de consumo.

De fato, analisando a evolução da sociedade de consumo a partir da Revolução Industrial até a atualidade, tem-se, nas palavras de Gilles Lipovetsky, que após a expansão dos grandes mercados, com o início do consumo das marcas e sua sistemática vinculação à publicidade, seguiu-se uma democratização do consumo a partir de meados do século passado, até a época do consumo hiperconsumo em que a ansiedade e a insegurança se elevam ao nível da nossa capacidade de combater a fatalidade e prolongar a nossa esperança de vida (LIPOVETSKY, 2010).

A abordagem de Jean Baudrillard (2014, p. 16-21) sobre a sociedade de massa evidencia as novas formas de consumo, baseadas em grandes shoppings, entupidos de lojas com prateleiras e objetos que hipnotizam o consumidor a fazer parte de toda aquela abundância de coisas, com facilidades de pagamentos, simulam a experiência da felicidade.

Sob uma outra perspectiva, é possível relacionar a evolução do consumo com a existência de três (ou, talvez, quatro) revoluções industriais, sendo na primeira o homem dependente do carvão como fonte de energia para gerir sua produção (o que acarretou o êxodo rural e a saturação dos grandes centros urbanos). Posteriormente, o homem passou a utilizar novas energias, como o petróleo, a água ou o urânio (fato determinante para as fábricas intensificarem suas produções), aliada ao manejo dos meios de comunicação (estes, capazes de refinar as potencialidades do mercado e catalisar a aproximação dos indivíduos). Por fim (ou melhor, até o momento), o advento da era digital, onde a *internet* surge como instrumento de alta escalabilidade (ou seja, *aumento do volume nas atividades de produção, mas sem a ampliação dos custos do negócio*) revela-se capaz de desbravar novos horizontes nas relações jurídicas em geral.

A era digital propicia, por exemplo, a superação da microtecnologia pela nanotecnologia, inclusive com suas implicações consumeristas, como delinea mais uma vez Holanda (2019, p. 143-144) ao ilustrar o déficit informacional do consumidor, que desconhece “as consequências para a sua saúde no manejo de produtos fabricados à base de nanopartículas, inserindo-o numa condição de especial vulnerabilidade, dada a agudização dos riscos”.

A propósito, ao tratar sobre a internet e seus reflexos na sociedade em geral, o pensamento do sociólogo espanhol Manuel Castells (2003, p. 34) é esclarecedor ao pontuar que à vida comunitária virtual “acrescente uma dimensão social ao compartilhamento tecnológico, fazendo da Internet um meio de interação social seletiva e de integração simbólica”.

É fato, a inteligência artificial é quase onipresente nos dias de hoje, não se conseguindo imaginar uma sociedade sem os *smartphones*, que viabilizam alugar um apartamento, comprar um imóvel, adquirir itens no supermercado ou até mesmo conhecer novas pessoas, tudo isso sem sair de casa, sem levantar-se da cama. A introdução da tecnologia na sociedade de consumo certamente contribuiu para a evolução das relações consumeristas e, nesse itinerário evolutivo, muitas pessoas preferem compartilhar a comprar.

A economia compartilhada pode ser caracterizada pela troca ou empréstimo de produtos ou serviços, tendo como fundamentos os princípios da confiança, da boa-fé e da transparência, objetivando ora uma prestação melhor de um determinado serviço, ora a economia de tempo, de dinheiro ou de espaço (MARQUES, 2017, p. 249).

A economia compartilhada surge como uma alternativa, vez que oferece opções sustentáveis e consumo por meio da colaboração entre consumidores (VERBICARO, p. 2017, p. 459). Para outros doutrinadores, trata-se de um novo modelo econômico, mais aberto, cooperativo, onde a confiança ganha posição central nas relações humanas (SCHWARTZ, 2017, p. 224), sendo também compreendido na visão de pensadores estrangeiros como “this note defines the sharing business model as na online intermediary that acts as a Market for P2P services and facilitates exchanges by lowering transaction costs” (KATZ, 2015, p. 1070).

Embora a economia compartilhada continue a crescer (pesquisando os serviços do site [www.betrspot.com](http://www.betrspot.com) já existe até um serviço de compartilhamento de coisas que não lhes pertence, como um assento no Starbucks, por exemplo), mecanismos regulatórios têm sido discutidos e aperfeiçoados. É diante desse cenário que o fenômeno da economia compartilhada surge com suas idiosincrasias, sendo esmiuçado no próximo tópico.

## **2 O FENÔMENO DA ECONOMIA COMPARTILHADA E SUA COMPLEXIDADE REGULATÓRIA.**

Com o advento do compartilhamento, não só o modelo de consumo mudou. Antes, as empresas ofereciam seus produtos e seus serviços diretamente aos consumidores, o que se denominou de relações B2C (*business to consumer*), a par de outras relações jurídicas entre empresas (denominado de B2B - *business to business*). Esses são os modelos a partir dos quais a teorização da vulnerabilidade do consumidor foi consolidada (OLIVEIRA, 2018, p. 482).

Ocorre que novas relações se observam e não mais se restringem às duas modalidades em epígrafe, haja vista que agora as pessoas (destinatários finais de bens e serviços) fazem negócios entre si, o que se convencionou por denominar de relações P2P (*peer to peer*) ou C2C (*consumer to consumer*). A lógica é simples: para que comprar um produto ou utilizar um serviço de uma empresa (B2C) quando se pode pegar emprestado de uma outra pessoa (C2C)?

Em verdade, as relações P2P (entre consumidores) não possuem apenas duas pessoas nas relações contratuais, mas sim três: o provedor, o usuário e a plataforma digital. As plataformas digitais podem conectar os usuários do sistema P2P, independente da sua posição geográfica, condição financeira, sexo, cor ou raça, bastando que haja acesso à internet.

O sistema de avaliação na economia compartilhada é uma eficaz ferramenta de verificação do princípio da proteção da confiança neste segmento das relações jurídicas. Publicar aquilo que foi ruim (ou bom) às outras pessoas, impulsiona o mercado do compartilhamento, de forma que os responsáveis por essas plataformas podem identificar possíveis más prestações ou utilizações desses serviços (ou bonificar os que prestaram e se utilizaram daquele serviço da forma correta).

Na sua maioria, as plataformas digitais possuem abas específicas para o compartilhamento de experiências, de forma que usuário possa avaliar o serviço ofertado. Em verdade, o consumidor, ao avaliar um serviço prestado por uma dessas plataformas, está avaliando muito mais do que apenas aquele serviço. O que está, realmente, sendo avaliado é a reputação da plataforma. A lógica é simples: quanto mais avaliações positivas a plataforma tem, melhor ela seria.

Por esse motivo, o que se vê na prática é a máxima precaução das plataformas com os *feedbacks* de seus clientes. Nesta linha, a maioria das plataformas reage a comentários negativos, bonificando os clientes insatisfeitos na tentativa de reverter aquele mal-entendido. Ora, quando mais pessoas dizem que tal serviço é bom, mais pessoas são atraídas a utilizar aquele serviço. Por vezes essas reações são inconscientes. Neste sentido Sharot (2017, p. 154) entende que “nosso cérebro opera de acordo com as regras de que o que é desejado pelos outros deve ser valioso”.

Sobre o poder da influência e as condutas que moldam nosso comportamento, Berger (2017, p. 32) esclarece que “a imitação é motivada por mais do que uma mera coleta de informações. Mesmo quando já sabemos a resposta, o comportamento dos outros pode afetar o nosso, pela pressão social”.

Quanto à responsabilização das plataformas digitais, tem-se que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) prevê taxativamente o conceito de fornecedor, qualificando-o no artigo 3º. A norma prevê a responsabilidade objetiva de fornecedores e prestadores do serviço, o que se leva à reflexão sobre a possibilidade de responsabilizar as plataformas digitais por eventual dano decorrente da má prestação do serviço.

As plataformas digitais no âmbito da economia de compartilhamento são consideradas fornecedoras de serviços? Por meio de uma exegese estritamente literal, elas não seriam consideradas fornecedores, pois a norma não fala em “intermediar serviços”, “estretar laços” ou “aproximar a oferta da demanda”. Por outro lado, sabe-se que o CDC traz o conceito de consumidor equiparado em seu texto, o que induz à reflexão de que poderia haver também um “fornecedor equiparado” (BESSA, 2007, p. 84).

Ocorre que, muitas vezes, os administradores dessas plataformas sequer são proprietários dos bens que os consumidores estão se utilizando, o que traz uma dúvida acerca de possibilidade de eventual responsabilização ocorrer na forma subsidiária, posto que não haveria um vínculo direto entre a plataforma e o consumidor. Por outro lado, algumas dessas plataformas têm seus sistemas tão desenvolvidos que é possível até mesmo fazer o pagamento da prestação do serviço diretamente em seu *site*, o que induziria à responsabilidade solidária junto com o prestador do serviço, com base na teoria do risco-proveito.

Ilustrativamente, uma plataforma digital especializada em aluguel de acomodações ao redor do mundo pode funcionar da seguinte maneira: alguém que deseja alugar uma acomodação em um determinado país acessa o site da plataforma, que disponibiliza vários filtros e perfis. O interessado escolhe a acomodação de seu gosto e a plataforma faz a intermediação com o proprietário do imóvel. Essa relação possui três sujeitos: o que quer alugar, o que aluga e a plataforma. Então como resolver a questão da responsabilidade que envolve a plataforma e os consumidores?

Ao lecionar sobre o conceito de “fornecedor fiduciário”, Schwartz (2017, p. 243) pontua a possibilidade de responsabilizar solidariamente as plataformas digitais por eventual má prestação de serviço, transformando esse intermediador de relações em um verdadeiro garante de obrigações, sobretudo porque há situações em que caso a plataforma não intermediasse a relação, o negócio não se realizaria.

Quer como fornecedor equiparado, quer como fornecedor fiduciário, conclui-se que enquanto não houver uma norma legal expressa, essa discussão permanecerá. A regulamentação das plataformas digitais é um tensionamento atual e que ocupa o legislativo brasileiro (normas municipais já foram editadas, ora autorizando o funcionamento dessas plataformas, ora proibindo), sem descuidar da necessidade de uma regulação nacional que tratasse de questões relativas à competência jurisdicional, aspectos trabalhistas e tributários.

Na Câmara do Deputados, há um Projeto de Lei (nº 7579/2017), de autoria do deputado federal Lucas Vergílio, que dispõe sobre “a regulação da atividade econômica realizada por meio de plataformas digitais que intermedeiem prestações de serviços entre usuários previamente cadastrados”, ou seja, sobre as plataformas digitais. Nos seus quatorze artigos, esse Projeto trata de questões que até então não possuíam regulamentações, como a possibilidade de compartilhamento de *feedback* (positivos e negativos) por plataformas (desde que autorizado pelo avaliado).

O Projeto de Lei tenta pôr fim às discussões acerca de responsabilidade do administrador da plataforma digital, ao prever que “a plataforma intermediadora responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores em virtude da má-prestação do serviço”, ou seja, posiciona-se acerca da responsabilidade objetiva delas, pela má prestação do serviço. Todavia, é apenas um projeto.

Enquanto o Congresso Nacional não edita uma norma conclusiva sobre a questão, Martins (2016, p. 149) recomenda que a responsabilidade da plataforma está diretamente ligada à sua interferência no negócio, de forma que quanto mais a plataforma deixa de ser apenas uma ferramenta que aproxime a oferta da demanda, e passe mais a ser uma verdadeira prestadora do serviço, maiores são as chances de haver a responsabilidade solidária.

Em verdade, os conflitos regulatórios acerca das plataformas que operam na economia compartilhada existem também noutros países. Na Europa, vários tribunais ou municípios e agências governamentais baniram o UberPop, recentemente renomeado UberX (PODSZUN, 2015, p. 59-60). Alguns tribunais tedescos (como os de Hamburgo e Berlim), decidiram que o UberPop não cumpria os requisitos de licenciamento para serviços de táxi trazido pelas normas de transportes de passageiros (DI AMATO, 2016, p. 177-190).

O que se vê, na prática, é a adoção de posturas mais agressivas por parte das plataformas digitais, que iniciam suas atividades na clandestinidade (no sentido de não haver regulamentação), contando com a inércia do legislativo e com a aceitação social, de forma que, posteriormente, se torne muito difícil retirar esses serviços do mercado. Assim, a resolução dos conflitos por vias extrajudiciais parece ser uma alternativa adequada em face do cenário atual da questão, podendo trazer uma solução consensual (e possível) sobre os conflitos.

### 3 O CONSUMIDOR É UM UTILITARISTA EM FACE DA ETICIDADE REGULATÓRIA DA ECONOMIA COMPARTILHADA?

Como se verificou até aqui, o fenômeno da economia compartilhada é uma realidade em vários lugares do mundo, trazendo indiscutíveis facilidades ao consumidor de bens e serviços e racionalidade no uso de bens de consumo, ressignificando-os. Ocorre, que existem inúmeros e inconclusos problemas regulatórios na atuação das plataformas digitais e a partir disso surge uma indagação: o consumidor em geral tende a adotar uma conduta utilitarista e impassível às múltiplas discussões éticas acerca da economia compartilhada?

Em interessante artigo científico publicado na *Brooklin Law Review*, Hayat (2018, p. 613-646) aborda o tema da economia de compartilhamento no segmento das hospedagens e atesta que determinados anfitriões da plataforma “Airbnb” discriminavam hóspedes por questões de cor (no caso, negros), o que teria levado a plataforma a investir posteriormente cerca de cinco milhões de dólares por um anúncio de trinta segundos no intervalo do Super Bowl de 2017, trazendo a mensagem “#weaccept”, com uma publicidade entoando uma melodia edificante e a montagem de rostos de pessoas de diferentes nacionalidades. Ainda segundo o estudo, alguns anfitriões admitem abertamente que não aceitam negros e se fundamentam no fato do título II do Civil Right Act, de 1964, prever a proibição da discriminação apenas em acomodações “públicas”.

Em razão do flagrante racismo que ainda vige na sociedade norte-americana, é natural que as práticas comerciais o levem consigo, porém, as relações jurídicas sujeitas ao regime da economia compartilhada ainda demonstram certa fragilidade no enfrentamento destas questões sociais, quando incorporadas em sua dinâmica.

Outro exemplo que reforça a necessidade de melhor regulação é o do transporte de passageiros, que além da difícil resolução dos direitos trabalhistas dos motoristas e da questão da segurança dos passageiros (em face do relaxamento na verificação dos antecedentes de seus colaboradores), absorve denúncias de discriminação contra pessoas com deficiência.

Na esteira do pensamento de Magalhães (2019, p. 20), ao abordar a questão do uber e as repercussões da economia compartilhada no segmento do setor de transportes, é importante que a regulação “seja qual for o escopo de sua atuação (sanar falhas de mercado, defender a concorrência ou promover políticas sociais), deve atentar para o interesse coletivo”.

A propósito, em artigo científico publicado na *Washington Law Review* (ALONI, 2016, p. 1397-1460), pontuou-se que algumas pessoas temem que as práticas de P2P prejudiquem a proteção contra a discriminação (tanto em desfavor dos consumidores quanto para os trabalhadores), exemplificando que a plataforma Uber violou a Lei dos Americanos Portadores de Deficiência por não fornecer acomodações razoáveis para este segmento de passageiros.

Tais constatações nos levam a crer que a despeito da publicidade destas plataformas destacar expressões como “compartilhamento” e “colaboração”, em verdade, há menos altruísmo e mais busca por ganho financeiro, e isso não veicula nenhuma novidade.

No entanto, em que pese a constatação de que a força motriz das relações de consumo (ao menos sob o ponto de vista do fornecedor) é a procura por ganhos de capital, não é demais lembrar a reflexão de Bauman em sua obra “a ética é possível num mundo de consumidores?” (2011, p. 148):

O objetivo do Estado Social na sociedade de consumidores, assim como na sociedade de produtores, é defender a sociedade contra o “dano colateral” que o princípio guia da vida causaria caso não fosse monitorado, controlado e constrangido. Esse Estado foi indicado para proteger a sociedade da multiplicação de fileiras de “vítimas colaterais” do consumismo – os excluídos, os desterrados, as subclasses. Sua tarefa é resguardar a solidariedade humana da erosão e proteger o sentimento de responsabilidade ético do desvanecimento.

Em que pesem as inúmeras críticas ao uso das plataformas digitais no âmbito da economia compartilhada, tem-se que as plataformas “Uber” e “Airbnb” estavam avaliadas, em agosto de 2016, em sessenta e oito bilhões de dólares e trinta bilhões de dólares (respectivamente), ao passo que a tradicional rede de hotéis Marriott tinha, ao final de 2015, um valor de mercado de aproximadamente quinze bilhões de dólares (LAUGHLIN, 2017, p. 197-218), o que indica que o fenômeno da economia compartilhada vem crescendo e se consolidando apesar (ou seria “em razão”?) da crise regulatória em questão, fazendo o consumidor, por vezes, “ouvidos de mouco” às questões éticas que tangenciam as plataformas em questão.

No Brasil, é evidente que muitas das provocações judiciais e extrajudiciais em desfavor das plataformas digitais advêm dos próprios consumidores (individualmente considerados ou representados por

associações e pelo Ministério Público), no entanto, tal esforço pontual não tem se mostrado suficiente para conter a abrupta alavancagem deste novo segmento econômico, cujos resultados econômicos se revelam auspiciosos no cenário desregulatório em questão.

A propósito do caráter discriminatório que eventualmente pode se verificar na dinâmica das plataformas P2P, Kelley (2012) é enfática ao afirmar que na ponderação axiológica sobre os interesses em jogo no uso das plataformas, recomenda-se que os regulamentos garantam oportunidades iguais para usuários e provedores, de modo que, por vezes, a não intervenção estatal tem o condão de “impedir ou diminuir a participação de mulheres e minorias raciais na economia P2P. Particularmente, pessoas que se sentem inseguras - por exemplo, mulheres e pessoas trans”.

Voltando ao contexto da pandemia do COVID-19, a situação para muitas pessoas envolvidas com o segmento da economia P2P é dramática, de modo que a desregulamentação não atende ao pluralismo de demandas que orbita esse novo segmento das relações sociais, sujeitando o consumidor às dificuldades multivetoriais advindas da consolidação das plataformas digitais no âmbito da economia de compartilhamento.

#### 4 CONCLUSÃO

Como visto, o compartilhamento é uma nova forma de consumo, inaugurada em caráter sistemático pelas pessoas no século XXI, porém, ainda existem muitos desafios a serem desvendados, dentre os quais a responsabilidade das plataformas digitais, que, apesar de não haver regulamentação legal em nível nacional, parece caminhar para uma solução razoável (qual seja, a de que a análise da responsabilidade da plataforma digital deve se dá de acordo com a sua quantidade de intervenção na relação de consumo, isto é, quanto mais a plataforma interfere, no sentido de concretizar o negócio entre as partes, mais propício ela estará de responder de forma solidária por eventuais vícios).

O compartilhamento de bens e serviços é uma tendência que ainda vai ganhar muito espaço no direito do consumidor no Brasil, sobretudo porque esta nova organização impulsiona a economia através de características como o baixo custo, a facilidade de manuseio, a celeridade das transações *etc.* Destacou-se, ainda, a importância do princípio da confiança na economia compartilhada, que se manifesta através do aprimoramento do mecanismo de *feedbacks* de pessoas que já se utilizaram o serviço.

Extraiu-se que enquanto o Congresso Nacional não normatizar o consumo compartilhado em seus variados aspectos, haverá espaço para a criatividade de soluções nas searas (por vezes, conflitantes) judicial e extrajudicial de disputas e, por fim, em relação à confirmação da hipótese proposta no começo do estudo (qual seja, a de que o consumidor em geral tende a adotar uma conduta utilitarista e impassível às múltiplas discussões éticas que visam regular o fenômeno da economia compartilhada), tem-se que ela foi confirmada, considerando que o desenvolvimento das plataformas digitais de economia P2P tem ocorrido à margem de obstáculos éticos impostos (pontualmente, registre-se) pelos consumidores, sendo incapazes de obstar o incremento de tais atividades (a par dos problemas que vem trazendo a determinadas categorias de pessoas).

Em verdade, convém registrar que o aprofundamento da estrutura da economia P2P não traz “novos” problemas, haja vista que a fragilidade das relações de emprego, o racismo, a justa distribuição de renda, as discriminações de gênero e a regulação do direito de propriedade são questões que lhe precedem. Em nosso sentir, a regulação da matéria se mostra relevante para não agudizar tais problemas em relação ao consumidor, que aprioristicamente é considerado um vulnerável.

## REFERÊNCIAS

ALONI, Erez. Plurazing the Sharing Economy. *Washington Law Review*, v. 91, 2016.

BERGER, Jonah. *O poder da influência: as forças invisíveis que moldam nosso comportamento*. Tradução de Cristina Yamagami. São Paulo: Hsm, 2017.

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

BOUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Arte e comunicações, 2014, p.16. ISBN:878-872-44-1521-5.

BRASIL. *Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990*. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>.

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

DAVIS, J. Dirija por seu próprio risco: o Uber viola as leis de concorrência desleal ao enganar Uberx Drivers sobre sua cobertura de seguro. *Boston College Law Review*, 1097-1142, 2015.

DI AMATO, Alessio. Uber and the Sharing Economy. *Italian Law Journal*, v. 2, Issue 1, 2016.

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

HAYAT, Norrinda Brown. Accommodating Bias in the Sharing Economy. *Brooklin Law Review*, v. 83, Issue 2, 2018.

HEINRICHS, H. *Sharing economy*: a potential new pathway to sustainability. *Gaia* 22, 2013, 228–231.

HOLANDA, Fábio Campelo Conrado de; FREITAS, Ana Virginia Porto de. Do “homo consumericus” ao ser bioético: a função social dos contratos de consumo sob o viés da proteção do meio ambiente. *Revista Brasileira de Direito Animal*, Salvador, v. 15, n. 1, 2020.

HOLANDA, Fábio Campelo Conrado de; NASCIMENTO, Maria Lúcia Falcão. O direito do consumidor à informação e as nanotecnologias: os novos hipervulneráveis. *Revista Jurídica da Unif7*, Fortaleza, v. 16, n. 2, jul./dez. 2019.

KATZ, Vanessa. Regulating the Sharing Economy Cynerlaw. *Berkeley Technology Law Journal*, v. 30, n. 1, p. 1070. 2015.

KELLEY, Lauren. *A economia de compartilhamento é segura para as mulheres?* Acesso em: 24 de julho de 2012, <<http://www.shareable.net/blog/is-the-sharing-economy-safe-for-women>> [<http://perma.cc/MJ98-GG4S>]; Mary Emily O'Hara, motorista de Lyft, acusada de ameaçar a ativista Monica Jones em Transphobic Post, THE DAILY DOT (28 de fevereiro de 2016), <http://www.dailydot.com/irl/lyft-driver-monica-jones-location-facebook/> [<https://perma.cc/Y4Y2-5FXX>].

KONRAD, A., Mac, R., 2014. *Airbnb cofounders to become first sharing economy billionaires as company nears \$10 billion valuation*. [Online]. Forbes Available <<http://www.forbes.com/sites/alexkonrad/2014/03/20/airbnb-cofounders-are-billionaires/>> [Accessed 20th October 2015].

LAUGHLIN, Carissa. Arbitration Clause Issue in Sharing Economy Contracts. *Journal of Dispute Resolution*, Issue 1, 2017, p. 197-218.

LIPOVETSKY, Gilles. *A Felicidade Paradoxal: Ensaio Sobre a Sociedade do Hiperconsumo*. Lisboa: 2010.

MAGALHAES, Joao Marcelo Rego; CAMINHA, Uinie. O Uber e a reinvenção do Direito Administrativo: os novos horizontes da regulação das atividades econômicas. *Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM*, Santa Maria, RS, v. 14, n. 1, e32560, jan./abr. 2019. ISSN 1981-3694. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/revistadireito/article/view/32560>> Acesso em: dia mês. ano. doi: <<http://dx.doi.org/10.5902/1981369432560>>.

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

MARTINS, Guilherme. *Contratos eletrônicos de consumo*. 3. ed. revisada, atualizada e ampliada. São Paulo: Atlas, 2016.

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

PODSZUN, R. 'UBER - Um Desafio Regulatório Pan-Europeu'. *Journal of European Consumer and Market Law*, 2015.

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

SCHOR, J., 2014. *Debating the sharing economy Available*. <<http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>> [Accessed 19th January 2015].

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

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

<<http://www.camara.leg.br/buscaProposicoesWeb/resultadoPesquisa?numero=&ano=&autor=&inteiroTeor=economia+compartilhada&emtramitacao=Todas&tipoproposicao=%5BPL+Projeto+de+Lei%5D&data=13/12/2018&page=false>>. Disponível em: <<http://revolucao-industrial.info/>>.