

MARCELO LEONARDO DE MELO SIMPLÍCIO

A REVOLUÇÃO DO ACESSO:
Propriedade e Contrato
na Era Digital

2026

Capítulo 3

UMA REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E AS NOVAS RELAÇÕES PATRIMONIAIS

Observados, no capítulo anterior, os contornos históricos, sociais e jurídicos dos tradicionais e novos paradigmas das relações jurídicas patrimoniais, ou seja, as condições originais do estado de coisas enfrentado nesta pesquisa, agora passa-se a analisar o fenômeno do impacto da internet como principal agente de transformação do paradigma usado como ponto de partida para o estudo.

3.1. A INTERNET E A SOCIEDADE INFORMACIONAL

Bruno Bioni destaca que a sociedade vem evoluindo por vários modelos distintos ao longo dos séculos. Da “sociedade agrícola”, cuja fonte de riqueza era oriunda da terra, passamos à “sociedade industrial”, pautada na produção de riqueza fabril, ancorada nas máquinas a vapor e eletricidade. Posteriormente, sobretudo, após a Segunda Guerra Mundial, conseguimos modelar uma “sociedade pós-industrial”, pautada na prestação de serviços como novo motor da economia. Atualmente, a sociedade já se encontra modelada em nova forma organizacional, cujo foco central para o desenvolvimento da economia reside na informação, daí ser denominada, por alguns, de “sociedade da informação”, cujas ferramentas são a computação eletrônica e a internet.¹

Embora a internet tenha germinado no início da década de 1960, e uma rede de computadores, a *ARPA – Advanced Research Projects Agency*, tenha sido formada no Departamento de Defesa dos Estados Unidos, em 1969, com o objetivo de fomentar pesquisas, sobretudo,

1. BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 3-5.

no mundo universitário, foi somente em 1995 que a Internet floresceu mundo afora.²

Esse avanço foi tão grande que Castells chega a afirmar que “a Internet é o tecido de nossas vidas”, comparando-a ao que foi a eletricidade ou motor elétrico na Era Industrial, em razão de sua penetração por praticamente todas as atividades humanas. Nesse sentido, o autor alega que a “internet passou a ser a base tecnológica para a formação organizacional da Era da Informação: a rede”, que seria um “conjunto de nós interconectados”, atualmente energizados pela internet e propagando, de forma ubíqua, uma quantidade infundável de informação.³

Para Jeremy Rifkin, a “internet é a rede das redes,” e o fato mais espantoso para os estudiosos do assunto, acostumados com a noção tradicional de um mundo permeado pela propriedade, é que ela não é uma coisa, nem uma entidade e sequer tem um proprietário.⁴

Nesse novo cenário, o uso da internet tornou-se fonte decisiva de competitividade para todos os tipos de negócio. Essa transformação, atualmente, “permeia o sistema econômico em sua totalidade, e afeta todos os processos de criação, de troca e de distribuição de valor”,⁵ trazendo uma grande redução dos custos de transação.⁶

O fato é que essa nova estruturação social, seja semanticamente virtual, digital, informacional ou em redes, como vem se debruçando a doutrina, tem um ponto em comum que é o uso das tecnologias da

-
2. CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Revisão de Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
 3. CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Revisão de Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. p. 7.
 4. RIFKIN, Jeremy. **A era do acesso**. Tradução de Maria Lucia G. L. Rosa. Revisão técnica de Equipe Makron Books de Treinamento. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001. p. 14.
 5. CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Revisão de Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. p. 56- 57.
 6. “Em apertada síntese, poderíamos dizer que os custos de transação são aqueles nos quais incorrem as partes para chegar a um acordo, e que influenciam todas as condutas racionalmente orientadas...A tecnologia digital e especificamente a Internet exercem um tremendo impacto na diminuição dos custos de pesquisa de mercado e de celebração de contratos, o que explica a sua rápida e grande difusão em escala global.” LORENZETTI, Ricardo L. **Comércio eletrônico**. Tradução de Fabiano Menke, Notas de Cláudia Lima Marques. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004.

informação e comunicação (TICs), propiciado sobretudo pelo advento global da internet e pela ubiquidade das interações dela decorrentes, amplificadas atualmente pelos smartphones, companheiros inseparáveis do ser humano deste início de século. Esse novo estado de coisas tem estabelecido dinâmicas diferentes para a geração e circulação de riquezas,⁷ sob as teias de uma economia “interconectada por um sistema nervoso eletrônico”,⁸ que tem transformado em ritmo acelerado as mais diversas relações socioeconômicas.

Para se ter uma ideia do impacto da internet na vida das pessoas, dados do *Digital 2021 Reports*,⁹ de janeiro de 2021, indicam que 160 milhões de brasileiros usam internet, correspondendo a 75% da população, dos quais 96,1% acessam a rede por meio de dispositivos móveis, com uma taxa de crescimento anual de 6,4% (9,6 milhões de pessoas), uma média de uso diário de, aproximadamente, 10 horas, das pessoas entre 16 e 64 anos.

Em busca de uma compreensão do fenômeno, Bruno Miragem¹⁰ resgata as expressões “destruição criativa”, cunhada por Joseph Schumpeter, e “disrupção” ou “inovação disruptiva”, oriunda de Clayton Christesen, como representação de transformações dos tradicionais modelos de mercado em novas e dinâmicas opções, que passam, por consequência, a desafiar a aplicação das tradicionais categorias jurídicas.

Na década de 2000, houve uma convergência tecnológica entre internet, comunicação sem fio e várias aplicações que multiplicaram as possibilidades e oportunidades de uso da internet. O compartilhamento de documentos, como textos, áudio e vídeo, tornou-se ilimitado e ampliou, substancialmente, a capacidade de comunicação e difusão de produtos culturais e bens digitais¹¹ de forma online (filmes, música, revistas, livros, artigos, jogos, notícias etc.), fazendo com que a circulação

-
7. BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020.
 8. CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges; Revisão de Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. p. 57.
 9. DIGITAL 2021: Brasil. **Datareportal**. 11 fev. 2021. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-brazil>. Acesso em: 14 abr. 2021.
 10. MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 125, p. 18, 2019.
 11. LACERDA, Bruno Torquato Zampier. **Bens digitais**. São Paulo: Editora Foco Jurídico, 2017.

de informação, produtos e serviços fosse possibilitada em qualquer lugar e a qualquer momento, transformando a “virtualidade em uma dimensão fundamental da nossa realidade”.¹²

Nesse sentido, Byung-Chul Han afirma que a tela digital vem determinando as nossas interações com o mundo, nos afastando da realidade e das coisas tangíveis. Em na sua visão, o mundo contemporâneo encontra-se progressivamente “desrealizado, descoisificado e descorporificado”.¹³

3.2. AS NOVAS RELAÇÕES PATRIMONIAIS NA ERA DO ACESSO E COMPARTILHAMENTO

Como observa Jeremy Rifkin,¹⁴ se a Era Industrial foi marcada pelo acúmulo de propriedade, a era iniciada com as possibilidades abertas pela internet valoriza “formas intangíveis de poder vinculadas a conjuntos de informações e ativos intelectuais”. Assim, produtos tangíveis, outrora usados como “medida de riqueza no mundo industrial, estão se desmaterializando”, a exemplo do próprio dinheiro.

Esse ambiente de desmaterialização das relações patrimoniais¹⁵ demanda maior atenção dos estudiosos e justifica a análise de tal fenômeno para que se tenha um suporte teórico para as decisões judiciais que enfrentarão cada vez mais o tema. Afinal, a ciência jurídica não deve se afastar da realidade social, sob pena de entrar em crise.¹⁶ Por isso, é imprescindível e urgente o aprimoramento das pesquisas sobre as relações patrimoniais impactadas pelas novas tecnologias, pois, em

12. CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer. 20. ed. rev. e ampl. São Paulo: Paz e Terra, 2019. p. 19-23. (A era da informação: economia, sociedade e cultura, v. 1).

13. HAN, Byung-Chul. **Não-coisas**: reviravoltas da vida. Tradução de Rafael Rodrigues Garcia. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2022. p. 97.

14. RIFKIN, Jeremy. **A era do acesso**. Tradução: Maria Lucia G. L. Rosa. Revisão técnica: Equipe Makron Books de Treinamento. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001. p. 25 e 29.

15. LACERDA, 2017, p. 57.

16. BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais**: a função e os limites do consentimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020, p. 28.

vários setores, os mercados estão cedendo lugares às redes, e a noção de propriedade está sendo substituída pelo acesso.¹⁷

Até o final do século passado, Jeremy Rifkin lembra que a sensação era a de que o mundo havia sido “inundado pelo capital físico e pelos bens de consumo, e toda a sociedade estava nadando em um mar de propriedade privada”.¹⁸ Porém, no cenário disruptivo dos nossos dias, o mesmo autor alega que “ter, guardar, acumular, em uma economia em que a mudança, em si, é a única constante, faz cada vez menos sentido”, visto que a propriedade seria uma instituição lenta demais para se ajustar à nova velocidade de uma cultura dinâmica, pautada mais no acesso a bens do que na propriedade sobre eles.¹⁹ Assim, por essa visão, o acesso vem se tornando um privilégio ao passo que a propriedade exclusiva tem sido vista como um fardo.²⁰

De fato, como alerta Byung-Chul Han, a velha máxima do ter (quanto mais eu tenho, mais eu sou) vem cedendo espaço para a nova máxima da vivência (quanto mais eu vivencio, mais eu sou). Muitas dessas vivências são proporcionadas por acessos e não pela apropriação de algo. Por exemplo, um *e-book* não é uma coisa, mas um conjunto de informações. Mesmo que alguém “o tenha”, não é uma relação tipicamente de propriedade, mas de acesso.²¹

Dessa forma, aproveitando-se das conexões tecnológicas no meio social, aos poucos foi surgindo uma nova cultura de compartilhamento à medida que as pessoas têm optado, de forma recorrente, por tornar seus bens, como casas, apartamentos, carros e bicicletas, acessíveis a outras pessoas. Nesse ambiente, por meio de um número crescente de intermediários digitais, a capacidade de encontrar parceiros de

17. RIFKIN, Jeremy. **A era do acesso**. Tradução: Maria Lucia G. L. Rosa. Revisão técnica: Equipe Makron Books de Treinamento. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001, p. 4.

18. *Ibid.*, p. 68.

19. *Ibid.*, p. 5.

20. BOTSMAN, Rachel, ROGERS Roo. **O que é meu é seu**: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Tradução de Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011.

21. HAN, Byung-Chul. **Não-coisas**: reviravoltas da vida. Tradução de Rafael Rodrigues Garcia. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2022. p. 31 e 38.

compartilhamento, em todo o mundo, tornou-se possível e cada vez mais generalizada.²²

Carlos Afonso P. de Souza e Ronaldo Lemos alertam que “a aquisição de bens e a contratação de serviços de forma permanente dá lugar ao seu uso e prestação apenas quando necessário” gerando uma nova lógica de apropriação e utilização de bens, que podem ter um maior aproveitamento com a redução do tempo ocioso por meio de compartilhamento mediado pelas novas tecnologias, conferindo uma maior função social à propriedade.²³

Essa cultura, denominada geralmente como “economia compartilhada”, tanto na prática quanto na academia, contribuiu para mudanças no comportamento das pessoas,²⁴ de modo que foi apontada pela revista *Time*, de 17 de março de 2011, como uma das dez ideias que iriam mudar o mundo.²⁵ Portanto, verifica-se que o fenômeno vem sendo observado no mundo inteiro, tanto que uma busca no *Google* sobre o termo aberto *sharing economy* retornou, aproximadamente, 899.000.000 de resultados e 5.310.000 para os operadores fechados “*sharing economy*”, em outubro de 2021.²⁶

Como observa Joana Campos Carvalho,²⁷ o *Oxford Dictionaries* inseriu, pela primeira vez, a definição de *sharing economy*, em 2015, descrevendo-a, atualmente, nos seguintes termos: “*an economic system*

-
22. BUCHER, Eliane; FIESELER, Christian; LU TZ, Christoph. What is mine is yours (for nominal fee). Exploring the spectrum of utilitarian altruistic motives for Internet-mediated sharing. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 62, p. 316-326, 2016.
 23. SOUZA, Carlos Affonso Pereira de.; LEMOS, Ronaldo. Aspectos jurídicos da economia do compartilhamento: função social e tutela da confiança. In: ZANATTA, R. A. F.; PEDRO, C. B. de.; KIRA, B. (org.). **Economias do compartilhamento e o direito**. Curitiba: Juruá, 2017. p. 62-63 e 67.
 24. ZHANG, T.C.; GU, Huimin; JAHROMI, M. F. What makes the sharing economy successful? An empirical examination of competitive customer value propositions. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 95, p. 275 - 283, jun. 2019.
 25. WALSH, Bryan. **Sharing: today’s smart choice: don’t own. Share**. 10 ideas that will change the world. 17 mar. 2011. Disponível em: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html . Acesso em: 01 set. 2020.
 26. [Busca no Google]. Disponível em: <https://www.google.com/search?q=sharing+economy-&oq=sharing+eco&aqs=chrome.69j69i57j0i512l4j0i22i30l4.7202j1j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8>. Acesso em: 11 out. 2021.
 27. CARVALHO, Joana Campos. A proteção do consumidor na sharing Economy. In: FERREIRA, Carlos de Almeida.; RODRIGUES, Luís Silveira Rodrigues; PORTUGAL, Maria Cristina; MORGADO, Jorge; PEGADO, Jorge Liz; CABRAL, Graça. **Estudos de Direito do Consumidor em homenagem a Manuel Cabeçadas Ataíde Ferreira**. Lisboa: Deco, 2016. p. 297.

in which people can share possessions, services etc., usually by means of the internet. The sharing economy lets people turn a quick profit by renting out rooms, cars or even washing machines".²⁸

Fábio Schwartz afirma que esse novo sistema econômico, não mais baseado na aquisição de propriedade, mas no acesso temporário tem reinventado as tradicionais maneiras de aproveitamento da posse, como locação e comodato, sendo certo que se caracteriza atualmente “como o conjunto de serviços que permite aos proprietários de recursos específicos torná-los disponíveis para outros indivíduos que desejam apenas usufruí-los”.²⁹

Dennis Verbicaro e Nicolas Malcher Pedrosa definem esse fenômeno como um “sistema econômico que fomenta a interação, através de plataformas digitais, de usuários-consumidores a usuários-fornecedores dispostos a compartilhar bens e serviços ociosos ou subutilizados com base na confiança e na reputação”.³⁰ Dessa forma, os autores entendem que esse novo sistema econômico acaba promovendo uma cultura de satisfação das necessidades humanas por meio do uso e não da apropriação das coisas.

Contudo, como alerta Rafael Zanatta,³¹ não existe ainda um consenso sobre o exato termo que represente o fenômeno, tanto que são encontradas menções como “economia de compartilhamento”, “economia compartilhada”, “consumo colaborativo”, “economias de compartilhamento”, dentre outros. Juliet Schor³² vai mais fundo e afirma que

-
28. ECONOMIA Compartilhada. **Oxford Learner's Dictionaries**. Disponível em: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/sharing-economy?q=sharing+economy>. Acesso em: 24 out 2021.
 29. SCHWARTZ, Fabio. Revisitando a economia compartilhada e a responsabilidade do fornecedor fiduciário. In: SCHWARTZ, Fabio Garcia Leonardo (coord.). **Economia compartilhada: tópicos fundamentais**. 1. ed. Belo Horizonte; São Paulo: D'Plácido, 2020, p. 200.
 30. VERBICARO, Dennis; PEDROSA, Nicolas Malcher. O impacto da economia de compartilhamento na sociedade de consumo e seus desafios regulatórios. In: GARCIA, Leonardo Fábio Schwartz (coord.). **Economia compartilhada: tópicos fundamentais**. 1. ed. Belo Horizonte; São Paulo: D'Plácido, 2020, p. 65.
 31. ZANATTA, Rafael A. F. Economias do compartilhamento: superando um problema conceitual. In: ZANATTA, R. A. F.; PEDRO, C. B. de.; KIRA, B. (org.). **Economias do compartilhamento e o direito**. Curitiba: Juruá, 2017. p. 79-106.
 32. SCHOR, Juliet. Debating the share economy. Out. 2014. Great Transition Initiative. **Toward a transformative vision and praxis**. Tradução livre para “Coming up with a solid definition of the sharing economy that reflects common usage is nearly impossible”. Disponível em <https://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>. acesso em: 23 out 2021.

“trazer uma definição sólida de economia do compartilhamento, que reflita o uso comum, é praticamente impossível”, diante da grande diversidade de atividades existentes.

Por óbvio, o foco da presente pesquisa não consiste em enfrentar esse aspecto do fenômeno, mas detectar um ponto de partida para verificar as consequências, sobretudo jurídicas, decorrentes da mudança de paradigma. Assim, optou-se por seguir o caminho de Zanatta, ao afirmar que o “pivô dessa transformação é uma mudança cultural provocada pela conectividade das redes, uma prevalência do acesso a produtos e serviços em detrimento da propriedade”³³ e, por fim, defende o uso do termo “economias do compartilhamento”, em sentido amplo, como “sistemas socioeconômicos mediados por tecnologia de informação direcionados ao compartilhamento de recursos para fins de consumo ou de produção”,³⁴ apresentando essas economias, em comum, a existência de “um *medium* humanamente construído, uma plataforma que reduz custos de transação e cria um arranjo institucional facilitador dessas relações sociais por atos comunicacionais”³⁵.

Em paralelo, também mostrando incômodo com a ausência de consensos ou mesmo de abrangência dos vários termos usados, Priscilla Meneses da Silva,³⁶ revela que o fenômeno do compartilhamento ganhou maiores contornos após a crise financeira de 2008 nos Estados Unidos,³⁷ quando houve níveis elevadíssimos de desemprego e a preocupação, ou mesmo necessidade, de um consumo mais colaborativo e sustentável de bens ociosos, que, por um lado, poderiam gerar o aumento na renda das pessoas e, por outro, o desnecessário desembolso de quantias elevadas para aquisição de algo que não teria um uso tão intenso. Tudo isso ocorreu justamente na década em que houve o surgimento das plataformas e aplicativos digitais, que serviram como o catalizador perfeito para os interessados em acessar e compartilhar bens e serviços com custos de transação drasticamente reduzidos.

33. ZANATTA, 2017, p. 89.

34. *Ibid.*, p. 80.

35. *Ibid.*, p. 99.

36. SILVA, Priscilla Menezes da. Cada coisa em seu lugar: uma proposta de taxionomia para as economias compartilhadas e colaborativa. *In*: SCHWARTZ, F. L.G. (coord.). **Economia compartilhada: tópicos fundamentais**. 1. ed. Belo Horizonte, São Paulo: D´Plácido, 2020.

37. ZANATTA, 2017. p. 88.

Essa mudança cultural, obviamente, não passou incólume às críticas e resistências de setores tradicionais, como é o caso dos taxistas e redes hoteleiras, que ainda pressionam politicamente por maior regulação do setor, tendo ocorrido em todo o Brasil inúmeros debates legislativos, sobretudo no âmbito municipal, acerca da criação de barreiras para empresas como a Uber, por exemplo.³⁸ A questão dos transportes por aplicativo chegou ao Congresso Nacional, que, por meio da Lei 13.640/2018³⁹ estabeleceu critérios e competência aos municípios e Distrito Federal para regulamentar e fiscalizar esses serviços. Já o Supremo Tribunal Federal – STF, em 2019, entendeu, por unanimidade, que a proibição ou a restrição da atividade representa violação aos princípios constitucionais da livre iniciativa e concorrência.⁴⁰

Esclarecidos os pontos acima suscitados, já em 2015, as economias de compartilhamento passaram a ser vistas como atividades lucrativas que envolvem milhões de usuários e constituem uma tendência atrativa para investimentos, com estimativas de que as receitas do setor podem chegar a 335 bilhões de dólares até 2025.⁴¹

Um dos gatilhos usados para o crescimento da ideia reside no hábito que as pessoas têm, em inúmeras situações, de efetuar gastos elevados para ter a propriedade de um bem que usará raríssimas vezes, como uma furadeira. Ilustrando a situação, Rachel Bostman e Roo Gogers,⁴² afirmam que a maioria das pessoas, provavelmente, usará uma furadeira elétrica por alguns minutos durante toda a sua vida útil, mas, ainda assim, praticamente metade dos domicílios nos EUA comprou a sua

38. VERBICARO, Dennis; PEDROSA, Nicolas Malcher. O impacto da economia de compartilhamento na sociedade de consumo e seus desafios regulatórios. In: SCHWARTZ, F. L. G. (coord.). Economia compartilhada: tópicos fundamentais. 1. ed. Belo Horizonte; São Paulo: D'Plácido, 2020, p. 70.

39. BRASIL. **Lei nº 13.640, de 26 março de 2018**. Altera a Lei nº 12.587, de 3 de janeiro de 2012, para regulamentar o transporte remunerado privado individual de passageiros. Brasília, DF: Presidência da República, 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2018/lei/l13640.htm. Acesso em: 23 out. 2021.

40. STF CONSIDERA inconstitucional proibição por lei municipal de transporte individual por aplicativos. **Supremo Tribunal Federal**. 08 maio 2019. Disponível em: <http://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=410556>. 30 ago. 2021.

41. PRICEWATERHOUSECOOPERS (PWC). **The sharing economy**. 2015. Disponível em: https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf. Acesso em: 20 ago. 2020.

42. BOSTMAN, Rachel, ROGERS Roo. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Tradução de Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011.

própria furadeira elétrica, pois existem, aproximadamente, 50 milhões de furadeiras em casas americanas acumulando poeira, o que não faz nenhum sentido, já que a verdadeira necessidade das pessoas é ter um buraco na parede e não mais um objeto para ocupar espaço demais em casa.

Por isso, o compartilhamento passou a ser uma opção extremamente interessante para aqueles que não desejam investir em algo que será utilizado com rara frequência, abrindo uma via de mão dupla capaz de gerar renda extra para muitas pessoas dispostas a compartilhar bens e, por outro lado, uma economia para aqueles que não precisam mais adquirir algo sem tanta utilização. Nesse rumo, especialistas estimam que tal modelo econômico tem potencial para contribuir com mais de 30% do PIB brasileiro a longo prazo.⁴³

Por outro aspecto, a ideia do compartilhamento como uma nova forma de consumir⁴⁴ foi fortalecida também pela ótica ambiental, pois o aquecimento global, o aumento dos preços dos combustíveis e o aumento da poluição são fatores que estimulam o compartilhamento de bens proporcionado por um consumo colaborativo.⁴⁵ Dessa maneira, a produção de bens pode ser reduzida na medida em que o ciclo de vida dos produtos é ampliado com a sua utilização comum por várias pessoas.⁴⁶

O compartilhamento de um veículo, por exemplo, reduz a necessidade de aquisição e circulação de outros, gerando um benefício para

43. SILVA, Cleide. De camas a brinquedos, no Brasil já é possível alugar quase tudo. **Estadão**. 22 maio 2021. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,de-camas-a-brinquedos-no-brasil-ja-e-possivel-alugar-quase-tudo,70003723113>. Acesso em: 23 maio 2021.

44. “É comércio, é consumo, é uma maneira nova de consumir”. MARQUES, Cláudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. *In*: MARQUES, Cláudia Lima...[et al.]. **Contratos de serviços em tempos digitais**: contribuição para uma nova teoria geral dos serviços e princípios de proteção dos consumidores. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 365.

45. BELK, Russell. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. **Journal of Business Research**, [s. l.], v. 67, n. 8, p. 1595–1600, aug. 2014.

46. 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.

toda a sociedade.⁴⁷ Nesse ponto, vale observar que a prática de compartilhamento de carros tem atraído tantos holofotes que até mesmo as grandes fabricantes como a Mercedes, BMW e Volkswagen criaram programas de compartilhamento de veículos.⁴⁸ O chamado carro por assinatura ganhou fôlego também no mercado brasileiro em 2021, pois com a influência da pandemia do coronavírus, o setor automobilístico sofreu drásticos impactos, e os consumidores buscaram formas mais práticas e menos caras de desfrutar um automóvel em boas condições, sem aprovações de financiamentos e gastos como seguro, licenciamento e IPVA, por exemplo. Atualmente, Fiat, Ford, Jeep, Renault e Volkswagen já contam com serviços de assinatura.⁴⁹

No Brasil, o mercado imobiliário também recebeu negócios inovadores que se distanciam da tradicional compra e venda e até mesmo da locação, como é o caso do *Housi*,⁵⁰ que oferece imóveis por assinatura, por meio da qual o cliente paga um valor específico e tem um leque grande de opções de imóveis para utilizar, já mobiliados, com internet, tv, gás e serviços de limpeza, por exemplo. Nesses casos, o cliente pode ficar o tempo que desejar, um final de semana, um mês, um ano, e ainda pode escolher mudar de moradia para qualquer outra unidade que a empresa tenha disponível. Sem dúvida, é um novo paradigma para as tradicionais relações imobiliárias.

Nos Estados Unidos, já se tem notícia⁵¹ de empresa que compartilha roupas de luxo, a *Rent the Runway*, que entrou para a Bolsa *Nasdaq* em outubro de 2021. A empresa atua como plataforma de compartilhamento de roupas e acessórios de luxo, como bolsas e joias, proporcionando uma espécie de armário virtual na nuvem e possibilitando que as assinantes troquem suas escolhas várias vezes por mês, evitando

47. BOTSMAN, Rachel.; ROGERS Roo. **O que é meu é seu:** como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Tradução de Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011.

48. BELK, 2014.

49. PERONI, Jady. Carro por assinatura ou locação de veículos: entenda a diferença nos contratos. 17 set. 2021. **Estadão.** Disponível em: <https://jornaldocarro.estadao.com.br/carros/carro-por-assinatura-ou-locacao-de-veiculos-entenda-a-diferenca-dos-contratos/>. Acesso em: 18 set. 2021.

50. HOUSI. Disponível em: <https://housi.com>. Acesso em: 12 out. 2021.

51. CONHEÇA o site de assinatura de roupa de grife que entrou para a bolsa. **Estadão.** E-Investidor. Disponível em: <https://investidor.estadao.com.br/negocios/rent-the-runway-estreia-bolsa-ipo/>. Acesso em: 31 out 2021.

que gastem altos valores com uma roupa especial que somente seria usada uma ou duas vezes. Dentre as justificativas para o crescimento da empresa, foram citados fatos como a crescente opção pelo acesso em detrimento da compra, além do fato de estudos indicarem que 33% das mulheres consideram uma roupa velha depois de usá-la em menos de três ocasiões, sem falar que também consideram uma gafe ser fotografadas duas vezes com a mesma roupa, sobretudo, depois do advento das redes sociais. Por fim, a plataforma consegue proporcionar a marca dos sonhos para pessoas desprovidas de poder aquisitivo para efetuar a compra definitiva da roupa ou acessório.

Com efeito, as economias de compartilhamento chegaram ao ponto de englobar atividades econômicas bastante diversas, como locação (*Airbnb*), prestação de serviços com fins lucrativos (*Uber*) e presentes (*Freecycle*). As histórias de sucesso do *Airbnb* e *Uber*, mais especificamente, provocam um entusiasmo em torno da economia compartilhada, pois ambas as plataformas trilharam um caminho iniciado por uma pequena empresa que posteriormente se transformou numa corporação internacional multibilionária em menos de cinco anos.⁵² O *Airbnb*, por exemplo, está disponível em mais de 191 países.⁵³ O *Uber* em mais de 10.000 cidades e 69 países,⁵⁴ sendo que este, no terceiro trimestre de 2019, contabilizou 1.677 bilhões de viagens e acumulou reservas brutas da ordem de 15.756 bilhões de dólares.⁵⁵

Observa-se que várias empresas estão apresentando um crescimento exponencial no mundo, sem que, necessariamente, vendam coisas materiais, mantendo o foco num modelo de negócio, pelo menos indiretamente, atrelado ao compartilhamento. Por exemplo, *Facebook* e *Google* não produzem conteúdo, mas são as maiores do mundo em compartilhamento de conteúdo; *Spotify* não produz nenhuma música, mas é a maior em compartilhamento musical por *streaming*; *Uber* não

52. MARTIN, Chris J. The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? **Ecological Economics**, [s. l.], v. 121, p. 149-159, 2016.

53. CONHEÇA O AIRBNB. www.airbnb.com.br. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/d/howairbnbworks>. Acesso em: 04 set. 2020.

54. UBER INVESTOR. investor.uber.com. Disponível em: <https://investor.uber.com/home/default.aspx>. Acesso em: 04 set. 2020.

55. UBER ANNOUNCES RESULTS FOR SECOND QUARTER 2020. investor.uber.com. Disponível em <https://investor.uber.com/news-events/news/press-release-details/2020/Uber-Announces-Results-for-Second-Quarter-2020/default.aspx>. Acesso em 04 set. 2020.

possui carros, mas é o maior em transporte individual; *Airbnb* é a maior empresa de hospedagem, mas não investe em imóveis próprios.⁵⁶ Embora atuem em diferentes ramos, todas essas empresas apresentam em comum uma economia pautada em acesso e compartilhamento de bens ou serviços, muitas vezes com pagamentos diretos ou indiretos por meio de extração em dados pessoais como moeda de troca.⁵⁷

Fica evidente, nesse contexto, a transformação dos paradigmas patrimoniais e negociais,⁵⁸ com a conseqüentemente potencialidade de geração de demandas judiciais, o que justifica o interesse por pesquisas que possam delimitar a natureza jurídica dessas novas relações e até mesmo checar os litígios que vêm surgindo nos Tribunais de Justiça brasileiros.

Não se pretende aqui afirmar que a propriedade tradicional e exclusiva está deixando de existir - seria uma ingenuidade -, mas não se pode ignorar o fenômeno que vem se alastrando com as possibilidades ofertadas pela internet. Existe ainda um extenso fluxo de vendas *online*, mas, até mesmo nesse nicho, muitos produtos não são vendidos nos moldes clássicos de um contrato de compra e venda, a exemplo dos livros digitais. Imagine uma coleção de livros comprados na *Amazon*, por exemplo. O material pode ser doado, revendido, trocado, emprestado ou transmitido por ocasião da morte do suposto titular? A resposta sendo negativa,⁵⁹ põe-se em xeque a estrutura do direito de proprieda-

56. GUILHERMINO, Everilda Brandão. **A tutela das Multititularidades**: repensando os limites do direito de propriedade. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018. p.15.

57. “Nesse sentido é que se revela contrário à dignidade humana tudo aquilo que puder reduzir a pessoa (sujeito de direitos) à condição de objeto.” SCHREIBER, Anderson. **Direitos da personalidade**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 8.

58. CHERRY, Miriam A. The Sharing Economy and the Edges of Contract Law: Comparing U.S. and U.K. Approaches. **George Washington Law Review**, [s. l.], v. 85, n. 6, p. 1804-1845, nov.. 2017.

59. Karina Fritz explica que o Tribunal de Justiça Europeu proibiu a venda de e-books usados, sob o fundamento de que um livro impresso e um livro digital “não se equiparam do ponto de vista econômico e funcional. Enquanto um livro impresso se deteriora com o uso e sua revenda, em segunda mão, equivale a um produto efetivamente usado, o livro digital não sofre qualquer alteração com o uso e, quando revendido, trata-se de uma cópia perfeita da obra nova”, podendo, muitas vezes, ser baixado de maneira infinita. Daí, se concluir que as trocas dessas cópias “não requerer esforço nem custos adicionais, de modo que a existência de um mercado paralelo de segunda mão é suscetível de afetar o interesse dos titulares (de receber uma remuneração adequada por sua obra. FRITZ, Karina Nunes. **Jurisprudência comentada dos tribunais alemães**. Indaiatuba: Editora Foco, 2021. p. 10.

de, que vem caracterizado no CC/2002 como um feixe de faculdades de usar, gozar, dispor e reivindicar, aproximando a relação acima descrita mais de uma licença de uso perpétua do que de uma compra e venda propriamente enquadrada nas tradicionais relações jurídicas patrimoniais que moldaram, de forma sólida, o paradigma anterior.⁶⁰

Vale lembrar, por outro ângulo, que num país desigual como o Brasil, expressiva parte da população não possui meios de “ter”. Dessa forma, devemos lidar com dois mundos distintos, o da exclusão e o do acesso. Nesse antagonismo, a economia de compartilhamento pode ser um meio-termo para possibilitar o acesso de milhares de pessoas a bens caros cuja necessidade não justifica o custo de sua aquisição.

Curiosamente, na outra ponta, o compartilhamento se apresenta como a possibilidade de acesso ao máximo existencial, possibilitando a utilização de bens de luxo, como lanchas e carros de elite de forma compartilhada.⁶¹ Especificamente no mercado de carros de luxo brasileiro, entre os meses de janeiro e maio de 2021, as visitas a sites a partir da busca pelo termo “carro por assinatura” cresceram 458% em comparação com o mesmo período de 2020. Segundo a consultoria de inteligência de mercado *Similarweb*, foram realizadas 91,5 mil pesquisas no total.⁶²

De qualquer forma que se apresente, a ideia de acesso e compartilhamento vem ganhando holofotes crescentes e necessita, urgentemente, de maior compreensão para que os seus impactos jurídicos sejam adequadamente mensurados. Dando contornos mais técnicos ao

60. TERRA, Aline de Miranda Valverde.; OLIVA, Milena Donato, MEDO, Felipe. Cláusulas abusivas e a transmissão do acervo digital após morte do seu titular. **Migalhas**. 12 nov. 2020. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/336278/clausulas-abusivas-e-a-transmissao-do-acervo-digital-apos-a-morte-do-seu-titular>. Acesso em: 24 set. 2021.

61. MALTA, Ícaro. Nova geração de ricos faz as contas e prefere compartilhar casas de luxo e avião. **Estadão**. 6 jul. 2021. Disponível em: https://economia.estadao.com.br/noticias/negocios,nova-geracao-de-ricos-faz-as-contas-e-prefere-compartilhar-casas-de-luxo-e-avioes,70003770427?utm_source=estadao:app&utm_medium=noticia:compartilhamento?utm_source=estadao:app&utm_medium=noticia:compartilhamento. Acesso em: 16 jul. 2021.

62. AQUINO, Vagner. Carros de luxo por assinatura têm mensalidades de R\$20mil; veja lista. 11 out. 2021. Disponível em: <https://jornaldocarro.estadao.com.br/carros/carros-de-luxo-por-assinatura-tem-mensalidades-de-r-20-mil-veja-lista/>. Acesso em: 13 out. 2021.

tema, Cláudia Lima Marques⁶³ afirma que esse novo sistema negocial ocorre quando as pessoas “alugam, usam, trocam, doam, emprestam e compartilham bem, serviços, recursos ou commodities, de propriedade sua, geralmente com a ajuda de aplicativos de tecnologia on-line”, gerando relações pautadas na confiança ou mesmo na “hiperconfiança”, por meio geralmente de contratos onerosos ou gratuitos por uso de aplicativo, com pagamento de percentual para a parte denominada como “guardião da tecnologia” (*gatekeeper*),⁶⁴ que, muitas vezes, significa mais do que um simples facilitador ou intermediário tradicional de comércio físico, mas verdadeiro controlador e fornecedor do negócio.

Bruno Miragem, avaliando o fenômeno, afirma que, nesse novo modelo econômico, a contratação é feita por meio de uma plataforma digital com o objetivo de aproximar consumidores interessados em sua fruição e fornecedores que ofertem determinada prestação, sejam aqueles que prestam diretamente o serviço ou os que organizam e controlam a contratação, o pagamento e a execução.⁶⁵

Nesse ambiente, uma das características verificáveis é a pluralidade de atores e vínculos possibilitada pelo uso de aplicativos, nos quais os contratos são viabilizados e estruturados em torno do guardião. Parte do seu serviço consiste em usar suas conexões de rede para publicidade e avaliação das experiências dos usuários e fornecedores diretos, gerando um conjunto de informações recíprocas que acabam dando credibilidade às reputações dos usuários, fornecedores e à marca do guardião do negócio.⁶⁶

63. MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 9. ed. rev. e atual. São Paulo: Thomson Reuters Brasil; Revista dos Tribunais, 2019. p. 98-99.

64. “No direito brasileiro, estarão qualificados indistintamente como provedores de aplicações de internet, de acordo com a definição que estabeleceu o artigo 5º, VII c/c artigo 15 da Lei 12.965/2014”. MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. Economia do compartilhamento deve respeitar os direitos do consumidor. **Consultor Jurídico**. 23 dez. 2015. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2015-dez-23/garantias-consumo-economia-compartilhamento-respeitar-direitos-consumidor>. Acesso em: 16 out 2021.

65. MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 125, 2019.

66. MARQUES, Cláudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. In: MARQUES, Cláudia Lima *et al.* **Contratos de serviços em tempos digitais**: contribuição para uma nova teoria geral dos serviços e princípios de proteção dos consumidores. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021. p. 377.

De maneira didática, Cláudia Lima Marques criou uma figura de linguagem para descrever o modelo de negócio compartilhado. Seria justamente a figura de um cálice:

em que o consumidor e o fornecedor aparente estão cada um em um lado da borda do cálice, e é o fornecedor ‘conhecido/oculto’ e principal, o aplicativo que desenha a base do cálice, que constrói o ‘caminho’ do negócio, abre ou não a porta para ambos (*gatekeeper*) ocuparem suas posições negociais e ainda a forma de ‘preencher’ o cálice com o consumo (seja transporte de um lugar a outro, seja o aluguel de uma casa na Praia, seja um churrasco ou comida típica, seja o aluguel de uma bicicleta ou carro...para o consumidor compartilhar).⁶⁷

Constatando a dimensão do fenômeno, a autora afirma que as plataformas colaborativas na internet atuam em campos como “lazer, hospedagem, alimentação, aluguel de produtos e prestação esporádica de serviços, como *carsharing*, *crowdfounding*, *couchsurfing*, etc.”, configurando evidente relação de consumo a ser tutelada pelo CDC. Faz, contudo, a ressalva originária de Bruno Miragem,⁶⁸ que nem todo comércio feito por compartilhamento é de consumo, tendo em vista que esses negócios ocorrem tanto no modelo *peer to peer* (P2P),⁶⁹ quanto no modelo *business to business* (B2B), ou seja, entre pessoas não profissionais e entre empresários. Para o autor, nos casos em que não está presente uma “organização profissional, ou o exercício habitual da atividade para a obtenção de lucro, não se consideram relações de consumo”, o que já não ocorre, nos casos em que são usadas plataformas digitais⁷⁰ mantidas para viabilizar ofertas por meio de site ou aplicativo.

67. MARQUES, Cláudia Lima. Revisando a teoria geral dos serviços com base no código de defesa do consumidor em tempos digitais. In: MARQUES, Cláudia Lima *et al.* **Contratos de serviços em tempos digitais**: contribuição para uma nova teoria geral dos serviços e princípios de proteção dos consumidores. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021. p. 113.

68. MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 8. ed., rev., atual. e ampl. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. p. 677.

69. De computador a computador, celular a celular, pessoa a pessoa. Haveria ainda o modelo B2C (mercado para consumidor). MARQUES, Cláudia Lima *et al.* **Contratos de serviços em tempos digitais**: contribuição para uma nova teoria geral dos serviços e princípios de proteção dos consumidores. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021. p. 111, 366 e 371.

70. Bruno Miragem destaca três personagens estruturantes desses serviços por plataformas: a) o organizador da plataforma, que intermedeia a relação; b) o fornecedor direto do serviço; c) o consumidor. MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 125, p. 6, 2019.