

**AIRBNB COMO MANIFESTAÇÃO DA AUTONOMIA PRIVADA NO
ÂMBITO DA ECONOMIA COLABORATIVA E A NECESSIDADE DE
RECONFIGURAÇÃO DO MERCADO**

*AIRBNB AS A MANIFESTATION OF PRIVATE AUTONOMY IN THE
CONTEXT OF SHARED ECONOMY AND THE NECESSITY OF
A MARKET RECONFIGURATION*

Mario de Quesado Miranda Bezerra*

RESUMO: O presente artigo tem por escopo analisar a expansão da autonomia privada por meio do uso de plataformas *online* 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. Para tanto, utilizou-se de pesquisa bibliográfica como forma de descrever e explorar as características inerentes a esta nova modalidade de amplificação do poder de autorregulamentação das partes envolvidas na transação.

Palavras-chave: Autonomia privada; Plataformas de negociação *peer-to-peer*; Economia colaborativa; Consumo colaborativo; Airbnb.

ABSTRACT: The present article has as its scope the analysis of the expansion of the private autonomy by the use of the online platforms 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 . 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 of the parties of the transaction.

Keywords: Private Autonomy; Peer-to-peer negotiation platforms; Shared economy; Collaborative consumption; Airbnb.

* Bacharel em Direito pela Universidade de Fortaleza (2015). Pós-graduado em Direito e Processo do Trabalho pela Faculdade Evolutivo (2016). Mestrando em Direito Constitucional pela Unifor. Professor na Faculdade Cearense.

1. INTRODUÇÃO

Em 2017, empresários do setor hoteleiro na cidade de Fortaleza, Estado do Ceará, propuseram uma reunião com o então prefeito da capital, com o intuito de tratar sobre a plataforma *online* Airbnb, que tem como função possibilitar a disposição temporária de cômodos em residências, mediante pagamento.

A queixa da indústria da hotelaria reside no prejuízo que esta obteve com a chegada da empresa. Uma vez que aquela alega necessitar de demasiados requisitos burocráticos para exercer sua atividade, além da incidente carga tributária devido à prestação dos serviços e regulamentação de empregados.

Em sua defesa, Airbnb alegou, não somente, sobre o aumento do turismo no país (vide figura 1), como estar salvaguardada pela lei, no sentido de estar de acordo com a lei do inquilinato, e também o cumprimento com relação aos aspectos tributários, uma vez que seus usuários declaram em seus Impostos de Renda o que concerne ao lucro aferido pelo uso do *app*. (G1, *online*)

(Figura 1)



(Fonte: Airbnb)

Diante o exposto, tendo em vista às evoluções tecnológicas do século XXI e as situações as quais a ciência jurídica não pode se manter inerte, esta pesquisa tem por objetivo analisar os reflexos do Airbnb. Apesar da possibilidade de discussão em diversos ramos do Direito, o presente artigo, por questões metodológicas, delimita-se a explorar as reverberações do tema exclusivamente ao que concerne ao Direito Civil, em especial aos pontos referentes à autonomia privada.

Inicialmente, traçar-se-á conceitos relativos à autonomia privada e como o uso das plataformas de pessoa a pessoa (P2P) refletem uma nova modalidade de expansão desta. Em seguida, norteará o leitor sobre o que consiste economia colaborativa e consumo colaborativo, de forma que, ao final, seja apto a demonstrar como a empresa Airbnb reflete todos os aspectos abordados, no contexto de como esta reflete o princípio constitucional da livre iniciativa.

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

2. AUTONOMIA PRIVADA E O USO DE PLATAFORMAS *PEER-TO-PEER* (P2P)

O presente tópico visa explorar os aspectos conceituais de autonomia privada e correlacionar este instituto à sua manifestação em situações negociais decorrentes do uso de plataformas eletrônicas de pessoa a pessoa (P2P).

2.1 Conceito de Autonomia privada

Ao partir do sentido etimológico, autonomia tem por origem os vocábulos gregos “*autós*”, que tem por tradução a palavra “próprio” e “*nómos*”, que por sua vez, traduz-se em “lei”, desta forma, aquele conceito pode ser qualificado, conforme explicita Cabral (2004, p. 84) como a lei própria, isto é, de acordo com Paul (*online*, 2008), “a regulamentação pessoal da atuação intersubjetiva dos entes dotados de racionalidade”.

Assim, de acordo com Borges (2005, p. 47), define-se este poder de autorregulamentação como o conjunto de liberdades entre sujeitos não só com o condão para solenizar determinado negócio jurídico, mas também a aptidão para delimitar o conteúdo e os efeitos do ato negocial em questão.

Ainda no sentido de conceituar o instituto referido, Prata (p. 13-14, p. 2016) traz este como “mero instrumento jurídico de actuação/concretização e tutela/defesa de interesses privados”.

Com isto, destaca-se a intrínseca ligação da autonomia privada e as relações coordenadas pela esfera do Direito Civil, tendo por entendimento que, tanto no que concerne o livre exercício de um poder ou não, ou das faculdades as quais se é titular, como no aspecto da possibilidade de composição, seja esta conjunta ou unilateral, dos interesses pessoais (BETTI, 2007, p. 42).

É imperioso salientar o eventual caráter normativo presente no conceito jurídico ora tratado, sustentado como o fenômeno que permite o sujeito a realização de negócios jurídicos [...] que são extraordinários mecanismos de realização do Direito, na medida em que este é um modo de manifestação de normas jurídicas (NERY, 2002, p. 117).

Portanto, conclui-se por autonomia privada a aptidão inerente aos indivíduos de se autorregularem, de tal sorte que possam elaborar relações de coordenação para consigo mesmos ou de modo conjunto a outros, com o escopo de regular seus interesses e os reflexos e modulações destes.

2.2 Negociações por plataformas *peer-to-peer*

Tem-se na iniciativa privada a manifestação, não somente o aferimento de objetivos práticos das relações de negócio, mas também a busca de meios para a concretização dos mesmos. Isto é, na prática, os sujeitos particulares procuram por semelhantes para obter de maneira mais eficiente a realização de suas transações. Neste sentido, Catalan (2002, p. 435):

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.

Negociações realizadas por plataformas *peer-to-peer* são um modelo de economia, na qual dois indivíduos, vendedor e comprador, transacionam seus serviços, mediante pagamento. Nesta situação, o vendedor é proprietário final tanto dos meios de produção e do produto final.

Assim, ao acompanhar a evolução tecnológica do século XXI, percebem-se as inovadoras formas do exercício da autonomia privada, em especial, no tocante à possibilidade da formação de uma relação negocial na qual, mediante o uso da *internet*, interessados em determinado serviço podem localizar fornecedores da referida atividade (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 não são exclusivamente profissionais, isto é, estes são pessoas comuns sem expertise em relações negociais. Neste sentido, WU (2015, p. 6):

Primeiramente, é importante que, em princípio, que as negociações são realizadas por vendedores não profissionais, que não tem o hábito em 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

A economia decorrente das transações de pessoa a pessoa existe conjuntamente com o varejo e serviços de comércio, de forma que apresenta uma nova abordagem a atividades tradicionalmente desenvolvidas, a exemplo disso, tem-se Uber e Airbnb em contra ponto ao táxi e à rede hoteleira (INVESTOPEDIA, *online*, 2017).

Pela exposição feita, denota-se a relevância do presente instituto, 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 a análise das conceituações de autonomia privada e de negociação de pessoa a pessoa, bem como a demonstração de como estes institutos se inter-relacionam de maneira intrínseca, faz-se necessário explorar dois aspectos que decorrem do exposto, quais sejam os de economia colaborativa e o de consumo colaborativo, uma vez que estes tem estreita ligação com as preocupações e anseios do cidadão do século XXI.

3.1 Economia colaborativa

O conceito de economia colaborativa surge por meio de uma nova modalidade de se pensar negócios, trocas, valores e a comunidade. Apesar das definições variáveis e da constante evolução dos parâmetros e modalidades de execução, este instituto tem por escopo inovar as maneiras como se consume, aprende, financia e produz (STOKES *et al.*, 2014, p. 6).

Botsman e Rogers (2011) preceituam o instituto da 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”.

¹ No original: First, it is important because they are, in principle, characterized by non-professional sellers² who are not used to pricing decisions and with no expertise as typical businesses³. Furthermore, each of the sellers in those platforms are trying to sell her (heterogeneous) products/services in a 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.

Costa (2015, p.7) aduz sobre o conceito da temática como “[...] horizontalização das relações humanas produtivas que tem sido impulsionada por meio de redes digitais de comunicação”. 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, mediante o uso da tecnologia, são capazes de obter produtos e serviços umas das outras. Neste caso, não ocorre a compra a partir de uma corporação estabelecida. (OWYANG; SAMUEL, 2015).

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

O instituto ora em análise também possui quatro pilares de sustentação: a) o consumo colaborativo, que tem por intuito 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

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).

compartilhamento que possibilita o bom uso da conexão entre pessoas. O que aqui ocorre é um movimento de integração da sociedade. Adiante, será estudado sobre o consumo colaborativo como reflexo da economia colaborativa.

3.2 Consumo colaborativo

Após a análise dos conceitos de autonomia privada, negociação de pessoa a pessoa e de economia colaborativa, chega-se à figura do consumo colaborativo. Este tem uma gama de conceitos no decorrer da história. 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”. Neste 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 sobre a designação de consumo colaborativo como “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 *online* (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 transação fornecem e obtêm recursos e/ou serviços de modo a os colocar em função não ociosa.

Importante notar quem são os sujeitos presentes nessa relação de consumo. Estes são o receptor e o provedor. O primeiro é o indivíduo ou entidade que busca atrair e obter recursos providos por outro consumidor ou que realiza, de forma indireta, a mediação das transações, 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 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).

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”.

Por fim, há de se destacar as modalidades de intensidade da colaboração no procedimento de consumo. Estas podem ser exercidas de maneira pura, fonte e de troca.

Quanto à modalidade 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 intensidade fonte surgiu com a expansão das tecnologias *online*, esta 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 dependência em provedores. Há uma mediação da negociação entre estes, realizada por uma empresa. O Airbnb, objeto final de estudo deste trabalho, se enquadra neste nível de consumo colaborativo. (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 fornecido é proveniente de outro indivíduo fornecedor. (ERTZ *et al.* 2016).

Desta forma, resta claro que o consumo colaborativo é uma manifestação da autonomia privada, uma vez que, por meio das autorregulamentações entre as partes, é possível concretizar negociações que põe para bom uso determinados bens, o que gera uma economia colaborativa. Assim, resta ao tópico subsequente explanar 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 principais efeitos decorrentes do processo de globalização no século XXI foi a superação dos limites para a realização de relações de negociais, que teve a como fator catalisador a evolução das tecnologias. O que trouxe 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, neste sentido, Penteado (2007) aduz:

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.

Tem-se o Airbnb como representação desse progresso econômico e tecnológico, uma vez que essa empresa propõe um desafio à indústria de hotelaria tradicional ao apresentar um serviço não somente de menor custo para o consumidor, como com maior transparência (BAGIORNA e SILVA, 2015).

A empresa citada visa, mediante aferimento de lucro, a interligação de pessoas, 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, sua atuação reside como mero facilitador da relação comercial estabelecida entre anfitrião e hóspede. O lucro desta atividade empresarial é obtido por meio de comissão, aferida de percentuais das taxas de prestação de serviço entre as partes (GROUT, 2013).

Dono do 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, serviços de limpeza, entre outros (AIRBNB, 2017).

A autonomia privada das partes ganha destaque na realização das transações promovidas pelo Airbnb, uma vez que podem estas se autorregular nos mais diversos aspectos contratuais, tais como a possibilidade de controle dos eventuais efeitos da negociação realizada, e a capacidade de dirimir conflitos que porventura surjam no decorrer da experiência contratada. Neste contexto, o Airbnb seria uma entidade facilitadora de concretização de negócios jurídicos, que, segundo Azevedo (2007, p. 17) é “uma manifestação de vontade cercada de certas circunstâncias, circunstâncias negociais, que fazem com que ela seja vista socialmente destinada a produzir efeitos jurídicos”.

Desta forma, observa-se a absorção completa da possibilidade da formulação de contratos por meio do Airbnb pelo ordenamento jurídico brasileiro, uma vez que, encontram-se presentes, não somente os requisitos de validade dos negócios jurídicos, quais sejam agente capaz; objeto lícito, possível, determinado ou determinável; forma prescrita ou não defesa em lei, além da viabilidade legal (art. 425 do Código Civil) da existência de contratos atípicos, como também, a irradiação do princípio da livre iniciativa.

É configurado o enquadramento do Airbnb como negócio jurídico válido, uma vez que para efetuar o cadastro, há a necessidade de ter atingido, pelo menos, 18 anos para a efetivação do cadastro, sendo esta, no Brasil, o valor temporal de idade para ser considerado capaz. Sobre a temática, Beltrão (2015, p. 92):

O Código Civil brasileiro utilizou critérios baseados na idade, na saúde mental e na falta de discernimento da pessoa para determinar a sua incapacidade. Contudo, a análise da capacidade a partir da idade não gera grandes conflitos ou controvérsias, em face da simples contagem do tempo, em que, a princípio, há a certeza legal da capacidade e do discernimento, se outras causas mentais não existirem como limitadoras da capacidade desta mesma pessoa. Tal critério é utilizado pelo legislador de forma arbitrária, com a compreensão de que a partir de certa idade a pessoa passa a ser capaz, o que torna as relações jurídicas mais seguras, pois, objetivamente não haveria dúvidas quanto à capacidade no momento da realização do negócio jurídico.

(Figura 2)



Cadastre-se com o [Facebook](#) ou [Google](#)

ou

Endereço de email 

Primeiro nome 

Último nome 

Criar uma senha 

Aniversário
Para se cadastrar, você deve ter 18 anos ou mais. Os outros usuários não verão a sua data de nascimento.

Mês  Dia  Ano 

Eu gostaria de receber informações de políticas e marketing do Airbnb e de seus parceiros.

Cadastre-se

(Fonte: Airbnb)

No que concerne à questão da capacidade da pessoa portadora de deficiência, o Airbnb, é absorvido pela possibilidade, uma vez ser parte de sua política a integração, o respeito e a inclusão (AIRBNB, 2017).

Por sua vez, o objeto do negócio jurídico está vinculado à determinação da norma jurídica, a qual lhe dará efeitos legais, é necessário que este mesmo objeto para poder ter validade seja lícito, possível e determinável. (MELLO, 2003).

Segundo Betti (2008, p. 190) sobre o objeto do negócio jurídico este seria “um ato consciente destinado a ser conhecido por outros, dando-lhes conhecimento de um determinado conteúdo”. No caso do Airbnb, este teria expressão como a obrigação do hospedeiro o

fornecimento do quarto ou imóvel específico contratado para a estada no hóspede, assim evidenciado o objeto da negociação.

Sobre a forma de manifestação de vontade, Pereira (2004, p. 456) “A validade da declaração negocial não depende da observância de forma especial, salvo quando a lei o exigir. É essa, naturalmente, a regra, onde deve predominar a oralidade”.

Neste quesito, o Airbnb se encontra recepcionado, uma vez que, apesar de não haver forma prescrita em lei, há a permissão para a efetivação do negócio. Neste sentido, é indispensável abordar sobre a temática do contrato atípico, que pode ser na modalidade pura, quanto 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)

Ainda é válido ressaltar acerca de como o Airbnb reflete o princípio constitucional da Livre Iniciativa, uma vez que é expressão da exploração de atividade econômica, fomentador de riqueza e circulação de bens. Neste sentido, Bastos (2000, p. 116):

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.

Mediante o exposto, portanto, fundamenta-se a manifestação do Airbnb no âmbito da autonomia privada, contudo, há de se destacar os efeitos de tal materialização, desta forma, será abordado a seguir sobre a problemática enfrentada pela empresa no mercado brasileiro.

5. AIRBNB *VERSUS* REDE HOTELEIRA: CONFLITO E NECESSIDADE DE RECONFIGURAÇÃO DO MERCADO

A expansão da Airbnb causou impacto à rede de hotelarias ao redor do mundo, que por consequência desencadeou um debate acirrado sobre a eventual ameaça proposta pela empresa (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 pela Airbnb, a rede Hilton, segundo Depillis, (2016,*online*):

Não acreditamos que haja material de impacto no bruto do nosso mercado ou que com nossos clientes comerciais ou a passeio... Eu acho que é extremamente difícil para a Airbnb replica 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-se)⁶

O conflito entre a indústria de hotéis e o 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 observância ao cumprimento de determinadas normas (tais como: alvarás de funcionamento; contas comerciais de água e energia elétrica; verificação do corpo de bombeiros, etc.) as quais àquela 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, que, por conta do uso do Airbnb, houve uma redução do percentual da taxa de ocupação dos hotéis em 16% durante o período do réveillon de 2016. (DIÁRIO DO NORDESTE, 2016, *online*).

Como demonstrado no corpo do texto, o serviço ofertado pelo Airbnb é livre manifestação de vontades que se autorregulam, desta forma, os posicionamentos expostos pelas redes de hotelaria, embora, *prima facie*, apresentem algum respaldo, 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.

⁶ 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.

Desse modo, ressalta-se que a Airbnb e seus parceiros, hóspede e anfitrião, encontram-se em pleno gozo de suas atividades, de tal forma que a crítica aduzida pela rede hoteleira configura reflexo do excesso de burocratização no Estado brasileiro, sendo necessária uma reforma legislativa, a qual permita uma maior flexibilidade para o exercício do elemento empresarial.

6. CONCLUSÃO

O presente trabalho teve por escopo fazer uma análise 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 necessária reformulação pela qual o mercado precisa passar.

Inicialmente, esta pesquisa intentou em apresentar a questão do conceito de autonomia privada, de forma a sustenta esta como o procedimento de autorregulamentação exercido pelos indivíduos com poderes para coordenarem as relações por estes estabelecidas. Ademais mostrou como as negociações de pessoa a pessoa (P2P) corroboram com o explanado sobre autonomia privada.

Em seguida, observou-se sobre os institutos da economia colaborativa e do consumo colaborativo, como ferramentas de integração social no século XXI. Foi dada ênfase na importância do uso da tecnologia como instrumento integrador da sociedade globalizada.

No momento seguinte, aludiu-se acerca do englobamento das atividades exercidas pela Airbnb pelo ordenamento jurídico brasileiro, uma vez evidente o respeito ao princípio constitucional da livre iniciativa, aos elementos de validade dos negócios jurídicos e a possibilidade da elaboração de contratos atípicos. Por fim, destacou-se a presença do conflito existente entre o Airbnb e a rede hoteleira brasileira, no qual foram expostos os argumentos desta.

Este artigo não visa exaurir todos os assuntos pertinentes à temática, contudo, faz uma defesa da capacidade das pessoas exercerem suas relações de coordenação da forma como estas acharem mais conveniente, por fim, tendo por conclusão que o excesso de protecionismo apresenta um fator de atraso para a sociedade globalizada, desta forma, aponta como solução a desburocratização da atividade empresarial, como alternativa para a solução do conflito, de

forma a justificar a não intervenção do Estado na área econômica, o que permite o melhor processo de regulação por meio do Mercado.

REFERÊNCIAS

AIBNB. *Panorama da comunidade Airbnb no Brasil*. Jun. 2016. Disponível em: <http://www.airbnbcitizen.com/wp-content/uploads/2016/08/Airbnb_Brazil_MiniReport_Portuguese_7-29-162.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2017.

_____. *Política de Não Discriminação do Airbnb: nosso Compromisso com a Inclusão e o Respeito*. 2017. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/1405/airbnb-s-nondiscrimination-policy--our-commitment-to-inclusion-and-respect> . Acesso em: 04 nov. 2017.

_____. *Termos e políticas*. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/topic/250/terms--policies> . Acesso em: 04 nov. 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. *Direito, Governança e Novas Tecnologias*. In (Coord.) CELLA, José Renato Gaziero; ROVER, Aires José; GOMES, Magno Federici. Florianópolis: CONPEDI, 2015, p. 72-101. Disponível em: <https://www.conpedi.org.br/publicacoes/66fsl345/81s48682> . Acesso em: 04 nov. 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), 2014, p. 1597.

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.

_____. *Teoria geral do negócio jurídico*. Tradução de Servanda Editora. Campinas, SP: 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*. Collins Publishing, London: UK. 2011.

CABRAL, Érico de Pina. A “Autonomia” no Direito Privado. *Revista de Direito Privado*, a. 5, n. 19, jul./set., 2004, p. 83-129.

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

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. In: *The Washington Post*.

Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2016/02/26/hotels-dont-actually-appear-to-be-that-scared-of-airbnb-yet/>. Acesso em: 04 nov. 2017.

DIÁRIO DO NORDESTE. Airbnb gera impacto na rede hoteleira da Capital. In: *Diário do Nordeste*. 2016.

Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/airbnb-gera-impacto-na-rede-hoteleira-da-capital-1.1676294>. Acesso em: 04 nov. 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), 2016, p. 195–209.

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

G1, online. *Empresários do setor hoteleiro tentam barrar aplicativo Airbnb em Fortaleza*. Mar. 2017. In: **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 nov. 2017.

GROUT, Vanessa. How To Use Airbnb To Profit From Your Second Home. In: *Forbes*. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/vanessagrout/2013/11/04/how-to-use-airbnb-to-profit-from-your-second-home/#4fdfa7ee34b4>. Acesso em: 04 nov. 2017.

GUTTENTAG, Daniel A.; SMITH, Stephen L. J., Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. In: *International Journal of Hospitality Management*.

Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/journal/02784319?sdc=2>. Acesso em: 04 nov. 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: <http://www.investopedia.com/terms/p/peertopeer-p2p-economy.asp>. Acesso em: 31 out 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.

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:

https://www.visioncritical.com/wp-content/uploads/2015/10/Collaborative_Economy_Report.pdf . Acesso em: 2 nov 2017.

PAUL, Ana Carolina Lobo Gluck. *Limites à autonomia Privada*. São Paulo:PUC. 2008.

Disponível

em:

<https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/8078/1/Ana%20Carolina%20Lobo%20Gluck%20Paul.pdf> . Acesso em: 17 de out. 2017.

PENTEADO, Cláudio Camargo. *Empresas Offshore: Uruguai, Cayman, Ilhas Virgens Britânicas*. Doutrina, Prática e Legislação. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Pilares, 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.

STOKES, K.; CLARENCE, E., ANDERSON, L., RINNE, A. *Making sense of the UK Collaborative Economy*. Nesta Collaborative Lab, 2014 p. 7.

Disponível em:

http://www.collaboriamo.org/media/2014/10/making_sense_of_the_uk_collaborative_economy_14.pdf . Acesso em: 2 nov 2017.

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

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

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

Encaminhado em 10/12/17

Aprovado em 20/01/18