



IMPACTO DO MODELO DE NEGÓCIO DO AIRBNB NO MERCADO DE HOSPEDAGEM: AUTONOMIA PRIVADA, INTERNET, ECONOMIA COLABORATIVA E AS NOVAS FRONTEIRAS DO DIREITO DO CONSUMIDOR

Impact of Airbnb's business model on the hosting market: private autonomy, the internet, collaborative economy and the new frontiers of Consumer Law
Revista de Direito do Consumidor | vol. 119/2018 | p. 269 - 294 | Set - Out / 2018
DTR\2018\20406

Antonio Jorge Pereira Júnior

Doutor, Mestre e Bacharel em Direito pela Universidade de São Paulo. Professor do Programa de Mestrado e Doutorado da Universidade de Fortaleza (PPGD-UNIFOR).
antoniojorge2000@gmail.com

Catherine Santa Cruz Jereissati

Mestranda e Bacharel em Direito pela Universidade de Fortaleza (PPGD-UNIFOR).
Especialista em Direito da Economia e da Empresa pela FGV/SP. jereissatic@gmail.com

Mário de Quesado Miranda Bezerra

Graduado em Direito pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR). Pós-Graduado em Direito e Processo do Trabalho pela Faculdade Evolutivo. Mestre em Direito Constitucional pela UNIFOR. Professor da Faculdade Cearense (FaC). mario_quesado@hotmail.com

Área do Direito: Consumidor

Resumo: O presente artigo tem por escopo analisar alguns dilemas gerados pela expansão da autonomia privada por meio do uso de plataformas on-line (internet) que permitam o desenvolvimento de prestações de serviços de pessoa a pessoa (P2P), em especial o Airbnb, no intuito de facilitar a criação de relações negociais mediante o uso da economia colaborativa, de forma tal que concretize situações que satisfaçam necessidades humanas do século XXI, gere circunstâncias de consumo colaborativo e efetivação do princípio da livre-iniciativa. Ao mesmo tempo, o artigo chama atenção para a consideração das relações criadas nesse contexto como relações de consumo diferenciadas, estando na fronteira entre direito do consumidor e direito civil, pela proximidade com a locação de imóveis. Para tanto, utilizou-se de pesquisa bibliográfica como forma de descrever e explorar as características inerentes a essa nova modalidade de amplificação do poder de autorregulamentação. Por fim, apresentam-se indagações tendentes a estimular o desenvolvimento da ciência jurídica, a partir da perspectiva consumerista, tomando por referência também um comunicado da compreensão da União Europeia emitido em julho de 2018.

Palavras-chave: Autonomia privada – Economia colaborativa – Consumo colaborativo – Airbnb – Internet

Abstract: The present article has as its scope the analysis some dilemmas generated by of the expansion of the private autonomy by the use of the online platforms (internet) that allow the development of the service provisions peer to peer (P2P), especially the Airbnb, in attempt to ease the creation of business relationship by the use of sharing economy, in such way that materializes situations that satisfies the needs of the XXI century man and develops situations of collaborative consumption and the effectuation of the principle of free initiative. At the same time, the article draws attention to the relationships created in this context as distinct consumer relations, being at the border between consumer law and civil law, proximity to real estate leasing Therefore, the research of the bibliographic type, as a way to describe and explore the inherent characteristics of this new form of amplification of the power of self-regulation. Finally, the paper presents inquiries aimed at stimulating the development of legal science, from the perspective of consumerism, with reference also to a communiqué of the European Union's understanding, issued in July 2018.

Keywords: Private autonomy – Peer-to-peer negotiation platforms – Shared economy – Collaborative consumption – Airbnb – Internet

Sumário:

1.Introdução - 2.Autonomia privada e o uso de plataformas Peer-to-Peer (P2P) - 3.Economia colaborativa e consumo colaborativo - 4.Airbnb como manifestação da livre iniciativa e da autonomia privada - 5.Operações do Airbnb tratadas como relações jurídicas de consumo: a situação na União Europeia e no Brasil - 6.Airbnb versus rede hoteleira: conflito e necessidade de reconfiguração do mercado - Conclusão - Referências

1.Introdução

Em 2017, empresários do setor hoteleiro na cidade de Fortaleza, Estado do Ceará, propuseram reunião com o prefeito da capital, com o intuito de tratar sobre a plataforma on-line Airbnb, que tem como função possibilitar a disposição temporária de cômodos em residências, mediante pagamento. A queixa da indústria hoteleira residia no aludido prejuízo gerado com a chegada da empresa. Alegava-se concorrência desleal, em razão de recaírem sobre os hotéis requisitos burocráticos e demandas tributárias para exercerem sua atividade que não incorreriam sobre os anfitriões que oferecem hospedagem temporária remunerada mediante o Airbnb, além de encargos sociais com empregados.

Em sua defesa, o Airbnb alegou, primeiro, que o serviço que oferta fez crescer o turismo no país (vide Tabela 1). Segundo, diz-se mais assemelhado ao serviço de locação, com função de moradia temporária, atividade salvaguardada legalmente, no sentido de estar de acordo com a lei do inquilinato. Terceiro, diz que sua ação também gera crédito tributário ao Estado, uma vez que os usuários declaram e pagam Imposto de Renda sobre o seu faturamento pessoal (G1, on-line).

Tabela 1

Dados de 01 de junho 2016, reportados no documento Panorama da Comunidade Airbnb Brasil, publicado naquela data (AIRBNB, 2016)

- 1- De 01 de junho de 2015 a 01 de junho de 2016, mais de 622.400 pessoas se hospedaram no Brasil usando o Airbnb
- 2- Hóspedes brasileiros registrados no Airbnb: 699.000
- 3- Ganho médio por anfitrião típico por ano: R\$ 5.500,00
- 4- Crescimento no número de hóspedes em um ano: 81%
- 5- Duração média de tempo de hospedagem: 5 noites
- 6- Tamanho médio dos grupos hospedados: 2,8 pessoas

Diante do exposto, tendo em vista o grau de evolução tecnológica do início do século XXI, recai sobre a ciência do Direito, enquanto ciência e enquanto técnica de ordem social, pronunciar-se perante novas situações. Em meio à economia colaborativa potencializada de modo exponencial pelas relações cibernéticas, pelo uso da internet, novos negócios se multiplicam.

Com relação ao Airbnb, poder-se-iam elencar algumas questões sequenciadas com respeito à operação realizada. Por exemplo: qual seria sua natureza? Contrato plurilateral? Haveria algum contrato típico ao qual o fenômeno possa se subsumir? Caso seja atípico, seria puro (sem qualquer referência prévia) ou derivado? Sendo derivado, qual sua matriz predominante? Que tipo ou quais tipos de relação se consomem na operação? Relação de consumo, empresarial, trabalhista ou civil? Pode mudar a categoria da relação conforme seja a qualificação das partes: pessoa física, jurídica, com ou sem fim lucrativo? Em razão da complexidade da situação, deveria ela ser desmembrada? Haveria solidariedade pelo inadimplemento? Qual a responsabilidade de cada uma das partes? Em caso de conflito, estando uma das entidades sediada no exterior, como ficaria a situação judicial? Como esse fenômeno é tratado alhures, em

outros Estados e por blocos econômicos? Seria caso de elaborar uma legislação específica sobre a operação? Ou seria mais oportuno aplicar analogicamente a legislação vigente e deixar que sedimente a prática para depois estabelecer regras? Ou seria o caso de esperar que se configure costume?

Todos esses questionamentos estão por ser respondidos. Mas não é essa a aspiração deste breve excursus. Pretende-se aqui, basicamente, trazer uma explicação inicial sobre assuntos conexos à matéria, de modo que ela possa progredir. Inicialmente, traçam-se conceitos relativos à autonomia privada e como o uso das plataformas de pessoa a pessoa (P2P) refletem uma nova modalidade de expansão dela. Isso porque a investigação tece seu estopim quando do estudo da autonomia privada em conexão com novas modalidades negociais, durante matéria de Mestrado e Doutorado. Em seguida, norteia-se o leitor sobre em que consiste a economia colaborativa e consumo colaborativo, de forma que, ao final, seja apto a demonstrar como a empresa Airbnb se insere nesse contexto, estando sob o princípio constitucional da livre iniciativa. Por fim, pautam-se algumas questões relativas ao Direito do Consumidor, problematizando a operação segundo situações que estão aos poucos chegando ao Judiciário. Nesse sentido, naturalmente, mais se levantam hipóteses interpretativas do que se apontam soluções que possam de modo cabal responder aos dilemas do fenômeno.

Para a realização deste estudo, utilizou-se de abordagem metodológica bibliográfica e documental, mediante emprego de doutrina vertida em artigos científicos, mais notícias referentes ao tema, bem como dados fornecidos e coletados pelo Airbnb.

2. Autonomia privada e o uso de plataformas Peer-to-Peer (P2P)

O presente tópico visa trazer aspectos conceituais da autonomia privada e correlacionar a manifestação do instituto em situações negociais decorrentes do uso de plataformas eletrônicas de pessoa a pessoa (P2P).

2.1. Conceito de autonomia privada

A partir do sentido etimológico, autonomia tem por origem os vocábulos gregos *autós*, que tem por tradução a palavra "próprio", associado a *nómos*, que se traduz em "lei". Dessa forma, o conceito pode ser qualificado (CABRAL, 2004, p. 84) como a "lei própria", ou norma particular, autorregramento. "A regulamentação pessoal da atuação intersubjetiva dos entes dotados de racionalidade" (PAUL, on-line, 2008). Pode-se dizer que esse poder de autorregulamentação se compõe de um conjunto de liberdades entre sujeitos com faculdade de realizar determinado negócio jurídico, aptos e delimitar conteúdo e efeitos do ato negocial em questão (BORGES, 2005, p. 47). Ainda no sentido de conceituar o instituto referido, Ana Prata diz, em tese defendida em Coimbra, tratar-se do "instrumento jurídico de actuação/concretização e tutela/defesa de interesses privados" (PRATA, p. 13-14, 2016).

Com isso, destaca-se a intrínseca ligação da autonomia privada com as relações coordenadas pela matriz do Direito Civil, tanto no que concerne ao livre exercício de um poder, ou das faculdades das quais se é titular, de modo original, como no aspecto da possibilidade de composição, seja esta conjunta ou unilateral, dos interesses pessoais nas situações de conflito (BETTI, 2007, p. 42).

A dimensão normativa do conceito de negócio jurídico se expressa tanto em sua condição de fonte de regras de conduta entre as partes, quanto no fato de ele próprio ser expressão de normas de competência que autorizam as partes a assim procederem, recebendo a chancela do poder estatal, que lhe confere garantia mediante coercibilidade (NERY, 2002, p. 117).

Portanto, conclui-se, nesse resumido apanhado, que a autonomia privada é a aptidão inerente aos indivíduos de se autorregularem, de tal sorte que possam estabelecer ou alterar situações jurídicas, mediante atos unilaterais ou mediante relações de

coordenação, com o escopo de regular seus interesses, bem como modular os reflexos decorrentes dos atos respectivos, confirmados pelo poder sociojurídico.

2.2. Negociações por plataformas peer-to-peer

A iniciativa privada se manifesta em um negócio mediante a fixação de objetivos concretos, assim como no estabelecimento de meios para sua viabilização prática. Majoritariamente, os negócios são bilaterais ou plurilaterais laterais. Livremente as pessoas procuram associar-se a outras para obter de maneira mais eficiente a realização de operações que possam resultar no atendimento de interesses das partes envolvidas.

A iniciativa privada manifesta-se não só pela aspiração de obter determinados escopos práticos, mas também pelo desejo de criar meios correspondentes. Na vida social, antes ainda de qualquer intervenção da ordem jurídica, os particulares procuram, por si mesmos, obter os meios mais aptos (CATALAN, 2002, p. 435).

Negociações realizadas por plataformas peer-to-peer expressam um tipo de operação econômica via internet, na qual dois indivíduos, vendedor e comprador, ou tomador de serviço e prestador, transacionam bens e serviços, mormente mediante pagamento. Decorre da evolução tecnológica do século XXI, que propiciou formas avançadas do exercício da autonomia privada no tocante à possibilidade da formação de uma relação comercial na qual, mediante contratação on-line, interessados em determinado serviço ou produto podem localizar com maior facilidade fornecedores que atendam seu interesse (WU, 2015, p. 12).

O emprego da autonomia privada nas relações peer-to-peer, via de regra, é caracterizado pelo aspecto de que os fornecedores, em sentido amplo, não são exclusivamente profissionais. Ou seja, muitas vezes são pessoas comuns sem expertise em práticas comerciais ou empresariais. Vê-se, assim, a expansão do volume de players econômicos no mundo, com a ampliação de acesso ao mercado por ocasião da facilidade de acesso ao mercado via internet.

No começo do século XXI, demanda-se uma organização relativamente simples para começar a negociar na web. As barreiras de entrada financeiras, técnicas e legais são baixas como em nenhuma outra época. Há plataformas construídas com o intuito de facilitar mais ainda as operações econômicas.

Algumas se oferecem como o locus de encontro de pessoas interessadas em algum negócio. Sites de relacionamento costumam trazer essa virtualidade. Também podem ganhar com a venda de espaço para publicidade projetada sobre as páginas de acesso das partes que trafegam on-line. Outras vezes ganham com o serviço de estruturação das operações em si, sendo remuneradas mediante taxa percentual.

As barreiras de entrada na plataforma digital são baixas também porque o próprio processo comercial ou procedimento dialógico com extensão na web pode ser feito estando cada parte em seu próprio ambiente – casa, trabalho, academia esportiva etc. – eliminando-se a necessidade de ir fisicamente a centros comerciais. Ganha-se tempo. Ao mesmo tempo, a tecnologia facilitou o foco no resultado pretendido. Ela traz dados, fotos, informações abundantes sobre produtos e sobre reputação dos negociadores, com classificações que suprem a necessidade de confiabilidade.

Nesse sentido, cada vez menos a intermediação exigida será de um terceiro atravessador, que faria operações de aquisição e venda, senão a de um mero facilitador de acesso, que viabiliza, como um agenciador, o encontro das partes. Assim, toda pessoa pode ser tornar, em um único clique, fornecedora de bens e serviços, mediante plataformas do Mercado Livre, Facebook e similares. Nesse sentido, Wu (2015, p. 6):

[...] As negociações são realizadas por vendedores não profissionais, que não têm o hábito de decidir com relação ao preço de serviços, sem expertise como comerciante típico. Além do que, cada vendedor nessas plataformas está tentando vender seus



produtos/serviços (heterogêneo) em um ambiente no qual cada vendedor designe seu próprio preço. (Traduziu-se)¹

Todo esse fenômeno gerou um ganho de mercado exponencial. Evidentemente, a economia decorrente das transações de pessoa a pessoa existe conjuntamente como varejo em serviços profissionais, apresentando-se também como uma nova abordagem às atividades tradicionalmente desenvolvidas. A exemplo disso, tem-se Uber e Airbnb em contraponto aos serviços de táxi e de hotel (INVESTOPEDIA, on-line, 2017). Naturalmente, a não regulamentação do mercado nesse ambiente está vinculado a esse horizonte amplo. Regulamentar, de certa forma, muitas vezes pode dificuldades de acesso.

Denota-se a relevância da presente modalidade de negociação, na perspectiva do avanço tecnológico e dos impactos na vida cotidiana da sociedade, notadamente, na forma como se inovou a maneira de realizar transações negociais, de maneira que trouxe uma nova modalidade de manifestação da autonomia privada.

3. Economia colaborativa e consumo colaborativo

Após o resgate de uma suficiente conceituação mínima de autonomia privada e de negociação de pessoa a pessoa, bem como do entendimento de como tais institutos se inter-relacionam de maneira intrínseca, especialmente por meios digitais, é oportuno explanar dois outros conceitos conexos, quais sejam, os de economia colaborativa e o de consumo colaborativo, uma vez que estes têm estreita ligação com as preocupações e os anseios do cidadão do começo do século XXI.

3.1. Economia colaborativa

O conceito de economia colaborativa ganha especial projeção social a partir de inovações nos modos de pensar e praticar negócios perante a reconfiguração de relações comunitárias propiciadas pelo ciberespaço. “[A] horizontalização das relações humanas produtivas que tem sido impulsionada por meio de redes digitais de comunicação” (COSTA, 2015, p. 7). Apesar das definições variáveis e da constante evolução dos parâmetros e modalidades de negociação, é um fenômeno que influencia em definitivo os modos de produção e comercialização, repercutindo em toda a cadeia produtiva de bens e serviços, e nos sistemas de financiamento de crédito (STOKES et al., 2014, p. 6).

Botsman e Rogers (2011) conceituam a economia colaborativa como “a manifestação de uma ideologia construída pelo bom uso dos recursos entre os consumidores” e, segundo Koopman, Mitchel e Thierer (2015), é válido salientar que “recursos que, outrora, não eram aproveitados em sua plenitude, quando compartilhados entre colegas ou consumidores, criam valores adicionais”. A importância da economia colaborativa no mercado capitalista global do século XXI representa, segundo Stokes, Clarence, Anderson e Rinne (2014, p. 7), como:

[...] a new way of thinking about business, exchange, value and community. While its definitions are varied and parameters continue to evolve, activities and models within the collaborative economy enable access instead of ownership, encourage decentralised networks over centralised institutions, and unlock wealth (with and without money).²

É importante notar que a economia colaborativa gera um movimento econômico pelo qual pessoas, especialmente mediante o uso da tecnologia, são capazes de obter produtos e serviços umas das outras em ritmo e volume inéditos. Nesse caso, não nos referimos à compra a partir de uma corporação estabelecida (OWYANG; SAMUEL, 2015). As pessoas comuns podem se tornar empreendedoras com muita facilidade. Com um clique colocam em circulação bens inativos dos quais dispunham em estoque, e que muitas vezes não desconfiavam que poderiam lhes gerar recursos. Por outro lado, têm acesso a um universo de bens de seu interesse que eram recursos inativos de outros cidadãos e são postos no mercado a preços atrativos. Novamente, há um incremento

exponencial imenso na oferta de produtos e insumos. E isso ainda vai aumentar.

Pode-se dizer que a economia colaborativa apresenta cinco características, quais sejam: (1) a possibilidade de concretização por meio da internet; (2) a conexão entre redes de pessoas e/ou ativos distribuídos; (3) a utilização de uma capacidade ociosa de ativos tangíveis ou não; (4) o encorajamento às interações significativas e confiança; (5) a abertura, a inclusão e os bens comuns (STOKES et al., 2014, p. 11).

O fenômeno ora em análise também possui quatro pilares de sustentação: a) o consumo colaborativo, que tem por intuito a obtenção de produtos e serviços por meio de permuta, aluguel, empréstimo, negociação, leasing, revenda e troca; b) a produção colaborativa, que consiste em grupos ou redes de indivíduos que colaboram para criar, produzir ou distribuir produtos; c) o aprendizado colaborativo, que se desenvolve em experiências de aprendizado abertas a qualquer um, na qual pessoas compartilham fontes e conhecimentos para que possam aprender juntos; e, por fim, d) o financiamento colaborativo, que consiste em serviços de financiamento, empréstimo e investimento oferecidos fora das instituições financeiras tradicionais (STOKES, et al., 2014, p. 11).

Com isso, pode-se perceber a internet como ferramenta de facilitação da economia colaborativa, de tal forma que, pelo uso desta, difunde-se a possibilidade de diversas formas de compartilhamento que possibilita o bom uso da conexão entre pessoas. O que aqui ocorre é um movimento de integração da sociedade. Adiante, será estudado o consumo colaborativo como reflexo da economia colaborativa.

3.2. Consumo colaborativo

Após a consideração dos conceitos de autonomia privada, negociação de pessoa a pessoa e de economia colaborativa, chega-se à figura do consumo colaborativo, fenômeno que se tentou descrever por diversos conceitos.

Felson e Spaeth (1978, p. 614) foram os primeiros a trazer a definição como "os eventos em que uma ou mais pessoas consomem bens econômicos ou serviços no processo de engajamento e atividades conjuntas com outras pessoas³". Nesse sentido, Botsman e Rogers (2010) lecionam ser "a rápida explosão de troca, compartilhamento, permuta e aluguel sendo reinventadas pelas tecnologias e negociações de pessoa a pessoa em uma escala jamais vista⁴".

Belk (2014, p. 1597) relata a designação de consumo colaborativo como atividade na qual há "pessoas coordenando a aquisição de distribuição de recursos, mediante o pagamento de uma taxa ou qualquer outra compensação⁵". Assim, define-se como a atividade baseada nas negociações de pessoa a pessoa com o intuito de obter, dar ou compartilhar bens e serviços coordenados por uma base comunitária on-line (HAMARI et al., 2015).

Aqui são perceptíveis os reflexos da autonomia privada dentro do ambiente das negociações realizadas, que geram uma forma de consumo em que ambos os agentes da operação econômica fornecem e obtêm recursos e/ou serviços de modo a colocá-los em função não ociosa.

É importante notar quem são os sujeitos presentes nessa relação negocial. Eles são o receptor e o provedor. O primeiro é o indivíduo ou entidade que busca atrair e obter recursos providos por outro, ou que realiza, de forma indireta, a mediação das negociações. Tal facilitação pode ser onerosa (como o caso do Airbnb que será estudado no tópico seguinte), ou gratuita (como o Exército da Salvação). Já o segundo agente consiste naquele que fornecerá o serviço ou bem seja de forma direta, a um outro consumidor, seja mediado por uma entidade (ERTZ et al., 2016). Ou seja, está-se diante de uma relação que poderá ser classificada de duas formas: como relação de consumo diferenciada, cuja compreensão está por se sedimentar, entre partes que seriam



consumidoras e fornecedoras comunitárias simultaneamente, ou de uma “relação civil de consumo”, diferenciada, com a aplicação do princípio da boa-fé em forma avançada⁶.

Isso porque, por fim, há de se destacar as modalidades de intensidade da colaboração no procedimento de consumo. Elas podem ser exercidas de maneira pura ou direta, mediante fonte e de troca.

Quanto à modalidade de colaboração pura, esta ocorre em situações em que envolvem diretamente as negociações peer-to-peer. Aqui, a relação exercida pelo receptor e provedor é direta para a troca do bem ou serviço. (ERTZ et al., 2016).

A variação na colaboração de acordo com a fonte surgiu com a expansão das tecnologias on-line. Essa modalidade desafia as formas convencionais de negócios, uma vez que gerenciam suas atividades de forma diferente. Não é produzido ou entregue qualquer bem ou serviço, o que ocorre é a oferta deles em provedores. Há uma mediação da negociação entre os interessados, realizada por uma empresa. O Airbnb, objeto de estudo neste trabalho, situa-se sob essa categoria colaborativa. (ERTZ et al., 2016).

Por fim, há a forma de troca, na qual um indivíduo negocia algum recurso ou serviço mediado por uma empresa, sendo que o objeto e/ou serviço final fornecido é proveniente de outro indivíduo fornecedor (ERTZ et al., 2016).

Dessa forma, resta claro que o consumocolaborativo é uma manifestação da autonomia privada, uma vez que, por meio de autorregulamentação, é possível concretizarem-se negócios que facilitam um melhor uso de bens em favor de interesses complementares das partes, o que gera, por sua vez, uma economiacolaborativa. Assim, resta ao tópico subsequente explicar como o Airbnb se mostra reflexo do conjunto de institutos ora aludidos.

4. Airbnb como manifestação da livre iniciativa e da autonomia privada

Um dos efeitos decorrentes do processo de globalização no século XXI e do incremento da internet foi a superação de limites espaciais (presença física conjunta) e temporais (negociação síncrona) para o estabelecimento de relações contratuais. Como efeito reflexo, tais fenômenos trazem a possibilidade de expansão das formas de se realizarem as atividades empresariais. Prima-se pela satisfação dos anseios do maior número possível de consumidores de bens e serviços. Em decorrência dessa expansão do comércio, houve o aumento da competitividade.

As distâncias entre os estados já não representam mais dificuldade em decorrência da evolução tecnológica nos campos da informática, comunicação, automação e transportes e uma nova era parece ter surgido, com um comércio quebrando as barreiras dos limites territoriais que deram origem a uma economia global (PENTEADO, 2007).

Tem-se o Airbnb como entidade que expressa esse progresso econômico e tecnológico, uma vez que, criada no contexto de economia colaborativa, significa um desenvolvimento do mercado de hospedagem, gerando um desafio à indústria hoteleira tradicional e ao mercado de aluguel, ao apresentar um serviço não somente de menor custo para o cidadão interessado na hospedagem, como com maior transparência e garantias (BAGIORNA e SILVA, 2015), além da versatilidade de ofertas.

A empresa citada visa aferir lucro mediante interligação de pessoas com interesses complementares no intuito de locar cômodos ou imóveis, sendo seu enquadramento na intensidade fonte de consumo colaborativo.

O Airbnb não é proprietário de nenhuma das acomodações que disponibiliza para o uso de seus membros credenciados. Sua atuação concentra-se na posição de mero facilitador da relação negocial estabelecida entre anfitrião e hóspede. O lucro de sua atividade empresarial é obtido por meio de comissão, aferida de percentuais das taxas de prestação de serviço entre as partes, que é apresentado como valor em separado no ato

de contratação (GROUT, 2013).

O dono ou responsável pelo local ofertado e o visitante são capazes de estabelecer e modular os efeitos do contrato pactuado em diversos aspectos, tais como a questão dos cancelamentos, permissão de animais no ambiente, serviços de limpeza, entre outros (AIRBNB, 2017).

O Airbnb seria uma entidade facilitadora de concretização do negócio jurídico, “uma manifestação de vontade cercada de certas circunstâncias, circunstâncias negociais, que fazem com que ela seja vista socialmente destinada a produzir efeitos jurídicos” (AZEVEDO, 2007, p. 17). Nesse contexto, a autonomia privada das partes se atualiza nos negócios promovidos pelo Airbnb, pois elas podem autorregular aspectos contratuais e controlar efeitos jurídicos da negociação realizada.

Dessa forma, observa-se a possibilidade jurídica da nova modalidade contratual propiciada pelo Airbnb, uma vez admitidos os contratos atípicos no ordenamento jurídico brasileiro, conforme art. 425 do Código Civil (LGL\2002\400). Também se observam, em tais negócios, os requisitos de validade exigidos pela lei, expressos no art. 104 do Código Civil (LGL\2002\400) – agente capaz, objeto lícito, possível, determinado ou determinável, e forma prescrita ou não defesa em lei –, mediante os quais se confere coercibilidade estatal ao estabelecido entre as partes. Também representa a irradiação do princípio da livre-iniciativa.

No que concerne à questão da capacidade da pessoa portadora de deficiência, o Airbnb também se alinhou às novas disposições, assumindo como tarefa em sua política de integração, o respeito e a inclusão (AIRBNB, 2017).

Por sua vez, o objeto do negócio jurídico está vinculado à determinação da norma jurídica que lhe garante efeitos legais. Nesse caso, é necessário que esse mesmo objeto seja lícito, possível e determinável (MELLO, 2003). O objeto do negócio jurídico é “um ato consciente destinado a ser conhecido por outros, dando-lhes conhecimento de um determinado conteúdo”, segundo Emilio Betti (2008, p. 190). No caso do Airbnb, a prestação que vincularia o anfitrião seria a obrigação fornecer as instalações contratadas ou imóvel específico no prazo estipulado para a estada no hóspede, assim evidenciado o objeto da negociação. Este, por sua vez, vincula-se a prestar os valores prefixados, bem como responder por eventuais danos decorrentes de sua conduta enquanto usa o bem. Sobre a forma de manifestação de vontade, vige a regra geral da não necessidade de forma especial, salvo dispositivo legal que o exija. Assim, a forma é livre. Ou seja, estabelecida pelas partes, em conformidade com as demais exigências legais (PEREIRA, 2004, p. 456).

É um contrato atípico. Tal categoria pode ser reconhecida sob duas modalidades: uma denominada pura e outra dita mista. Diz-se contrato atípico puro aquele que advém de forma inovadora e original das partes, sem quaisquer referências a nenhum posicionamento tipificado (ROPPO, 2009). Contrato atípico misto consiste naquele formulado por meio da combinação, absorção e aplicação análoga de elementos de outras espécies contratuais (VERÇOSA, 2002). Naturalmente, o contrato dos Airbnb se adequa mais à modalidade mista, pois se reconhece nele os atributos do contrato de hospedagem.

Ainda é oportuno ressaltar que tanto as contratações quanto o Airbnb, enquanto empreendimento, refletem o princípio constitucional da livre-iniciativa no Brasil, uma vez sejam expressão da exploração de atividade econômica, fomentadores de riqueza e circulação de bens. Nesse sentido, a criação de uma empresa que otimiza alocação de recursos inativos se traduz em um ganho global, e efetivamente promove o desenvolvimento dos ambientes onde o serviço é ofertado. Cumpre-se a função social da livre-iniciativa, em prol do bem comum, sem que seja necessária uma ação e gasto estatais. “A finalidade de inserção da livre iniciativa no lugar em que se encontra, é deixar certo que é por intermédio dela que primordialmente se desenvolverá o País,

através, portanto, da empresa privada, sendo secundária a atividade estatal” (BASTOS, 2000, p. 116).

Expostos os elementos que fazem das operações econômicas realizadas por meio do Airbnb uma especial manifestação da autonomia privada, cabe destacar os efeitos concretos de tal materialização e a repercussão de sua presença no mercado brasileiro, tomando por referência ainda recente posicionamento da União Europeia perante a companhia.

5. Operações do Airbnb tratadas como relações jurídicas de consumo: a situação na União Europeia e no Brasil

Naturalmente, a atividade promovida pelo Airbnb se insere em uma categoria de relação negocial que ainda está por ser devidamente demarcada pelo Direito. Até o momento, as práticas, todavia, estão sendo predominantemente compreendidas como subsumíveis ao Direito do Consumidor, sem mais.

Em 16 julho de 2018⁷, a partir de Bruxelas, foi emitido um comunicado oficial da União Europeia com o título “Comissão Europeia e as autoridades europeias de defesa do consumidor instam o Airbnb a cumprir as normas da UE” (UNIÃO EUROPEIA, 2018, on-line). Segundo o documento, “A Comissão Europeia e as autoridades de defesa do consumidor da UE instaram o Airbnb a harmonizar as suas condições de utilização com as normas de defesa do consumidor da UE e a ser mais transparente na apresentação dos preços”.

Ao mesmo tempo, interessa notar no documento o reconhecimento do valor da iniciativa e a menção ao aumento do Turismo que ele propiciou. Nesse sentido foram as palavras da Comissária Jourová, responsável pela Justiça, Consumidores e Igualdade de Género: “Os consumidores cada vez mais reservam os alojamentos de férias através da Internet, tendo este setor criado muitas oportunidades para os turistas”. Todavia, a despeito dessa vantagem, a nota ressalta que “a popularidade não é uma desculpa para não se cumprir as normas de defesa do consumidor da UE”. Segundo o parecer dos membros da Comissão, o modelo de negócio do Airbnb na União Europeia deveria ser aperfeiçoado com melhor informação acerca dos valores totais a serem pagos, discriminando com maior clareza os serviços que são cobertos, além de garantir aos consumidores um tratamento equitativo em caso de anulação da reserva pelo proprietário. O modo como estava expresso no contrato seria desigual de acordo com as exigências de proteção do consumidor da UE.

Ou seja, as principais exigências da Comissão se referiam à forma como o Airbnb apresentava os preços e o fato de o modelo de contrato trazer cláusulas que iriam de encontro à Diretiva relativa às práticas comerciais desleais, à Diretiva relativa às cláusulas contratuais abusivas ou ao Regulamento relativo à competência judiciária em matéria civil e comercial. Nesse sentido, as autoridades de defesa do consumidor e a Comissão solicitaram algumas alterações do Airbnb⁸, que deveria apresentá-las até 31 de agosto de 2018.

A nota explica os pontos julgados em desacordo, que deram ensejo à advertência. Estão eles relacionados à “transparência dos preços e outras práticas comerciais desleais”. Segundo o documento, “a forma como o Airbnb apresenta os preços, assim como a distinção entre anfitriões particulares e profissionais, não cumpre atualmente os requisitos impostos pela legislação da UE, nomeadamente pela Diretiva relativa às práticas comerciais desleais”. A solução requerida vem logo na sequência:

O Airbnb deve:

– alterar a forma como apresenta as informações sobre os preços desde o início da pesquisa no site web, de modo a garantir que os consumidores podem ver o preço total dos imóveis, incluindo todas as taxas e encargos, nomeadamente taxas de serviço e

limpeza, ou, se não for possível calcular previamente o preço final, informar claramente o consumidor de que poderão ser aplicadas taxas suplementares;

– identificar claramente se a oferta é facultada por um anfitrião particular ou por um profissional, pois as normas de defesa do consumidor diferem consoante o caso (UNIAO EUROPEIA, 2018, online; grifos nossos).⁹

Uma vez apresentadas as propostas do Airbnb para atender às solicitações, elas serão analisadas pela Comissão e pelas autoridades de defesa do consumidor da UE. Caso não as considerem satisfatórias, o Airbnb poderá ser alvo de medidas coercivas. Vale notar que a postura da União Europeia manifestada no comunicado, todavia, é de solicitação de ajuste em espírito colaborativo. Assim, além de conceder prazo para que o Airbnb apresente as soluções para melhor defesa do consumidor na UE, afirma-se que “se necessário, a Comissão e as autoridades de defesa do consumidor reunir-se-ão com o Airbnb, em setembro, para resolver eventuais questões pendentes”. Somente caso as propostas apresentadas pela empresa não sejam consideradas satisfatórias, ao fim, é que “as autoridades de defesa do consumidor poderão vir a adotar medidas coercivas”.

Por fim, a nota traz a fundamentação legal da medida aplicada, conforme o Regulamento de Cooperação na Defesa do Consumidor da União Europeia e expõe os procedimentos consultivos aplicados ao caso (UNIÃO EUROPEIA, 2018, on-line)¹⁰.

Por ocasião do comunicado, veículo de informação em Portugal noticiava que “o Airbnb tem sentido vários problemas em aplicar o seu modelo de negócio norte-americano na Europa”¹¹ (SIZA, 2018, on-line. Grifos nossos). Nota-se aqui que o modelo de legislação da União Europeia, mais complexo, demanda adaptações. No Brasil, até o momento, as dificuldades são menores, ainda que tenham surgido demandas, todas elas tratadas sob as regras consumeristas.

Na sequência, a matéria informa que a companhia necessitou alinhar-se a limites exigidos por governos municipais de grandes cidades como Amsterdam, Barcelona, Berlim e Londres, que teriam reclamado “contra o impacto dos alugueres turísticos no preço das propriedades e as mudanças no usufruto da cidade pelos seus residentes”.

A empresa precisou ainda submeter-se a regras diferenciadas para o aluguel a partir de determinados dias em algumas localidades. Isso teria impactado na clareza de informação no site. “Várias cidades europeias tomaram medidas para regular a atividade do Airbnb, obrigando por exemplo ao registo das propriedades anunciadas naquela (e outras) plataformas ou ao pagamento de taxas em função do seu aluguer”. Como resposta, “a empresa decidiu voluntariamente limitar o número de dias que cada anfitrião poderia ter a casa alugada, no caso de se tratar de um particular”.

Por fim, a matéria diz ainda que “não é só na Europa que o Airbnb está a sentir dificuldades”. No mês junho, a empresa foi “forçada a cancelar milhares de reservas feitas no Japão, depois de o governo do país ter aprovado uma nova lei mudar as regras para a partilha de acomodações”.

Essas acomodações às situações de cada país é um natural processo de acertamento entre antigas e novas situações negociais. O mercado tradicional é impactado. Há leis acomodadas às práticas já consolidadas. Novos fenômenos fazem com que haja choque com regras que cobriam os espaços de regulação antes de seu surgimento. A acomodação leva primeiramente a adaptações na aplicação da legislação vigente. Depois, pode ser caso de elaboração de nova legislação, para tratamento mais adequado às realidades contemporâneas, perante as peculiaridades do fenômeno, ajustando-se o sistema jurídico.

No Brasil, o marco regulatório que se deve aplicar como matriz para as operações do Airbnb é o Direito do Consumidor. No entanto, acredita-se que a prática da economia colaborativa e do consumo colaborativo, nos moldes aqui expostos, propiciados por



entidades como o Airbnb, venham a demandar alteração na legislação, em razão de peculiaridades do negócio.

Por exemplo, anteriormente se grifou a exigência da União Europeia com relação ao Airbnb para que houvesse melhor esclarecimento se os anfitriões eram pessoas físicas ou entidades profissionais que comercializam hospedagem, porque a legislação os trata de modo diferente. Naturalmente, essa categorização levaria a tratamento diverso da relação criada. Há maior ônus legal para quem trabalha profissionalmente comercializando hospedagem em face do consumidor. Mas, a maior parte dos anfitriões que ofertam hospedagem no Airbnb são pessoas físicas que dispõem de um espaço ocioso em suas casas para alugar temporariamente. Nesse contexto, é forçoso reconhecer que nem todo "fornecedor" da hospedagem seria, só por isso, hipersuficiente perante um "consumidor hipossuficiente". Desse modo, muitas vezes se estará mais próximo de algo similar a uma "relação civil" entre cidadãos. Por isso se dizia estar na "fronteira do Direito do Consumidor". A distribuição e a atribuição de ônus de modo diferenciado nas relações de consumo se justificam pelo grau de preparação de quem se dedica profissionalmente a uma dada atividade, de modo reiterado, em face de um que pretende apenas adquirir um produto ou serviço sem dedicação equivalente a quem oferta. Assim, há maior rol de exigências para um dos lados. As situações geradas pelo Airbnb nem sempre trarão essa conformação. Todavia, até que seja amadurecido um tratamento legal mais equitativo, a matriz de incidência será o Código de Defesa do Consumidor, eventualmente com atenuações que a magistratura venha a fazer em razão dos casos.

Nesse particular, com fulcro na teoria finalista das relações de consumo, que define a pessoa do consumidor como aquele sujeito (natural ou jurídico) que adquire ou utiliza determinados bens ou serviços em benefício próprio ou de seus familiares (MARQUES, 2011), é possível configurar os agentes da relação mediada pelo Airbnb como consumidores ou não em decorrência do preconizado pela legislação brasileira.

Desse modo, denotam-se como princípios inerentes aos direitos do consumidor na relação ora em análise: 1) o da devida prestação de informações, tanto pelo agente facilitador da operação (Airbnb) como por aquele que se disponibiliza a ofertar (anfitrião), de modo a elucidar e fornecer a maior quantidade possível de dados e conhecimentos relativos ao serviço prestado (MELLER-HANNICH; SOARES, 2016); como também 2) a garantia da proteção à integridade psicofísica daqueles que se utilizam do serviço prestado (hóspede), uma vez que o ponto basilar das relações de economia colaborativa é a confiança entre as partes (SOARES, 2017).

Ao seguir a linha de raciocínio do segundo princípio apresentado, a rede de colaboração econômica em tela produz, em suas políticas de atendimento, garantias protetivas com o intuito de salvaguardar as partes da relação tanto em aspectos relativos à segurança física¹² como também em aspectos pessoais¹³.

Dessa forma, tem-se entendimento de que há necessidade de regulamentação sobre a questão aludida no intuito da promoção de segurança e efetivação da boa-fé objetiva presentes nas relações privadas. Torna-se evidente, nesse contexto, o enquadramento da economia colaborativa proposta pela Airbnb como relação de consumo uma vez a simples interpretação da prerrogativa legal¹⁴. Observa-se também que esse tipo de relação acarreta diversos outros reflexos, tais como o pagamento de tributações inerentes às formas condizentes com as derivadas das relações consumeristas.

Dessa forma, faz-se evidente o diálogo da legislação que visa à proteção do consumidor com a manifestada pelo Marco Civil da Internet, de modo a propor uma modernização e resguardar as relações de consumo, em especial, aquelas provenientes da forma colaborativa. VIII – liberdade dos modelos de negócios promovidos na internet, desde que não conflitem com os demais princípios estabelecidos nesta Lei.

6. Airbnb versus rede hoteleira: conflito e necessidade de reconfiguração do mercado

A expansão do Airbnb causou impacto no mercado de hotéis ao redor do mundo, que por consequência desencadeou um debate acirrado sobre a eventual ameaça gerada pela empresa a este negócio (GUTTENTAG e SMITH, 2017).

Apesar de posições em contrário, que serão abordadas no decorrer deste tópico, é importante destacar que algumas redes do ramo continuam céticas quanto ao perigo proposto pelo Airbnb. Por exemplo, é o caso da rede Hilton, segundo Depillis (2016, on-line):

Não acreditamos que haja material de impacto no bruto do nosso mercado ou que com nossos clientes negociais ou a passeio... Eu acho que é extremamente difícil para a Airbnb replicar o que estamos fazendo. E não creio que nossos consumidores vão de repente acordar e dizer que não se importam com a constante alta qualidade dos produtos e que não precisam de nossos serviços ou amenidades (Traduziu-se¹⁵).

O conflito entre a indústria de hotéis e a empresa Airbnb reside em alguns argumentos, quais sejam, a ausência de legislação específica que trate da temática; o não pagamento das taxas e impostos; ou a não observância ao cumprimento de determinadas normas (tais como: alvarás de funcionamento; contas comerciais de água e energia elétrica; verificação do corpo de bombeiros etc.) às quais aquela está obrigada para que tenha seu pleno funcionamento. Esses argumentos aduzem acerca de uma "concorrência desleal" exercida pelo Airbnb.

É interessante notar acerca do caso envolvendo a capital cearense. Segundo a rede hoteleira, por conta do uso do Airbnb, teria acontecido uma redução do percentual da taxa de ocupação dos hotéis em 16% durante o período do réveillon de 2016 (DIÁRIO DO NORDESTE, 2016, on-line).

Como demonstrado no corpo do texto, o serviço ofertado pelo Airbnb é livre manifestação de vontades que se autorregulam. Dessa forma, os posicionamentos expostos pelas redes de hotelaria, embora, prima facie, apresentem algum sentido, deparam-se com uma narrativa não condizente com os anseios do consumidor moderno. Ocorre uma colisão entre os desejos de inovação e melhor aproveitamento da propriedade com o pensamento estagnado e preservacionista.

A discussão fomentada, portanto, diz respeito à não intervenção estatal e redução da burocracia para o exercício da atividade empresarial, uma vez ser esta um dos pilares do bem-estar da coletividade. Assim leciona Sztajn (2008, p. 223):

Ao se referir a estímulo à atividade econômica, está implícito o reconhecimento de que a empresa é uma das fontes geradoras de bem-estar social e que, na cadeia produtiva, o desaparecimento de qualquer dos elos pode afetar a oferta de bens e serviços, assim como a de empregos, por conta do efeito multiplicador na economia.

Desse modo, ressalta-se que o Airbnb e seus parceiros, hóspedes e anfitrião, encontram-se em pleno gozo de suas atividades, de tal forma que a crítica aduzida pela rede hoteleira pode se dar como (1) reflexo do excesso de burocratização no Estado brasileiro, que se resolveria com uma reforma legislativa, a qual permita uma maior flexibilidade para o exercício do elemento empresarial; (2) tentativa de reserva de mercado, contra a livre concorrência e a livre-iniciativa.

Conclusão

O presente trabalho teve por escopo fazer uma breve introdução analítica para a compreensão do fenômeno gerado pela união da autonomia privada e do uso criativo da internet nas negociações em tempos de economia colaborativa, com foco no mercado de hospedagem. Para isso se serviu da apresentação dos serviços prestados pela Airbnb dentro da realidade da autonomia privada nos sistemas de economia colaborativa, com enfoque nos negócios realizados na modalidade peer-to-peer, o que deriva em situações de consumo colaborativo, além de apontar a necessário impacto sobre o mercado de



hospedagem.

Inicialmente, esta pesquisa intentou apresentar a questão do conceito de autonomia privada, de forma a sustentá-la enquanto procedimento de autorregulamentação exercido pelos indivíduos com poderes para coordenarem as relações que desejam estabelecer, estando elas conforme a lei. Ademais mostrou como as negociações de pessoa a pessoa (P2P) corroboram com o explanado sobre autonomia privada.

Em seguida, observaram-se como fenômenos contemporâneos a economia colaborativa e o consumo colaborativo, expressões típicas de integração social no começo do século XXI. Deu-se ênfase à importância do uso da tecnologia como instrumento integrador da sociedade globalizada.

No momento seguinte, aludiu-se à harmonização das atividades exercidas pela Airbnb – exemplo concreto de atualização da autonomia privada, economia colaborativa, consumo colaborativo e uso da internet – com o ordenamento jurídico brasileiro, em níveis constitucionais e infraconstitucionais, uma vez evidente o respeito ao princípio constitucional da livre-iniciativa, aos elementos de validade dos negócios jurídicos e à possibilidade da elaboração de contratos atípicos.

Ao mesmo tempo, colocou-se a questão relativa ao tratamento dado pelas ordens jurídicas às operações realizadas mediante a Airbnb. Tende a prevalecer a incidência da legislação consumerista na União Europeia e no Brasil, até que sejam realizadas matizações em razão de as relações criadas estarem próximas de relações civis de locação, e pelo fato de o anfitrião ser, muitas vezes, um cidadão que episodicamente oferta espaço em sua residência, sem a devida atuação profissional que costuma caracterizar a posição de fornecedor. Essa mesma facilidade de acesso, e barreira de entrada menor no mercado, foi exatamente o fator que gerou a ampliação das ofertas na lógica da economia colaborativa.

O excesso de ônus ao anfitrião pode redundar em prejuízo do conjunto dos que contratam o serviço, pela eventual diminuição da oferta. Deve-se notar que as relações civis são legais e estão conformes à lei. E todas elas sofrem incidência da boa-fé objetiva. Portanto, essa eventual aproximação da regulação civil não implica desfavorecimento dos cidadãos. Desse modo, talvez seja caso de posicionamento da matéria na fronteira do Direito do Consumidor com o Direito Civil.

Por fim, destacou-se a presença do conflito existente entre o Airbnb e a rede hoteleira brasileira.

Em nenhum momento o artigo pretendeu exaurir os assuntos pertinentes à temática, senão chamar atenção ao fenômeno Airbnb no mercado de hospedagem, propiciado pela união de elementos e recursos inexistentes no passado. Nesse novo contexto, entende-se ser necessário valorizar e proteger a capacidade das pessoas de livremente estabelecerem relações de coordenação em face das situações propiciadas pela tecnologia de rede (internet) e pela economia colaborativa, com ganhos de sustentabilidade, mediante melhor alocação de recursos inativos. Pode-se afirmar ainda que as relações criadas pelo fenômeno Airbnb permitem uma melhor e maior distribuição de renda, em plena economia capitalista, outro fator que merece atenção. Por isso deve o Direito proteger as relações contratuais dessa modalidade negocial.

O artigo pretendeu, ainda, alertar para o perigo da imposição de uma regulamentação da atividade horizontal de hospedagem que venha a inibir tais operações de economia colaborativa, em nome de um dissimulado interesse particular do setor hoteleiro. De rigor, o argumento de desigualdade de tratamento em desfavor dos hotéis não condiz porque, primeiro, as atividades não coincidem plenamente. O mercado de hotéis oferece serviços que vão muito além da hospedagem e há pessoas dispostas a buscar tal mercado exatamente por esses valores agregados. Falha ainda a equiparação pelo sistema de distribuição de recursos que cada um gera. No modelo de economia colaborativa do Airbnb, além do intangível de confiança geral nas relações que propicia,

pela divulgação da avaliação contínua da conduta dos contratantes, e da otimização no uso dos imóveis, alcança-se maior grau de distribuição de renda entre hospedeiros, em sua maior parte pessoas físicas da classe média, e economia por parte dos hóspedes, permitindo-se melhor alocação de recursos, em favor da sustentabilidade e da poupança popular.

Referências

AIRBNB. Confiança e Segurança. 2017. Disponível em: [www.airbnb.com.br/trust/standards]. Acesso em: 02.08.2018.

AIRBNB. Panorama da comunidade Airbnb no Brasil. jun. 2016. Disponível em: [www.airbnbcitizen.com/wp-content/uploads/2016/08/Airbnb_Brazil_MiniReport_Portuguese_7-29-162]. Acesso em: 02.11.2017.

AIRBNB. Política de não discriminação do Airbnb: nosso compromisso com a inclusão e o respeito. 2017. Disponível em: [www.airbnb.com.br/help/article/1405/airbnb-s-nondiscrimination-policy--our-commitment-to-inclusion]. Acesso em: 04.11.2017.

AIRBNB. Termos e políticas. Disponível em: [www.airbnb.com.br/help/topic/250/terms---policies]. Acesso em: 04.11.2017.

AZEVEDO, Antônio Junqueira de. Negócio jurídico: existência, validade e eficácia. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BAGIORNA, Pedro Eugenio Pereira; SILVA, Paulo José Pereira Carneiro Torres da. A internet como vetor do desenvolvimento social na contemporaneidade. In: CELLA, José Renato Gaziero; ROVER, Aires José; GOMES, Magno Federici (Coord.). Direito, governança e novas tecnologias. Florianópolis: CONPEDI, 2015. Disponível em: [www.conpedi.org.br/publicacoes/66fsl345/81s48682]. Acesso em: 04.11.2017.

BASTOS, Celso Ribeiro. Direito econômico brasileiro. São Paulo: Celso Barros Editor, 2000.

BELK, Russell W. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), p. 1597, 2014.

BELTRÃO, Sílvio Romero. A adequação da relação médico-paciente aos requisitos de validade do negócio jurídico: a relação médico-paciente como fenômeno jurídico. *Scientia Iuris*, Londrina, v. 19, n. 1, p. 83-104, jun. 2015.

BETTI, Emílio. Interpretação da lei e dos atos jurídicos. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

BETTI, Emílio. Teoria geral do negócio jurídico. Trad. Servanda Editora. Campinas: Servanda Editora, 2008.

BORGES, Roxana Cardoso Brasileiro. Disponibilidade dos direitos de personalidade e autonomia privada. São Paulo: Saraiva, 2005.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live. London, UK: Collins Publishing, 2011.

CABRAL, Érico de Pina. A "autonomia" no direito privado. *Revista de Direito Privado*, a. 5, n. 19, p. 83-129, jul.-set., 2004.

CATALAN, Marcos Jorge. Autonomia privada: o poder jurígeno dos sujeitos de direito. *Scientia Iuris*, Londrina, p. 430-463, 2002.

COSTA, Ramon Bezerra. Sobre o papel da confiança e das tecnologias digitais de comunicação nas experiências de economia colaborativa. UFRJ. Anais dos Seminários

dos Alunos do PPGAS – Museu Nacional – UFRJ, 2015.

DEPILLIS, L., 2016. Hotels don't actually appear to be that scared of Airbnb – Yet. The Washington Post. Disponível em: [www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2016/02/26/hotels-dont-actually-appear-to-be-that-scared-of-airbnb-yet/]. Acesso em: 04.11.2017.

DIÁRIO DO NORDESTE. Airbnb gera impacto na rede hoteleira da Capital. Diário do Nordeste. 2016. Disponível em: [http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/airbnb-gera-impacto-na-rede-hoteleira-201602260001.html]. Acesso em: 04.11.2017.

ERTZ, Myrian; DURIF, Fabien; ARCAND, Manon. Collaborative consumption or the rise of the two-sided consumer. International Journal of Business and Management, 4 (6), p. 195–209, 2016.

FELSON, M; SPAETH, J. Spaeth. Community structure and collaborative consumption. American Behavioral Scientist 21, 4, p. 614, 1978.

G1, on-line. Empresários do setor hoteleiro tentam barrar aplicativo Airbnb em Fortaleza. Mar. 2017. G1. Disponível em: [http://g1.globo.com/ceara/noticia/2017/03/empresarios-do-setor-hoteleiro-tentam-barrar-aplicativo-airbnb-em-fortaleza.html]. Acesso em: 02.11.2017.

GROUT, Vanessa. How to use Airbnb to profit from your second home. Forbes. Disponível em: [www.forbes.com/sites/vanessagrout/2013/11/04/how-to-use-airbnb-to-profit-from-your-second-home/]. Acesso em: 04.11.2017.

GUTTENTAG, Daniel A.; SMITH, Stephen L. J., Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. International Journal of Hospitality Management. Disponível em: [www.sciencedirect.com/science/journal/02784319?sdc=2]. Acesso em: 04.11.2017.

HAMARI, Juho; SJÖKLINT, Mimmi; UKKOKEN Antti. The sharing economy: why people participate in collaborative consumption. Journal of the Association for Information Science and Technology, 2015.

INVESTOPEDIA. Peer-to-Peer (P2P) Economy. Disponível em: [www.investopedia.com/terms/p/peertopeer-p2p-economy.asp]. Acesso em: 31.10.2017.

KOOPMAN, C.; MITCHEL, M.D.; THIERER, A.D. The sharing economy and consumer protection regulation: the case for policy change. J. Bus. Entrepren. Law 8 (2), 2015.

MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

MELLER-HANNICH, Caroline; SOARES, Ardyllis Alves. Economia compartilhada e defesa do consumidor. Revista de Direito do Consumidor, v. 25, n. 105.

MELLO, Marcos Bernardes de. Teoria do fato jurídico: plano da validade. São Paulo: Saraiva, 2004.

NERY, Rosa. Noções preliminares de direito civil. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2002.

OWYANG, J.; SAMUEL, A. The new rules of the collaborative economy: the threat to traditional companies can't be ignored. A tactical report on how to survive and win. Report Vision Critical. Disponível em: [www.visioncritical.com/wp-content/uploads/2015/10/Collaborative_Economy_Report.pdf].

Acesso em: 02.11.2017.

PAUL, Ana Carolina Lobo Gluck. Limites à autonomia privada. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2008. Disponível em: [https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/8078/1/Ana%20Carolina%20Lobo%20Gluck%20Paul.pdf]. Acesso em: 17.10.2017.

PENTEADO, Cláudio Camargo. Empresas offshore: Uruguai, Cayman, Ilhas Virgens Britânicas. Doutrina, prática e legislação. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Pílares, 2007.

PEREIRA, André Gonçalo Dias. O consentimento informado na relação médico-paciente. Coimbra: Coimbra Editora, 2004.

PRATA, Ana. A tutela constitucional da autonomia privada. Coimbra: Almedina, 2016.

ROPPO, Enzo. O Contrato. Coimbra: Almedina, 2009.

SIZA, Rita. Airbnb não está a cumprir a lei europeia, avisa Bruxelas. Público. Periódico português. On-line. 16 de julho de 2018. Disponível em: [www.publico.pt/2018/07/16/economia/noticia/bruxelas-avisa-airbnb-que-nao-esta-a-cumprir-a-lei-eur]. Acesso em: 06.08.2018.

SOARES, Ardyllis Alves. Economia compartilhada como inovação: reflexões consumeristas, concorrenciais e regulatórias. Revista Eletrônica da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Dossiê Consumo e Vulnerabilidade: a proteção jurídica dos consumidores no século XXI, v. 03, n. 1, jan.-jun. 2017.

STOKES, K.; CLARENCE, E., ANDERSON, L., RINNE, A. Making sense of the UK Collaborative Economy. Nesta Collaborative Lab, 2014, p. 7. Disponível em: [www.collaboriamo.org/media/2014/10/making_sense_of_the_uk_collaborative_economy_14.pdf]. Acesso em: 02.11.2017.

SZTAJN, Rachel. Comentários à lei de recuperação de empresa e falência. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

UNIÃO EUROPEIA. Comunicado da Comissão Europeia. EU consumer rules: the European Commission and EU consumer authorities push Airbnb to comply. Disponível em: [http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-4453_en.htm]. Acesso em: 06.08.2018.

VERÇOSA, Haroldo Malheiros Duclerc. Os contratos inominados e o novo Código Civil (LGL\2002\400). Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro, São Paulo, v. 41, n. 126, p. 32, abr.-jun. 2002.

WU, Edson An An. Learning in peer-to-peer markets: evidence from Airbnb. Rio de Janeiro: FGV, 2015.

1 No original: "First, it is important because they are, in principle, characterized by non-professional sellers who are not used to pricing decisions and with no expertise as typical businesses. Furthermore, each of the sellers in those platforms are trying to sell her (heterogeneous) products/services in an environment where each seller sets her own prices" (WU, Edson An An. Learning in peer-to-peer markets: evidence from Airbnb. Rio de Janeiro: FGV, 2015. p. 6).

2 Traduziu-se: [...] uma nova forma de pensar as negociações, trocas, valores e a comunidade. Enquanto suas definições sejam variadas e os parâmetros continuam a evoluir, as atividades e os modelos com a Economia Colaborativa permitem acesso em vez da propriedade, encorajam redes descentralizadas sobre instituições centralizadas e destravam a riqueza (com ou sem envolvimento de dinheiro).

3 No original: "Those events in which one or more persons consume economic goods or services in the process of engaging in joint activities with one or more others".

4 No original: "The rapid explosion in swapping, sharing, bartering, trading and renting being reinvented through the latest technologies and peer-to-peer marketplaces in ways and on a scale never possible before".

5 No original: "people coordinating the acquisition and distribution of a resource for a fee or other compensation".

6 Propositadamente, aqui, esses termos são combinados para chamar atenção à novidade do fenômeno. Não se quis nomear simples "relação de consumo" porque talvez se esteja diante de uma situação que demandaria matizações, com tratamento diferente das relações de consumo como compreendidas e tratadas no marco regulatório do Código de Defesa do Consumidor, em razão da nova dinâmica que instauram na sociedade. Isso será adiante exposto no corpo do artigo.

7 Cf. UNIÃO EUROPEIA. Comunicado da Comissão Europeia. EU consumer rules: the European Commission and EU consumer authorities push Airbnb to comply. Disponível em: [http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-4453_en.htm]. Acesso em: 06.08.2018. Para a versão em português do documento, [<https://ec.europa.eu/info/files/common-position-national-authorities-within-cpc-network-commercial-p>]

8 No mesmo comunicado, lê-se: "Clarificação das condições ou supressão de cláusulas ilegais. As condições de utilização do Airbnb têm de respeitar a legislação europeia de defesa do consumidor. A Diretiva relativa às cláusulas contratuais abusivas exige que as cláusulas e condições gerais não criem um desequilíbrio significativo em detrimento do consumidor, entre os direitos e obrigações das partes. Essa diretiva exige ainda que as cláusulas sejam redigidas numa linguagem simples e facilmente compreensível, e que os consumidores sejam informados dos respetivos direitos de uma forma clara e inequívoca. No caso concreto, isto significa que o Airbnb:

- Não pode induzir os consumidores a recorrer a um tribunal de um país diferente do seu Estado-Membro de residência;
- Não pode decidir, de forma unilateral e injustificada, as condições que vigoram em caso de rescisão do contrato;
- Não pode privar os consumidores do direito fundamental a processar um anfitrião em caso de danos pessoais ou de outro tipo de danos;
- Não pode alterar unilateralmente as condições de utilização sem antes ter informado claramente os consumidores e lhes ter dado a possibilidade de rescindir o contrato;
- As condições de utilização dos serviços não podem conferir ao Airbnb um poder ilimitado e discricionário quanto à eliminação de conteúdos;
- A rescisão ou a suspensão do contrato pelo Airbnb deve ser explicada aos consumidores e regida por regras claras, não podendo privá-los do direito a uma indemnização adequada ou do direito de recurso;
- A política do Airbnb em matéria de reembolsos e indemnizações por danos deve ser claramente enunciada, não podendo privar os consumidores do direito a acionar as vias de recurso judicial existentes. Por último, o Airbnb deve disponibilizar no seu sítio web uma ligação acessível para a plataforma de Resolução de Litígios em Linha (RLL), juntamente com todas as informações necessárias sobre a resolução de litígios ao abrigo do Regulamento RLL" (UNIAO EUROPEIA, 2018, on-line).

9 Cf. UNIÃO EUROPEIA. Comunicado da Comissão Europeia. EU consumer rules: the European Commission and EU consumer authorities push Airbnb to comply. Disponível em: [http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-4453_en.htm]. Acesso em: 06.08.2018.

10 "Contexto.

O Regulamento da UE 'Cooperação na Defesa do Consumidor' (CDC) congrega as autoridades nacionais competentes no quadro de uma rede de fiscalização pan-europeia. Qualquer autoridade nacional de um país da UE pode, neste contexto, solicitar a assistência dos seus homólogos de outro país para pôr termo a uma violação transnacional do direito dos consumidores da UE. Essa cooperação pode ser ativada para fazer aplicar coercivamente vários instrumentos legislativos de defesa do consumidor, nomeadamente a Diretiva relativa às práticas comerciais desleais, a Diretiva relativa aos direitos dos consumidores ou a Diretiva relativa às cláusulas contratuais abusivas. A Rede de Cooperação no domínio da Defesa do Consumidor (CDC) procedeu, em junho de 2018, a uma avaliação conjunta (posição comum) das práticas comerciais do Airbnb, sob a coordenação da Autoridade de Defesa do Consumidor da Noruega (Forbrukertilsynet). Essa avaliação teve o apoio da Comissão Europeia" (UNIÃO EUROPEIA, 2018, on-line).

11 Cf. SIZA, Rita. Airbnb não está a cumprir a lei europeia, avisa Bruxelas. Publico. Periódico português. On-line. 16 de julho de 2018. Disponível em: [www.publico.pt/2018/07/16/economia/noticia/bruxelas-avisa-airbnb-que-nao-esta-a-cumprir-a-lei-eu]. Acesso em: 06.08.2018.

12 "Sua experiência Airbnb começa no instante em que você se entrega à aventura. Isso só é possível quando você confia e se sente seguro nessa comunidade. Por causa disso, exigimos que você não coloque pessoas em perigo ou faça ameaças" (AIRBNB. Confiança e Segurança. 2017. Disponível em: [www.airbnb.com.br/trust/standards]. Acesso em: 02.08.2018).

13 "A comunidade do Airbnb tem o compromisso de construir um mundo em que pessoas de todas as origens sintam-se bem-vindas e respeitadas, independentemente da distância que elas tenham percorrido de suas casas. Esse compromisso baseia-se em dois princípios fundamentais que se aplicam tanto aos anfitriões quanto aos hóspedes do Airbnb: inclusão e respeito" (Grifo do original) (AIRBNB. Política de não discriminação do Airbnb: nosso compromisso com a inclusão e o respeito. 2017. Disponível em: [www.airbnb.com.br/help/article/1405/airbnb-s-nondiscrimination-policy--our-commitment-to-inclusion]. Acesso em: 04.11.2017).

14 Art. 7º, Lei 12.965: O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos: XIII – aplicação das normas de proteção e defesa do consumidor nas relações de consumo realizadas na internet.

15 No original: "We do not believe there is a material impact on the bulk of our markets or with our core business and leisure customers... I think it's extremely hard for [Airbnb] to replicate what we are doing. And I don't think [our core] customers suddenly woke up and said we really don't care about consistently high quality products and we don't need service and we don't need amenities."