

XXIV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - UFS

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

KEILA PACHECO FERREIRA

VIVIANE COELHO DE SÉLLOS KNOERR

JOANA STELZER

Todos os direitos reservados e protegidos.

Nenhuma parte deste livro poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – Conpedi

Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UFRN

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. José Alcebíades de Oliveira Junior - UFRGS

Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcílio Pompeu - UNIFOR

Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes - IDP

Secretário Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC

Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Conselho Fiscal

Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG /PUC PR

Prof. Dr. Roberto Correia da Silva Gomes Caldas - PUC SP

Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini Sanches - UNINOVE

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS (suplente)

Prof. Dr. Paulo Roberto Lyrio Pimenta - UFBA (suplente)

Representante Discente - Mestrando Caio Augusto Souza Lara - UFMG (titular)

Secretarias

Diretor de Informática - Prof. Dr. Aires José Rover – UFSC

Diretor de Relações com a Graduação - Prof. Dr. Alexandre Walmott Borgs – UFU

Diretor de Relações Internacionais - Prof. Dr. Antonio Carlos Diniz Murta - FUMEC

Diretora de Apoio Institucional - Profa. Dra. Clerilei Aparecida Bier - UDESC

Diretor de Educação Jurídica - Prof. Dr. Eid Badr - UEA / ESBAM / OAB-AM

Diretoras de Eventos - Profa. Dra. Valesca Raizer Borges Moschen – UFES e Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - UNICURITIBA

Diretor de Apoio Interinstitucional - Prof. Dr. Vladmir Oliveira da Silveira – UNINOVE

D598

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line]
organização CONPEDI/UFS;

Coordenadores: Viviane Coêlho de Séllos Knoerr, Joana Stelzer, Keila Pacheco Ferreira –
Florianópolis: CONPEDI, 2015.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-049-7

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: DIREITO, CONSTITUIÇÃO E CIDADANIA: contribuições para os objetivos de
desenvolvimento do Milênio.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Encontros. 2. Globalização. 3.
Relações de consumo. I. Encontro Nacional do CONPEDI/UFS (24. : 2015 : Aracaju, SE).

CDU: 34



Florianópolis – Santa Catarina – SC

www.conpedi.org.br

XXIV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - UFS

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

O presente estudo consubstancia-se em obra que reúne uma coletânea de artigos de excelência acadêmica comprovada não apenas em razão de sua seleção pelo sistema double blind peer review, mas, também por sua apresentação no Grupo de Trabalho Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo ocorrido por ocasião do XXIV Encontro Nacional do CONPEDI, realizado na Universidade Federal de Sergipe (UFS), na cidade de Aracaju SE, entre os dias 3 a 6 de junho de 2015, reunindo pesquisadores e estudantes oriundos de diversos Programas de Pós-Graduação em Direito do Brasil.

Dentre os traços mais marcantes desse Grupo de Trabalho, teve-se a profundidade na discussão sobre o consumo e o consumismo, o fenômeno da globalização, o superendividamento e aspectos de responsabilidade que norteiam as relações de consumo. Os trabalhos promoveram uma crítica científica de cunho altamente reflexivo sobre o cenário contemporâneo, mediante uma interlocução comprometida por parte dos expositores que demonstraram possuir qualificação para argumentar sobre essas complexas questões contemporâneas.

A diversidade dos temas apresentados também trouxe um anseio generalizado pelas novas abordagens que as temáticas merecem e que não se resumem a uma ótica exclusivamente normativa. As discussões de alto nível entre os pesquisadores de diversas partes do País trouxeram imensa satisfação às Coordenadoras desse Grupo de Trabalho que puderam vivenciar tão enriquecedora experiência.

No intuito de revisitar os temas e autores, passa-se a fazer breve descrição do conteúdo que será encontrado ao longo de toda a obra.

Os autores Marcelo Cacinotti Costa e Vinicius de Melo Lima, apresentam um estudo sobre o superendividamento e seus reflexos na sociedade contemporânea partindo da compreensão da modernidade líquida e dos novos pobres no artigo O Superendividamento como um problema de Direitos Fundamentais.

Partindo das patologias do consumo na sociedade moderna, e as diferentes implicações nas questões sociais, ambientais e econômicas as autoras Livia Gaigher Bosio Campello e

Mariana Ribeiro Santiago discorrem sobre as novas dinâmicas da locação de coisas, ressignificação da propriedade e efetivação do consumo solidário e sustentável.

Em Comércio Justo e Consumo Responsável: avanços normativos para a certificação brasileira, os pesquisadores Everton Das Neves Gonçalves e Joana Stelzer ao tratar de diagnosticar o cenário contemporâneo da certificação do Comércio Justo, especialmente no âmbito brasileiro, demonstram que os princípios jurídicos, as regras de certificação e os códigos de conduta nada mais são do que estímulos normativos para uma mudança do comportamento de consumidor para agente de transformação social.

Analisando a aplicação dos sistemas S1 e S2 de Daniel Kahneman no sistema consumista e evidenciando conceitos e origens do sistema consumista, os autores Jose Everton da Silva e Marcos Vinícius Viana da Silva buscam compreender qual dos dois sistemas é aplicado no momento da compra dos novos produtos.

Trazendo à tona e inserindo o conceito da obsolescência programada no contexto da sociedade de risco, os autores Sérgio Augustin e Daniel Bellandi realizam uma breve crítica ao pensamento econômico da era da modernidade e apontam que, se observadas a pleno o conceito de obsolescência programada, consumo, consumismo e crescimento econômico, encontraremos intrínsecas inúmeras possibilidades de atenuação da crise ambiental em nosso planeta.

Tratando em seu artigo de formas a potencializar a segurança do consumidor e ao mesmo tempo fomentar o mercado de incorporações imobiliárias, os pesquisadores Leandro de Assis Moreira e Franco Giovanni Mattedi Maziero apresentam a utilização conjunta dos dois instrumentos, ou seja, o patrimônio de afetação em sociedade de propósito específico para o desenvolvimento de cada empreendimento de incorporação imobiliária.

Já em O apelo midiático e a publicidade subliminar no atual contexto das relações de consumo: Implicações e Responsabilidades, a autora Alana Gemara Lopes Nunes Menezes traz à tona a problemática das práticas publicitárias enganosas, especialmente a técnica subliminar e o merchandising, sua tutela pelo Direito e as suas consequências para o consumidor brasileiro.

Sergio Leandro Carmo Dobarro e Andre Villaverde de Araujo, ao estudar o instituto da desconsideração da personalidade jurídica no Código de Defesa do Consumidor, demonstram

que o mesmo deve funcionar como arcabouço de concretização de direitos e imputação de saldo benéfico ao processo, protegendo de modo mais energético àqueles que findam encaixilhados como vítimas pontuais na sociedade consumerista.

Partindo da conceituação enquanto bem jurídico supraindividual e a ausência de efetividade no plano da concretude, os autores Ângelo Maciel Santos Reis e Felipe Carneiro Pedreira da Silva em A (in)eficácia dos tipos penais do Código de Defesa do Consumidor tratam acerca dos tipos penais presentes no referido código, demonstrando que a proteção aos direitos da coletividade se torna inadequada ou insuficiente sob a perspectiva do Direito Penal.

Ao apresentar o caso do superendividamento sob o enfoque da legislação brasileira e a importância da propositura de soluções eficazes para frear tal fato, os pesquisadores Giovanna Paola Batista de Britto Lyra Moura e Manoel Alexandre Cavalcante Belo demonstram a necessidade emergencial de uma reforma no Código de Defesa do Consumidor, bem como, que o superendividamento é uma questão de ordem pública, e como tal deve ser tratado.

Em A incidência e aplicabilidade do recall nas relações de consumo brasileiras, Patricia Martinez Almeida e Vladmir Oliveira da Silveira tratam do tema citado concluindo que nas relações em que ocorre o presente instrumento ainda não são satisfatórias, tanto em relação à falta da necessária transparência nas informações, seja pela abrangência de sua incidência prática.

Relatando a atividade administrativa das audiências de conciliação no âmbito do PROCON-TO como uma tentativa de dar uma resposta do poder público satisfatória ao consumidor, as autoras Renata Rodrigues de Castro Rocha e Liliane de Moura Borges reconhecem o serviço que vem sendo prestado à sociedade pelo PROCON-TO e Tribunal de Justiça do Estado do Tocantins, concluindo que os Estados podem lançar mão desse tipo de mecanismo para tentar superar o obstáculo organizacional.

Abordando o dever de informação nos Contratos de Seguro-Saúde como desdobramento do Princípio da Boa-Fé Objetiva, os pesquisadores Evelise Veronese dos Santos e Roberto Wagner Marquesi expõe esse dever como de extrema importância, por isso as partes devem observar com rigor seu dever de informar, atingindo, com isso, a ideia da transparência contratual.

Discutindo sobre a crescente demanda do Direito Contratual relacionado ao Direito do Consumidor, Stefania Fraga Mendes e Roberto Alves de Oliveira Filho em seu artigo O

princípio da boa-fé como instrumento de equilíbrio e proteção nas relações de consumo no Brasil e na União Européia apresentam a aplicação do instrumento ora citado como um meio para a redução da desigualdade negocial entre consumidor e fornecedor.

Por fim, os autores Sérgio Augusto Pereira Lorentino e Leonardo Macedo Poli fazem uma análise da autonomia dos consumidores nos contratos dentro da contemporaneidade.

As discussões a partir da apresentação de cada um dos trabalhos ora editados, permite o contínuo debruçar dos pesquisadores na área consumerista, fomentando e amadurecendo a pesquisa na área do Direito, visando ainda o incentivo a demais membros da comunidade acadêmica à submissão de trabalhos aos vindouros encontros do CONPEDI.

É com muita satisfação que apresentamos esta obra. É garantida rica leitura e reflexão a todos.

Coordenadoras do Grupo de Trabalho

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr UNICURITIBA

Profa. Dra. Keila Pacheco Ferreira - UFU

Profa. Dra. Joana Stelzer - UFSC

NOVAS DINÂMICAS DA LOCAÇÃO DE COISAS, RESSIGNIFICAÇÃO DA PROPRIEDADE E EFETIVAÇÃO DO CONSUMO SOLIDÁRIO E SUSTENTÁVEL

NEW DYNAMICS OF THE RENTAL CONTRACT, REDEFINITION OF PROPERTY EFFECTIVENESS OF THE SOLIDARY AND SUSTAINABLE CONSUMPTION

**Mariana Ribeiro Santiago
Livia Gaigher Bosio Campello**

Resumo

O presente artigo visa analisar o papel da locação de coisas no direito brasileiro, bem como a evolução do conceito de propriedade, no contexto do consumo colaborativo, que repercute diretamente em matéria de sustentabilidade. Nesse intuito, partimos das patologias do consumo na sociedade moderna, atravessando as diferentes implicações nas questões sociais, ambientais e econômicas, culminando com o estudo das alternativas possíveis nos ditames da solidariedade. Em conclusão, verificamos que o contrato de locação de coisas desponta como um instrumento valioso, dentro dos padrões da economia colaborativa, para se alcançar a sustentabilidade social, ambiental e econômica, impulsionando o desenvolvimento de uma sociedade realmente livre, justa e solidária.

Palavras-chave: Locação, Propriedade, Consumo colaborativo, Sustentabilidade.

Abstract/Resumen/Résumé

The present paper analyses the bases of the rental contract in Brazilian law, as well as the evolution of the concept of property within the context of collaborative consumption, that have a direct impact on sustainability issues. To that end, we start from the pathologies of consumption in modern society, go through its different implications in social, environmental and economic questions, culminating in the study of the possible alternatives in the dictates of solidarity. In conclusion, we found that the rental contract rises as a valuable instrument, within collaborative economy standards, for reaching the social, environmental and economic sustainability, driving the development of an equal, fair and solidary society.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Rental contract, Property, Collaborative consumption, Sustainability.

INTRODUÇÃO

A qualidade de consumidor é inerente ao ser humano, sendo que o consumo, enquanto fenômeno, não é uma preocupação recente para a humanidade, precedendo o advento do que Zygmund Bauman¹ denominou de “variedade líquida” da modernidade.

Muitos dos comportamentos típicos dos consumidores modernos, todavia, ainda que deletérios, tornaram-se tão habituais que os seus membros não alcançam a consciência do impacto causado na vida privada e na esfera social, perdendo-se no que os psicólogos denominam de “cárcere de consumo”².

Esse consumo, todavia, analisado pelo enfoque social, como uma característica da sociedade de consumo, tem demonstrado patologias que, fora a esfera individual e psicológica, repercutem na sustentabilidade social, ambiental e econômica.

Um exemplo claro disso, encontra-se bem no meio do Oceano Pacífico. Entre o Japão e o Havaí, formou-se um gigantesco monumento dos resíduos do consumismo moderno. Estima-se que este “oceano de lixo” tenha aproximadamente o dobro o tamanho do Texas e, e algumas partes, mais de trinta metros de profundidade, composto, basicamente, de plástico, tampas de garrafas, brinquedos, sapatos, isqueiros, escovas de dente, redes, chupetas, invólucros, embalagens para viagem e sacolas de compras de todos os cantos do mundo³.

¹ BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. p. 109.

² BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 5-6.

³ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 3.

Por outro lado, a “necessidade” de consumir tornou-se uma questão de inclusão e ascensão social, numa cultura que acentua a desigualdade, o egoísmo, a competitividade, a violência, a intolerância, e afasta a sociedade do crescimento saudável e solidário.

Em prol dessa “necessidade” de consumir, o Brasil já apresenta altas taxas de superendividamento e de inadimplência, comprometendo também o desenvolvimento saudável da economia.

Questiona-se: é preciso consumir tanto? Não existiriam formas mais responsáveis de consumo? Comprar é a única forma possível de satisfação do consumidor? Possuir bens é incompatível com a preservação ambiental? A patologia consumista gera exclusão social? Quais os efeitos dessa exclusão social? A economia capitalista está fadada a ruir diante dos altos níveis de inadimplência? O colapso total da sociedade moderna se aproxima?

O panorama ora noticiado justifica o estudo aprofundado do fenômeno do consumo, dentro da perspectiva de uma sustentabilidade, não apenas ambiental, mas social e econômica, com o objetivo de se verificar opções de negócios mais equilibradas, já presentes, ainda que de forma incipiente, em várias partes do mundo.

Desde as últimas décadas do século XX, a crescente conscientização a respeito das consequências sociais e ecológicas do modelo tradicional de comércio fez surgir e ganhar força novas abordagens quanto às relações econômicas. É o caso da *Triple Bottom Line*, que defende a necessidade de que as empresas estejam atentas tanto aos resultados econômicos de suas atividades quanto aqueles de natureza social e ambiental, permitindo a construção de um capitalismo sustentável.

Para a obtenção dos resultados almejados pela pesquisa, o método de abordagem a ser seguido será o dialético jurídico, que abrange o fenômeno, fato concreto, e a teoria, de forma simultânea, buscando o resultado com o confronto entre os dois. Quanto ao método de procedimento de pesquisa, será utilizada uma combinação dos métodos histórico e funcionalista. Em relação ao método de investigação, que corresponde às fontes que serão usadas no decorrer do trabalho, o estudo será constituído a partir de pesquisa bibliográfica.

1. CONSUMO, SOLIDARIEDADE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.

1.1. A CULTURA DE CONSUMO

Já na Antiguidade Clássica, o consumo era objeto de análises, sob o enfoque da satisfação das necessidades da vida. De acordo com Aristóteles, homem não pode olvidar que os recursos naturais no mundo são finitos, ensejando uma preocupação acerca de um modo de vida no qual a dependência de artefatos e a acumulação financeira estivesse acompanhados da efetiva contrapartida produtiva⁴.

Para a religião Cristã, até a Reforma Protestante, no Século XVI, o consumo excessivo também era concebido como algo maléfico para o Estado, por implicar supostamente na corrupção dos homens e enfraquecimento do caráter, condenando-se a usura, dentro de uma perspectiva moral⁵.

O *homo consumericus*, na expressão de Gilles Lipovetsky⁶, enfrenta, do ponto de vista individual e psicológico, problemas crescentes, desde o seu surgimento, especialmente a partir do paradigma taylorista-fordista instaurado nas primeiras décadas do século XX⁷, a exemplo da exploração do mais forte pelo mais fraco, patologia característica nas contratações de massa, onde se prima pela despersonalização do contratante e padronização das cláusulas contratuais, limitando-se ao extremo a autonomia privada do hipossuficiente técnico-econômico.

Contra a omissão total de proteção aos fracos insurgiram-se pensadores socialistas como Comte, Saint-Simon e Karl Marx, que denunciaram os abusos da liberdade contratual⁸. O socialismo de Marx e Engels, em sua formulação essencial, insistia na tese de que a revolução burguesa apenas transferiu o poder político dos proprietários da terra para os donos da propriedade industrial⁹.

No Brasil, o consumidor está, em tese, juridicamente protegido pela incidência do Código de Defesa do Consumidor, o que implica no reconhecimento da desigualdade

⁴ SOARES-BAPTISTA, Rozália Del Gáudio. Sociedade do consumo e gestão de desejos: marcas e publicidade face à sustentabilidade. In: PIMENTA, Solange Maria *et al.* (coord.). *Sociedade e consumo: múltiplas dimensões na contemporaneidade*. Curitiba: Juruá, 2010, p. 365.

⁵ SOARES-BAPTISTA, Rozália Del Gáudio. Sociedade do consumo e gestão de desejos: marcas e publicidade face à sustentabilidade. In: PIMENTA, Solange Maria *et al.* (coord.). *Sociedade e consumo: múltiplas dimensões na contemporaneidade*. Curitiba: Juruá, 2010, p. 365.

⁶ LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 128.

⁷ SOARES-BAPTISTA, Rozália Del Gáudio. Sociedade do consumo e gestão de desejos: marcas e publicidade face à sustentabilidade. In: PIMENTA, Solange Maria *et al.* (coord.). *Sociedade e consumo: múltiplas dimensões na contemporaneidade*. Curitiba: Juruá, 2010, p. 366.

⁸ GILISSEN, John. *Introdução histórica ao direito (Introduction historique au droit)*. 4 ed. Trad. A. M. Hespanha e L. M. Macaísta Malheiros. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003. p. 739.

⁹ LASKI, Harold J. *O liberalismo europeu (The rise of european liberalism)*. Trad. Álvaro Cabral. São Paulo: Mestre Jou, 1973. p. 172.

entre as partes contratantes (CDC, art. 4º) e consequente proteção ao hipossuficiente, através das seguintes ferramentas, entre outras: nulidade de cláusulas abusivas (CDC, 6º, IV, 39, V, e 51, IV e §1º, III); impossibilidade de renúncia de garantias pelo consumidor (CDC, 51, I); inversão do ônus da prova em favor do consumidor (CDC, 6º, VIII); possibilidade de revisão contratual (CDC, 6º, V); responsabilidade civil objetiva do fornecedor (CDC, 12 e 14), com exceção para os profissionais liberais, os quais deverão responder apenas no caso de culpa; solidariedade na reparação dos danos causados ao consumidor (CDC 18,19, 25, §2º); desconsideração da personalidade jurídica (CDC, 28).

A par da proteção jurídica, a sensação que se tem sobre o consumidor é a de que não necessariamente as pessoas que compram e mantêm mais bens materiais estão mais satisfeitas com as suas vidas, ou mais felizes. Pelo contrário. Problemas como depressão, ansiedade, insônia, obesidade e doenças cardíacas se mostram em crescimento alarmante, desde a década de 80¹⁰.

Todavia, como ressalta Bauman¹¹, mostra-se profundamente ineficiente e equivocado examinar-se a lógica do consumo como uma atividade individual e solitária no intuito de se compreender o panorama do consumo atual, fazendo-se necessário focar na verdadeira novidade, qual seja, a sua natureza basicamente social, no ambiente da sociedade de consumidores, e apenas secundariamente na seara psicológica ou comportamental.

Nas palavras de Jean Baudrillard¹²,

O consumo constitui um mito. Isto é, revela-se como palavra da sociedade contemporânea sobre si mesma; é a maneira como a nossa sociedade se fala. De certa maneira, a única realidade objetiva do consumo é a ideia do consumo, a configuração reflexiva e discursiva, indefinidamente retomada pelo discurso quotidiano e pelo discurso intelectual.

A sociedade de consumo está calcada na ideia de satisfação dos desejos humanos. Tal promessa, contudo, mostra-se sedutora apenas enquanto o desejo permanece irrealizado e o que se torna permanente é, de fato, a insatisfação¹³.

¹⁰ BOTSCHAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que...*, cit., p. 14.

¹¹ BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. p. 109.

¹² BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. S/L: Edições 70, 2010. p. 264.

¹³ BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. p. 106.

A insatisfação se instala a partir do momento em que os produtos, logo após adquiridos, são depreciados e desvalorizados pelo próprio mercado ou, ainda, despertam novos desejos, por novos produtos. A “necessidade” torna-se, assim, compulsão ou vício¹⁴.

Na lição de Bauman¹⁵,

Para que a busca de realização possa continuar e novas promessas possam mostrar-se atraentes e cativantes, as promessas já feitas precisam ser quebradas, e as esperanças de realiza-las, frustradas. Um mar de hipocrisia se estendendo das crenças populares às realidades da vida dos consumidores é condição *sine qua non* para que uma sociedade de consumidores funcione apropriadamente. Toda promessa deve ser enganosa, ou pelo menos exagerada, para que a busca continue.

A partir do momento em que não os bens, mas a imagem desses bens se torna acessível a toda a sociedade, restam caracterizados os indícios da cultura de consumo. Todo um contexto de imagens e símbolos passam a ser criados e recriados acerca dos bens, o que reflete em novas formas de comportamento, no modo de sentir e pensar de grande parcela da sociedade ocidental¹⁶.

A expressão “cultura de consumo” enfatiza a importância do mundo das mercadorias e seus princípios de estruturação para a compreensão da sociedade contemporânea, dentro de um foco duplo, que verifica a dimensão cultural da economia, pela utilização de bens materiais como símbolos comunicadores, e a economia dos bens culturais, de acordo com os princípios de mercado (oferta, demanda, acumulação de capital, competição e monopolização), operando na esfera dos estilos de vida¹⁷.

Nesse contexto, a cultura de consumo estimula o jogo das diferenças, pregando que estas precisam ser reconhecidas e legitimadas socialmente. Como consequência, a alteridade total e a individualidade total tendem a ser irreconhecíveis¹⁸.

Pode-se afirmar, nessa linha, que a era do consumo, calcada na produtividade acelerada sob o signo do capital, representa igualmente a era da alienação radical. A

¹⁴ BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. pp. 106-107.

¹⁵ BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. p. 108.

¹⁶ TASCHNER, Gisela. *Cultura, consumo e cidadania*. Bauru, SP: EDUSC, 2009. p. 52.

¹⁷ FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. Trad. Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995. p. 121.

¹⁸ FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. Trad. Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995. p. 124.

lógica da mercadoria predomina, ao regular a cultura inteira, desde os processos de trabalho à questão da sexualidade. Passa-se a crer que tudo pode ser espetacularizado, orquestrado em imagens, consumível¹⁹.

Em resumo, o processo generalizado de consumo, transmutado em espetáculo, atinge a imagem e a própria alma do homem. O ser individual e suas reflexões restam abolidos em face da emissão e da recepção de signos. Ao homem do consumo não interessam as suas próprias necessidades e a sua própria imagem, perfazendo-se em imagem dos signos que ordena. A sociedade pensa e fala como sociedade de consumo, e, na medida em que consome, consome-se em ideia, da qual a publicidade é o hino fundamental²⁰.

A sociedade de consumidores transforma-se, assim, em algo maior do que a soma total dos indivíduos consumidores. É uma sociedade que, perigosamente, julga e avalia seus membros principalmente por suas capacidades consumeristas, sua conduta de consumo²¹.

Nesse sentido, a expressão “sociedade de consumidores” verbaliza mais do que a postura dos seus membros de gastar tempo e esforços visando ampliar seus prazeres, refletindo a percepção de que a política de vida dos indivíduos tende a ser remodelada com base nos meios e objetos de consumo, segundo as linhas da síndrome consumista²².

“Necessitando” consumir para definir o seu papel na sociedade, para alcançar o padrão pregado pela cultura de consumo, os indivíduos se lançam em aquisições impensadas, consequência de uma avaliação deturpada das suas possibilidades e má administração das suas finanças, o que já produz efeitos na economia do país e na questão da sustentabilidade.

1.2. CAPITALISMO E SUSTENTABILIDADE – A *TRIPLE BOTTOM LINE*

O sistema capitalista tradicional e seus mecanismos de mercado se mostram incompatíveis com uma busca sustentável pelas necessidades individuais. As relações econômicas e o modelo tradicional de geração de riquezas se mostram altamente

¹⁹ BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. S/L: Edições 70, 2010. p. 261.

²⁰ BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. S/L: Edições 70, 2010. pp. 261-262, 264.

²¹ BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. p. 109.

²² BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. p. 109.

destrutivas em relação ao capital natural e social. As sociedades industriais ocidentais do século XXI são desafiadas, assim, a estudar novas formas de cooperação com seus fornecedores, consumidores acionistas e mesmo competidores, para garantir benefícios em termos de “cidadania corporativa”²³, ao mesmo tempo em que se mantêm competitivas. G. Venkatesh²⁴ ressalta essa busca por novas ideias e o surgimento da TBL nesse contexto,

A ecologia industrial é baseada em analogias e pensamento lateral, copiando e adaptando, e abrindo as fronteiras da imaginação e da inovação para tornar a estrada em direção ao desenvolvimento sustentável mais tranquila. Ao tratar do papel central que a humanidade precisa exercer para tornar o desenvolvimento sustentável uma realidade, uma bela analogia aparece: entre a visão holística do desenvolvimento humano individual e a abordagem da *triple bottom line* (econômica, social e ambiental) para o progresso sustentável da humanidade como um todo na superfície da Terra.

Foi nesse contexto que John Elkington²⁵ idealizou a *Triple Bottom Line* (TBL), uma abordagem cujo objetivo é adicionar valores sociais e ambientais à atuação das empresas, sem sacrificar seu intuito lucrativo e sua natureza competitiva. Dessa forma, as relações econômicas são observadas a partir de três dimensões inter-relacionadas: a econômica, a social e a ambiental, os “Três Pilares da Sustentabilidade”²⁶.

A TBL parte do entendimento de que a governança global sofreu uma importante modificação, na medida em que as instituições econômicas internacionais adquiriram mais poder, enquanto autoridades governamentais tiveram sua influência diminuída. Junto com sua posição mais central, também aumentou a responsabilidade das empresas sobre suas próprias atividades. Assim, a transição do capitalismo tradicional para uma forma mais sustentável depende da mudança de atitude das

²³ ELKINGTON, John. Towards the suitable corporation: win-win-win business strategies for sustainable development. *California management review*, v. 36, n. 2, 1994, p. 90.

²⁴ VENKATESH, G. Triple Bottom Line Approach to Individual and Global Sustainability *Problems of Sustainable Development*, v. 5, n. 2, European Academy of Science and Arts, 2010, p. 29. (tradução nossa)

²⁵ John Elkington deu vida ao princípio da TBL em seu livro *Cannibal with forks: The triple bottom line of 21st century business*, lançado em 1997. BERKOVICS, Dalma. Fiche de Lecture: Cannibals with forks. *Observatoire du Management Alternatif*, École des hautes études commerciales de Paris, abril de 2010, p. 5.

²⁶ A perspectiva tridimensional da atuação empresarial já podia ser identificada no pensamento de Elkington em sua “win-win-win business strategy”: ELKINGTON, John. Towards the suitable corporation: win-win-win business strategies for sustainable development. *California management review*, v. 36, n. 2, 1994, p. 99.

empresas, condizente com as exigências dessa nova realidade, marcada pela posição central de tais empresas na governança global.

Nesse sentido, Elkington enumera as ditas “sete revoluções”²⁷, a serem assimiladas pelas empresas: (i) as relações comerciais são realizadas em mercados mais abertos à competição; (ii) os valores humanos e sociais se transformam a nível mundial, modificando as bases nas quais se estruturam as empresas; (iii) amparadas pelos novos valores e por novas tecnologias de informação, é exigida cada vez maior transparência por parte das empresas; (iv) as empresas também são cobradas quanto às implicações da produção, do transporte, do uso e mesmo do descarte de seus produtos; (v) aumenta a velocidade com que são formadas parcerias entre empresas, e entre estas e outras organizações, a fim de cumprir com obrigações sociais e ambientais; (vi) a própria maneira de lidar com o tempo muda, devido, por um lado, à velocidade da transmissão de informações e, por outro, à necessidade de pensamento a longo prazo para algumas questões relacionadas à sustentabilidade; e, por fim, (vii) questionamentos quanto à verdadeira função da economia surgem na sociedade, fortalecendo a noção de governança corporativa no cenário político internacional.

Estas transformações, direcionadas à construção de um capitalismo genuinamente sustentável, devem ser vistas como inter-relacionadas, e é sua observação conjunta que justifica uma abordagem voltada não apenas aos valores econômicos agregados pelas empresas, mas também os valores sociais e ambientais.

Como explica Timothy Slaper²⁸, esse fenômeno não se restringe às empresas, tendo a TBL ganhado força entre entidades sem fins lucrativos e governamentais. As entidades sem fins lucrativos entram em parceria com entidades empresariais para tratar de assuntos relacionados à sustentabilidade que afetem os acionistas de ambas. Entidades governamentais, por sua vez, vêm adotando a abordagem da TBL em suas tomadas de decisões e no monitoramento de atividades, afim de verificar a conformidades destas com a sustentabilidade social. Para alcançar um verdadeiro crescimento econômico sustentável, o papel do governo deve ir além das medidas tradicionais de proteção ambiental e evoluir, tal como o das empresas.

A TBL também se refere a uma nova estrutura de medição do desempenho das empresas, que vai além da tradicional verificação do lucro, do retorno de investimento e

²⁷ ELKINGTON, John. Enter the triple bottom line. In: HENRIQUES, Adrian; RICHARDSON, Julie (Org.). *The triple bottom line: does it all add up?* Earthscan, 2004, pp. 3-6.

²⁸ SLAPER, Timothy; HALL, Tanya J. *The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work?*. *Indiana Business Review*, v. 86, n. 1, 2011, pp. 4-7.

da rentabilidade dos acionistas, avaliando a atuação das companhias com foco nas três dimensões inter-relacionadas: a econômica, a social e a ambiental. O objetivo é tornar a avaliação dos resultados das empresas com base na abordagem da TBL uma importante ferramenta em direção à sustentabilidade. No entanto, as três dimensões obviamente não são medidas segundo os mesmos parâmetros, e as medidas de caráter ecológico ou social podem se mostrar difíceis de serem mensuradas. Por outro lado, a flexibilidade da TBL permite às organizações aplicar o conceito da maneira mais adequada às suas necessidades específicas, como leciona Timothy Slaper²⁹:

Não há um método universal para calcular o TBL. Nem há um padrão universal para as medidas que compõem cada uma das três categorias do TBL. Isso pode ser visto como um ponto positivo porque permite adaptar a estrutura geral às necessidades das diferentes entidades (comerciais ou sem fins lucrativos), diferentes projetos ou políticas (investimentos em infraestrutura ou programas educacionais) ou diferentes limites territoriais (uma cidade, região ou país).

1.3. SOLIDARIEDADE E CONSUMO SUSTENTÁVEL

A solidariedade ingressa no sistema jurídico brasileiro materializada no art. 3º, I, da Constituição Federal, estimulando em cada indivíduo consciência perceptiva do ambiente social, pelo que pode ser considerada como um novo paradigma para o direito, no qual Estado e indivíduo assumem uma aliança, de caráter absolutamente democrático, visando incrementar direitos básicos destes, promoção de políticas de erradicação da pobreza e de redução das desigualdades³⁰.

Realiza-se, então, como um ato complexo, no qual concorrem o Poder Público e a própria sociedade, apontando a Constituição Federal as diretrizes ideológicas, políticas e jurídicas para sua otimização e implementação, ao acolher os princípios da dignidade humana e do pluralismo social e político³¹.

O discurso da solidariedade, dentro de um quadro democrático, implica admitir direitos e deveres nas relações interindividuais, como cooperação e respeito, exigindo uma postura não só do Estado, mas também de cada cidadão em relação a todos os demais.

²⁹ SLAPER, Timothy; HALL, Tanya J. The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work? *Indiana Business Review*, v. 86, n. 1, 2011, p. 5. (Tradução nossa)

³⁰ CARDOSO, Alenilton da Silva. *Princípio da solidariedade: o paradigma ético do direito contemporâneo*. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2010. pp. 109, 116, 122 e 151.

³¹ DINIZ, Marcio Augusto de Vasconcelos. Estado social e o princípio da solidariedade. *Nomos: Revista do Curso de Mestrado em direito da UFC*. Fortaleza, v. 26, pp. 171-185, janeiro-junho de 2007. p. 173.

A solidariedade, assim, ingressa no sistema jurídico como uma forma de atribuir significado ao próximo, despertando no indivíduo o reconhecimento da existência do outro, porque estimula em cada um a consciência perceptiva do ambiente social. Torna-se, assim, um novo paradigma para o direito, que, visando melhorar o Estado, a sociedade e a qualidade de vida dos cidadãos, implica um sistema jurídico que valoriza a dignidade plena do ser humano e a responsabilidade social de todos, no qual não se encaixam a indiferença social e o egoísmo individual exacerbado³².

Como consequência, o aludido princípio jurídico expande-se por todas as áreas do direito, oxigenando-as, orientando os rumos a serem seguidos e impedindo a manutenção de atos a ele contrários, inclusive no que se refere ao direito ambiental e ao direito do consumidor.

A percepção do impacto ambiental dos atuais padrões de consumo, desde a década de 90, tem ocasionado um novo discurso dentro do ambientalismo internacional, redefinindo a problemática ambiental com base nas relações de consumo, visando à sustentabilidade³³.

A abundância dos bens de consumo, símbolo do capitalismo moderno, já é objeto de críticas que alçam o consumismo como um dos principais problemas da sociedade moderna, repercutindo fortemente na crise ambiental. Tratar do consumismo passou a significar também uma contribuição para a construção de uma sociedade mais sustentável³⁴.

A incorporação das questões relacionadas ao consumo aos crescentes movimentos sociais, como o ecológico, acendeu o debate sobre o consumo ambientalmente consciente que, posteriormente, evoluiu para a ideia de consumo social e politicamente responsável. O objetivo é colaborar para que a soberania do consumidor, propagada pelo neoliberalismo, converta-se em cidadania do consumidor, instrumento de ativa prática social, política e ecológica³⁵.

Toda essa discussão demonstra que a organização individualista do consumo desconecta os membros da sociedade enquanto cidadãos, repercutindo na questão da solidariedade. Tornam-se cada vez mais necessária a criação de redes de intercâmbio de

³² CARDOSO, Alenilton da Silva. *Princípio da solidariedade: o paradigma ético do direito contemporâneo*. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2010. pp. 109, 116 e 122.

³³ PORTILHO, Fatima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 2ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 39.

³⁴ PORTILHO, Fatima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 2ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 67.

³⁵ PORTILHO, Fatima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 2ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 218.

informação e aprendizagem com foco nas práticas de consumo enquanto ferramenta para o exercício da cidadania³⁶.

De fato, a busca de alternativas para o consumismo tem repercussão na questão ambiental. Todavia, não se pode olvidar que as matérias da solidariedade e da sustentabilidade extrapolam tal viés, com claro impacto em questões como desenvolvimento social e economia.

Nesse prisma, ao tratar do tema da sustentabilidade, Juarez Freitas³⁷ ensina que

trata-se do princípio constitucional que determina, com eficácia direta e imediata, a responsabilidade do Estado e da sociedade pela concretização solidária do desenvolvimento matéria e imaterial, socialmente inclusivo, durável e equânime, ambientalmente limpo, inovador, ético e eficiente, no intuito de assegurar, preferencialmente de modo preventivo e precavido, no presente e no futuro, o direito ao bem-estar.

E continua o referido autor³⁸:

a sustentabilidade não pode ser considerada um tema efêmero ou de ocasião, mas prova viva da emergência de uma racionalidade dialógica, interdisciplinar, criativa, antecipatória, medidora de consequências e aberta. (...) As grandes questões ambientais do nosso tempo (a saber, o aquecimento global, a poluição letal do ar e das águas, a insegurança alimentar, o esgotamento nítido dos recursos naturais, o desmatamento criminoso e a degradação disseminada do solo, só para citar algumas) devem ser entendidas como questões naturais, sociais e econômicas, simultaneamente, motivo pelo qual só podem ser equacionadas mediante uma abordagem integrada, objetiva, fortemente empírica e, numa palavra, sistemática.

Segundo pesquisas realizadas pelo Instituto Akatu, a terra precisaria ter 50% (cinquenta por cento) mais recursos para sustentar o padrão de consumo atual³⁹. Já a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e alimentação (FAO) constatou e alertou que, ao final de 2009, o número de vítimas da fome ultrapassaria a marca de um

³⁶ PORTILHO, Fatima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 2ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 218.

³⁷ FREITAS, Juarez. *Sustentabilidade: direito ao futuro*. 2 ed. Belo Horizonte, Fórum, 2012. p. 41.

³⁸ FREITAS, Juarez. *Sustentabilidade: direito ao futuro*. 2 ed. Belo Horizonte, Fórum, 2012. pp. 29 e 31.

³⁹ Informação obtida em 25 de agosto de 2013, no site: <http://www.akatu.org.br/Temas/Sustentabilidade/Posts/Terra-precisaria-ter-50-mais-recursos-para-sustentar-padrao-de-consumo-atual>.

bilhão de pessoas. Tais dados, confrontados, demonstram um padrão de consumo acima das necessidades, a par de uma ausência assustadora de itens básicos de sobrevivência, como alimento, situação a gerar, fora de dúvida, um contexto de desenvolvimento social preocupante⁴⁰.

Por outro lado, o superendividamento se mostra, cada vez mais, uma realidade na sociedade brasileira. Segundo Cláudia Lima Marques⁴¹, trata-se uma “impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas suas dívidas atuais e futuras de consumo”.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE divulgou, que, em 2012, 14,1% das famílias brasileiras estavam superendividadas. Já o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA informou que 92,9% dessas famílias não planejam tomar crédito e 31,6% das contas estão em atraso. Dados alarmantes como estes fazem com que os economistas afirmem que distorções no sistema de intermediação colocam em risco a oferta saudável de crédito, gerando, conseqüentemente, atraso no crescimento nacional⁴².

Nesse contexto, é legítimo pensar se a economia, no seu sentido amplo, como o conjunto das atividades que contribuem para a produção e a distribuição de riquezas, pode resumir-se ao circuito clássico da circulação de riquezas constituído pelas esferas do Estado e do mercado nas sociedades contemporâneas. Não seria possível uma forma alternativa de economia?⁴³

Já é realidade, em diferentes partes do mundo, uma outra espécie de economia, gestada a partir de iniciativas, sobretudo de natureza cooperativista e associativista, oriundas da sociedade civil e dos meios populares. Mostra-se sob diferentes configurações: criação coletiva do próprio circuito de produção e consumo, alimentando cadeias socioprodutivas autônomas e, em alguns casos, não-monetarizadas, ou diferentes tipos de parcerias com os poderes públicos. É o que se chama de economia

⁴⁰ SOARES-BAPTISTA, Rozália Del Gáudio. Sociedade do consumo e gestão de desejos: marcas e publicidade face à sustentabilidade. In: PIMENTA, Solange Maria *et al.* (coord.). *Sociedade e consumo: múltiplas dimensões na contemporaneidade*. Curitiba: Juruá, 2010, p. 363.

⁴¹ MARQUES, Cláudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI; Rosângela Lunardelli (Coord). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 256.

⁴² Informação obtida em 25 de agosto de 2013, no site: http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=14604.

⁴³ FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. p. 15.

colaborativa-solidária. Como exemplos, projetam-se os bancos populares, clubes de trocas e as cooperativas sociais⁴⁴.

O estudo de diversos exemplos do consumo colaborativo demonstra que, na essência, eles devem compartilhar quatro orientações fundamentais: (1) a influência da massa crítica, (2) o aproveitamento da capacidade ociosa de coisas e habilidades, (3) a crença no bem comum e (4) a confiança entre desconhecidos, sendo que nenhum destes pontos é considerado mais importante do que o outro, embora, em alguns casos, um deles possa ser mais desenvolvido, fundamentando o funcionamento do sistema, do que em outros⁴⁵.

A massa crítica popular descreve a existência de um impulso suficiente em um sistema para fazê-lo funcionar de forma autossustentável, explicando, em diversos campos, desde reações de consumo nucleares em cadeia à adoção em larga escala de novas tecnologias. Ela é vital para o consumo colaborativo por dois motivos: a satisfação nas escolhas e a “prova social”⁴⁶.

Quando consumimos, fazemos escolhas, buscando satisfação e conveniência. Para que o consumo colaborativo possa competir com as compras convencionais, deve haver escolhas suficientes sobre produtos para que o consumidor sinta-se satisfeito com o que está disponível⁴⁷.

Embora não exista uma fórmula universal a determinar o ponto certo da massa crítica para diferentes tipos, tendo em vista que isso é variável em razão do contexto de cada negócio, das necessidades em jogo e das expectativas dos usuários, o princípio é o mesmo: cada sistema específico de consumo colaborativo será bem-sucedido e se firmará no mercado se os usuários estiverem satisfeitos com as opções de escolha e com a conveniência à sua disposição⁴⁸.

A segunda razão da importância vital da massa crítica para o consumo colaborativo é que um grupo central de primeiros usuários, fiéis e frequentes, uma vez atraído, proporciona uma “prova social” de que estas formas de negócio são algo que os

⁴⁴ FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. p. 15.

⁴⁵ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 64.

⁴⁶ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 64.

⁴⁷ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 64.

⁴⁸ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 66-68.

outros deveriam experimentar, influenciando as pessoas em geral a cruzarem a barreira psicológica que muitas vezes existe em torno de novos comportamentos, que fogem a um modelo tradicional de consumo⁴⁹.

De acordo com Rachel Botsman e Roo Rogers⁵⁰,

a prova social é fundamental para o consumo colaborativo porque a maioria das formas geralmente exige que as pessoas façam alguma coisa um pouco diferente e que elas mudem velhos hábitos. Para que elas se convençam a fazer a mudança, a maioria das pessoas precisa ver ou experimentar uma massa crítica de consumidores que também fazem a troca. Muitas vezes decidiremos o que fazer ou o que não fazer de acordo com o que as pessoas à nossa volta estão fazendo.

Outro ponto a se considerar é o potencial ocioso de um produto quando ele não está sendo usado, chamado de capacidade ociosa. O desperdício não está ligado apenas ao lixo, mas à quantidade de coisas que possuímos e não utilizamos. Por exemplo: o carro fica ocioso em média 22 (vinte e duas) horas por dia, o quarto de hóspedes raramente é utilizado, o vestido de noite depende de uma ocasião especial para ser usado etc. O consumo colaborativo implica em calcular como podemos aproveitar esta capacidade ociosa, não apenas dos bens, mas de habilidades em geral, e redistribuí-la em outro lugar⁵¹.

Já a crença nos bens comuns é uma reação à deturpação dos conceitos de propriedade privada e cercamentos, que se espalharam rapidamente pela Europa e pelos Estados Unidos durante os séculos XVIII e XIX, justificando-se pela lógica errônea de que os recursos, se compartilhados, estariam sujeitos ao uso excessivo e indevido pelos indivíduos, supostamente sempre influenciados de acordo com os seus interesses próprios de curto prazo⁵².

A história tem demonstrado, todavia, que tal visão limitada da propriedade privada e dos indivíduos, que faz apologia a uma tragédia inevitável, não é sempre a melhor ou a única resposta. A *Internet*, apenas a título exemplificativo, é o bem comum

⁴⁹ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 68-69.

⁵⁰ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 70.

⁵¹ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 70-71 e 73.

⁵² BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 74-75.

mais robusto que já existiu, e o seu espaço está cada vez mais firmado na sociedade moderna⁵³.

Outro exemplo bastante salutar foi criado pelo professor de direito de Standord, Lawrence Lessig, o qual dedicou boa parte de sua carreira a estudar, pesquisar e promover o valor de um bem comum de ideias culturais, educacionais e científicas. O referido professor, reconhecendo a necessidade de facilitar o compartilhamento, a recombinação e a reutilização de conteúdos criativos – músicas, fotos, conhecimento e filmes, lançou, em 2002, o *Creative Commons*, que oferece licenças gratuitas de direitos autorais para incentivar o compartilhamento de materiais e a colaboração⁵⁴.

Tal iniciativa, lastrada na ideia de bem comum, representa uma solução para a falha no compartilhamento, criando uma cultura significativa de socialização *online* que nos estimula a compartilhar, contando, atualmente, com mais de 100 (cem) milhões de licenças, emitidas em 52 (cinquenta e dois), e possuindo usuários ilustres, como a Casa Branca, nos Estados Unidos⁵⁵.

Mas, para que o ciclo do consumo colaborativo seja eficiente, é preciso, ainda, que os usuários das suas redes, pessoas desconhecidas, em diferentes graus, confiem umas nas outras. É preciso que se acredite que as pessoas envolvidas são inofensivas, honestas, e que o produto apresenta mesmo as características informadas⁵⁶.

No mundo do hiperconsumo, intermediários, como assistentes de vendas, gerentes, corretores, negociadores, mediadores, agentes e distribuidores, acabam por preencher a lacuna de confiança entre produtores e o consumidores. Mas o consumo colaborativo elimina a necessidade destes tipos de intermediários, ou, pelo menos, redefine o seu papel, que deixa de ser o de simplesmente fiscalizar o comércio, para que passem a funcionar como curadores e embaixadores, criando plataformas que facilitem as trocas e as contribuições autogeridas⁵⁷.

De fato, mostra-se necessária uma mudança na mentalidade sobre o uso de produtos e já se difundem mundialmente sistemas lastreados na ideia de que se pode

⁵³ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 75-76.

⁵⁴ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 75-76.

⁵⁵ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 75-76.

⁵⁶ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 77.

⁵⁷ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 77.

obter benefícios dos bens sem possuí-los definitivamente, o que repercute no modelo de propriedade privada individual. O que se percebe é que, se um produto de uma empresa é compartilhado entre pares, isso maximiza a sua utilidade, sem que os usuários devam arcar com o ônus da propriedade, como pagar completamente pelo valor do produto, manutenção ou seguro⁵⁸.

As motivações daqueles que participam desse tipo de economia são diversas. Alguns, mais altruístas, na defesa do “consumo verde”, mostram-se preocupados com as gerações futuras, os aspectos sociais ou simplesmente buscam um relacionamento mais estreitos com pessoas e não marcas. Outros estão focados numa urgência prática de economizar dinheiro ou tempo, ou seja, mantendo a crença no interesse próprio⁵⁹.

As iniciativas de economia solidária e consumo colaborativo em diferentes partes do mundo, em verdade, apresentam semelhanças com algumas tendências históricas e culturais de organização de grupos sociais do passado, que ressurgem ou se revigoram na modernidade, combinando a dimensão comunitária tradicional e a moderna dimensão pública na sua ação⁶⁰.

Sem focar numa estratégia única, de criação de emprego, de direto à renda ou de repartição do trabalho, a economia solidária apresenta-se como uma estratégia de multiplicação das formas de trabalho, sem a pretensão de oferecer uma solução mágica de saída da crise, mas contribuindo à custa de esforços de modelização, de avaliação, de trocas, considerando uma maior visibilidade das relações entre a economia e a sociedade, como um desafio democrático⁶¹.

A vocação de tais iniciativas é exatamente combinar a dimensão pública da economia com a força dos laços comunitários da sociedade, resultando em dinâmicas comunitárias abertas à alteridade e espaços públicos de proximidade⁶².

Nesse passo, algumas espécies de contrato em particular se mostram em exata sintonia com os preceitos da economia solidária e do consumo colaborativo, a exemplo da locação de coisas.

⁵⁸ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 61.

⁵⁹ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 60.

⁶⁰ FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. pp. 17-18.

⁶¹ FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. p. 93.

⁶² FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. p. 20.

Não há, contudo, como se prever os rumos que seguirá o consumo colaborativo. Não é possível dizer quanto, quão longe e quão rápido ele vai crescer, mesmo em face das fortes tendências de evolução deste fenômeno socioeconômico até 2015. Não se trata, certamente, de uma iniciativa que vai contra as empresas, pois estas continuarão vendendo e as pessoas continuarão comprando. As expectativas são de uma melhora no perfil dos consumidores e na maneira de consumir, bem como um afastamento da cultura hiperindividualista⁶³.

2. A LOCAÇÃO DE COISAS E A RESSIGNIFICAÇÃO DO CONCEITO DE PROPRIEDADE COMO INSTRUMENTOS DO CONSUMO COLABORATIVO E SUSTENTÁVEL.

Ao discorrer sobre a importância do direito de propriedade, Allende⁶⁴ reconhece que *“las luchas sociales y las grandes revoluciones de la humanidad no tienen en general otro fin que adecuar la legislación de este derecho real a las nuevas necesidades y aspiraciones del pueblo”*.

Quanto à sua natureza, o direito de propriedade era visto tradicionalmente como absoluto⁶⁵, exclusivo e perpétuo. Absoluto - por poder o proprietário desfrutar da coisa da maneira que lhe convir, impondo o seu direito *erga omnes*; exclusivo - por ter o proprietário o poder de excluir terceiros da utilização da coisa, e até mesmo o Estado, que não pode privar o proprietário do seu direito senão expropriando a coisa mediante indenização⁶⁶; e perpétuo - no sentido de que só se extingue pela vontade do titular ou da lei, não se extinguindo pelo não-uso.

Essas características de absolutismo, exclusividade e perpetuidade, entretanto, foram atingidas por força da evolução do conceito de propriedade que se deu modernamente, no sentido de uma redução dos direitos do proprietário⁶⁷.

Hodiernamente, a propriedade não é mais vista na sua concepção individualista exacerbada, típica do capitalismo pós-Revolução Francesa. Aliás, repita-se, o primeiro confronto entre o pensamento liberal e o princípio da socialidade ocorreu justamente em

⁶³ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 150-151.

⁶⁴ ALLENDE, Guillermo L. *Panorama de Derechos Reales*. Buenos Aires: La Ley, 1967. p. 371.

⁶⁵ Conforme o art. 544, do Código de Napoleão, “A propriedade é o direito de gozar e dispor das coisas da maneira mais absoluta”.

⁶⁶ GONÇALVES, Luiz da Cunha. *Tratado de Direito Civil*. Coimbra: Coimbra, v. 11, 1936. p. 179.

⁶⁷ RODRIGUES, Silvio. *Direito civil: direito das coisas*. 27 ed. São Paulo: Saraiva, v. 5, 2002. pp. 84-85.

limitação da propriedade, para, posteriormente, atingir outros institutos de direito privado, como o contrato.

O absolutismo vem sendo limitado pela restrição das prerrogativas de usar e gozar da coisa, como se nota, p. ex., na multiplicação das servidões legais, na Lei do Inquilinato, na Lei de Luvas etc. A exclusividade também vem sendo atingida, na medida em que a lei confere a outras pessoas que não o proprietário o direito de utilizar a coisa até mesmo contra a vontade do proprietário, como ocorre no caso dos locatários. Já a perpetuidade foi atingida a partir do momento em que se ampliou o rol de hipóteses de perda da propriedade, como nos casos de desapropriação, hoje podendo, inclusive, ser realizada para fins de reforma agrária.

De grande relevância em toda essa citada evolução da propriedade, aspecto de salutar relevância é a instituição do princípio da função social da propriedade. A Constituição de Weimar, de 11 de agosto de 1919, já refletia esses ideais sociais, como a função social da propriedade, estabelecendo, em seu art. 153, que a propriedade obriga e que seu uso deve ser realizado no interesse geral. A expressão função social da propriedade surgiu no ordenamento nacional através do Estatuto da Terra (Lei 4.504/64), primeira legislação latino-americana a tratar da reforma agrária, nos seus arts. 2º, caput, e 12, onde já estabelecia que a propriedade deve ter uma função social.

O princípio fundamental da função social da propriedade foi estabelecido entre nós pelo art. 5º, XXIII, da Constituição Federal de 1988 e constitui, no nosso entender, o alicerce do regime jurídico da propriedade, à medida que evita o abuso desse direito e reflete uma visão moderna da propriedade como direito limitado em face do bem comum⁶⁸.

Ao contrário do que se possa imaginar, a função social da propriedade, expressão de conceituação difícil e imprecisa, não constitui sacrifício à propriedade

⁶⁸ A Constituição Federal de 1988 estabelece as diretrizes para a configuração do que venha a ser na prática a função social da propriedade ao estabelecer, no seu art. 182, § 2º, que “a propriedade urbana cumpre sua função social quando atende às exigências fundamentais de ordenação da cidade expressas no plano diretor”. E também, no seu art. 186, que “a função social é cumprida quando a propriedade rural atende, simultaneamente, segundo critérios e graus de exigência estabelecidos em lei, os seguintes requisitos: I – aproveitamento racional e adequado; II – utilização adequada dos recursos naturais disponíveis e preservação do meio ambiente; III – observância das disposições que regulam as relações de trabalho; IV – exploração que favoreça o bem-estar dos proprietários e dos trabalhadores”. O Código Civil de 2002, ao tratar da função social da propriedade, dispõe, no art. 1.228, § 1º: “o direito de propriedade deve ser exercido em consonância com as suas finalidades econômicas e sociais e de modo que sejam preservados, de conformidade com o estabelecido em lei especial, a flora, a fauna e as belezas naturais, o equilíbrio ecológico e o patrimônio histórico e artístico, bem como evitada a poluição do ar e das águas”.

privada, mas uma garantia de sua manutenção pacífica. A propriedade continua exclusiva e transmissível livremente.

A função da propriedade tornou-se social no momento em que o legislador entendeu, da mesma forma como aconteceria posteriormente em matéria contratual, que o exercício desse direito não deveria ser protegido apenas para a satisfação do seu titular⁶⁹.

Desvanecida a ilusão liberal da coincidência dos interesses individual e coletivo, coloca-se com premência a necessidade de assegurar que a propriedade não seja afastada do benefício social. Foi na tentativa de conceber o direito como limitado que se desenvolveram as teorias do abuso do direito e teorias que agregam ao direito elementos funcionais, como, por exemplo, no caso da função social da propriedade⁷⁰.

É importante também ressaltar que a função social da propriedade não se confunde com as limitações impostas ao proprietário pelo ordenamento jurídico, a exemplo das limitações impostas em face do direito de vizinhança. É um princípio a ser observado pelo intérprete e pelo aplicador do direito, além de ser uma diretriz para o exercício do próprio direito de propriedade⁷¹. Limitações, obrigações e ônus são externos ao direito de propriedade, vinculando simplesmente a atividade do proprietário, interferindo no exercício do direito; enquanto a função social está ligada à própria estrutura do direito de propriedade. O fundamento das limitações à propriedade está na atuação do poder de polícia e não na função social, que é completamente independente⁷².

Saliente-se, ainda, que, com o progresso do capitalismo, abriu-se um processo de mobilização e desmaterialização da riqueza⁷³, em que esta não se identifica mais exclusivamente com coisas materiais. Passam a surgir riquezas imateriais, como certas relações ou direitos a exigir determinadas prestações, a exemplo do que ocorre nos títulos de crédito.

Por outro lado, o relacionamento entre produtos físicos, propriedade individual e identidade própria está passando por uma evolução profunda. Uma grande parte da

⁶⁹ GOMES, Orlando. *Direitos reais*. Atualizado por Humberto Theodoro Júnior. 13 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1998. p. 107.

⁷⁰ ASCENSÃO, José de Oliveira. *Direitos Reais*. Lisboa: [s.e.], 1971. pp. 138-139.

⁷¹ GOMES, Orlando. *Direitos Reais*. Atualizado por Humberto Theodoro Júnior. 13 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1998. pp. 110-112.

⁷² SILVA, José Afonso da. *Curso de Direito Constitucional Positivo*. 11 ed. São Paulo: Malheiros, 1996. p. 273.

⁷³ ROPPO, Enzo. *O contrato*. Trad. Ana Coimbra e M. Januário C. Gomes. Coimbra: Almedina, 1988. pp. 64-66.

liberdade do indivíduo foi criada em torno da ideia do “direito de possuir”, mas as novas gerações nascidas no mundo digital já começam a apresentar uma quebra neste relacionamento poderoso com a propriedade⁷⁴.

Os benefícios de tal “desmaterialização” estão presentes, por exemplo, quando baixamos uma música do i-Tunes ou ouvimos uma faixa no Spotify, ferramentas que acabam por transformar produtos em serviços, mesmo que não tenhamos consciência disso⁷⁵.

De fato, existe um debate acirrado sobre se o meio digital é melhor ou pior do que aquilo que ele está substituindo, sendo apontadas perigosas consequências nas áreas da privacidade, pirataria e propriedade. Culturalmente, também se deve reconhecer que sempre haverá, por exemplo, os bibliófilos, desejosos por manter e colecionar prateleiras de livros, e amantes da música prazerosos em manusear LPs antigos. Porém, é notável que, em várias áreas das nossas vidas, a importância de possuir coisas físicas está diminuindo, o que nos permite concluir que o produto está se tornando apenas um meio para se alcançar um fim. Cada vez mais, as pessoas percebem uma riqueza que está muito mais no uso do que na propriedade⁷⁶.

Nesse movimento de ressignificação da propriedade, existe um tipo de contrato que tem demonstrado papel fundamental, qual seja, a locação de coisas, instrumento salutar do consumo solidário e sustentável, simbolizando os benefícios do uso em detrimento da propriedade.

A locação de coisas é o contrato pelo qual uma das partes (locador, senhorio ou arrendador) se obriga a conceder à outra (locatário, inquilino ou arrendatário) o uso ou o gozo de uma coisa não fungível, temporariamente e mediante remuneração. Seu traço característico é o retorno da coisa locada ao seu proprietário, ao final do pacto. Trata-se de negócio que sempre desfruta, no direito privado, de grande prestígio, perdendo apenas para a compra e venda, no grau de utilização e importância⁷⁷.

⁷⁴ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 81.

⁷⁵ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 82.

⁷⁶ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 82-83.

⁷⁷ DINIZ, Maria Helena. *Curso de direito civil brasileiro: teoria geral das obrigações contratuais e extracontratuais*. 28 ed. São Paulo: Saraiva, v. 3, 2012. p. 279. GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012. pp. 307-308. GAGLIANO, Pablo Stolze e PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo curso de direito civil: contratos: contratos em espécie*. 6 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, vol. 4, tomo II, 2013. pp. 192-193. FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009. p. 522.

A regulamentação da locação de coisas é bastante ampla e especializada. Quando tem por objeto coisa móvel, aplica-se o Código Civil; para prédios urbanos, a Lei do Inquilinato (Lei 8.245/1991); no que se refere aos imóveis rurais, vale o Estatuto da Terra (Lei 4.504); e se a operação configurar relação de consumo, o Código de Defesa do Consumidor.

O Código Civil se aplica, ainda, subsidiariamente à Lei do Inquilinato e ao Estatuto da Terra, sendo que, a primeira exclui, expressamente, da sua incidência as locações de imóveis de propriedade da União, dos Estados, dos Municípios; de vagas autônomas de garagem ou de espaços para estacionamento de veículos; de espaços destinados à publicidade; de apart-hotéis, hotéis-residência ou equiparados; e o arrendamento mercantil (art. 1º, parágrafo único).

Para a validade desse tipo de contrato, além de todos os elementos essenciais exigíveis para todas as espécies de negócios jurídicos, é preciso que se observem algumas características especiais quanto ao objeto e remuneração.

O objeto da locação pode ser móvel ou imóvel, corpóreos ou incorpóreos. Todavia, é preciso que o bem seja infungível e não consumível, pois o traço característico da locação é o retorno da coisa locada ao seu dono. Por essa mesma razão, não constitui óbice à locação a inalienabilidade da coisa, ainda que estes, tecnicamente sejam considerados bens fora do comércio⁷⁸.

O preço, denominado aluguel ou remuneração, também é essencial para a configuração da locação de coisas, sob pena do contrato ser descaracterizado para comodato, um tipo de empréstimo gratuito, que também envolve o uso da coisa. Geralmente é fixado pelas partes, mas também pode ocorrer mediante arbitramento administrativo ou judicial, por imposição de ato governamental ou em concorrência pública, nas locações de bens da União, não cabendo, todavia, a sua estipulação potestativa, ou seja, ao arbítrio exclusivo de um dos contratantes⁷⁹.

⁷⁸ DINIZ, Maria Helena. *Curso de direito civil brasileiro: teoria geral das obrigações contratuais e extracontratuais*. 28 ed. São Paulo: Saraiva, v. 3, 2012. pp. 284-287. GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012. pp. 310-314. GAGLIANO, Pablo Stolze e PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo curso de direito civil: contratos: contratos em espécie*. 6 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, vol. 4, tomo II, 2013. pp. 197-199. FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009. pp. 522-523.

⁷⁹ DINIZ, Maria Helena. *Curso de direito civil brasileiro: teoria geral das obrigações contratuais e extracontratuais*. 28 ed. São Paulo: Saraiva, v. 3, 2012. p. 287. GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012. pp. 310-314. GAGLIANO, Pablo Stolze e PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo curso de direito civil: contratos: contratos em espécie*. 6

A coisa não precisa ser, necessariamente, propriedade do locador, haja vista que a locação não acarreta transferência do domínio, acarretando o retorno da coisa ao proprietário ao final do prazo avençado. Sendo assim, aquele que possui poderes de administração sobre a coisa pode locá-la⁸⁰.

As obrigações do locador consistem em: (a) entregar ao locatário a coisa alugada, com suas pertencas, que, não sendo partes integrantes (como o são os frutos, produtos e benfeitorias), estão afetados por forma duradoura ao serviço ou ornamentação de outro bem; (b) manter a coisa no mesmo estado, pelo tempo do contrato, realizando os reparos necessários para que a coisa seja mantida em condições de uso, salvo convenção em contrário, sob pena de permitir ao locatário a redução proporcional do preço ou até mesmo a resolução do contrato, caso o bem deixe de servir para o fim a que se destinava; (c) garantir o uso pacífico da coisa, abstendo-se, pessoalmente da prática de qualquer ato que possa perturbar o uso e gozo da coisa, bem como resguardando o locatário contra embaraços e turbações de terceiros. (d) Responder pelos vícios e defeitos ocultos da coisa locada, anteriores à locação, segundo a teoria dos vícios redibitórios, se o negócio for civil, ou teoria da qualidade, nos casos de contrato de consumo⁸¹.

Sobre as obrigações do locatário, pode-se dizer que (a) este é obrigado a servir-se da coisa alugada para os usos convencionados, sob pena de resolução do contrato, com perdas e danos; (b) tratar a coisa como se sua fosse ; (c) a pagar pontualmente o aluguel (mais impostos e taxas, se assim for convencionado) nos prazos ajustados ou, na falta de ajuste, segundo o costume do lugar; (d) dar conhecimento do locador as turbações de terceiros, fundadas em direito; e (e) a restituir a coisa, finda a locação, no estado em que a recebeu, salvo as deteriorações naturais ao uso regular, sendo que o

ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, vol. 4, tomo II, 2013. pp. 199-200. FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009. pp. 522-523.

⁸⁰ DINIZ, Maria Helena. *Curso de direito civil brasileiro: teoria geral das obrigações contratuais e extracontratuais*. 28 ed. São Paulo: Saraiva, v. 3, 2012. pp. 282-283. GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012. pp. 310-314. GAGLIANO, Pablo Stolze e PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo curso de direito civil: contratos: contratos em espécie*. 6 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, vol. 4, tomo II, 2013. p. 198. FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009. pp. 522-523.

⁸¹ DINIZ, Maria Helena. *Curso de direito civil brasileiro: teoria geral das obrigações contratuais e extracontratuais*. 28 ed. São Paulo: Saraiva, v. 3, 2012. pp. 290-295. GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012. pp. 314-316. GAGLIANO, Pablo Stolze e PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo curso de direito civil: contratos: contratos em espécie*. 6 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, vol. 4, tomo II, 2013. pp. 216-222. FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009. pp. 524-527.

descumprimento de tal dever caracteriza a posse injusta e de má-fé, com todos os consectários legais⁸².

Os benefícios do uso em detrimento da propriedade são visíveis no mercado do consumo solidário e sustentável. Atualmente, é possível alugar uma imensa gama de produtos como, carros, joias, televisores, artigos esportivos e até mesmo obras de arte através de mais de cerca de 12.000 (doze mil) empresas apenas nos Estados Unidos⁸³.

As novas tecnologias, por outro lado, criam nova relevância e grandes oportunidades para se projetar uma variedade de sistemas de utilização compartilhada bem diferentes dos aluguéis tradicionais. Trata-se dos sistemas de serviços de produtos de uso - SSPs de uso⁸⁴.

Na SSP de uso, um produto é possuído por uma empresa ou por um indivíduo, e diversos usuários compartilham seus benefícios por meio de um serviço. Essa modalidade se verifica especialmente: quando o produto tem uma elevada capacidade ociosa (automóveis e ferramentas domésticas); quando um produto tem um uso limitado devido à moda (bolsas); quando atendem uma necessidade temporária (equipamentos para bebês e roupas para gestantes); quando o produto perde grande parte de sua atração e valor após o uso (filmes); ou quando os custos iniciais ou de compra elevados são uma barreira de entrada (painéis solares)⁸⁵.

O exemplo mais conhecido de SSP de uso é o Netflix, ao revolucionar a maneira como alugamos filmes e programas de TV, chegando a afetar seriamente a gigante do setor, a Blockbuster⁸⁶.

De forma análoga ao que se observa em outros sistemas de serviços de produtos de uso individual, o Netflix atrai uma variedade de clientes com diversas motivações: a

⁸² DINIZ, Maria Helena. *Curso de direito civil brasileiro: teoria geral das obrigações contratuais e extracontratuais*. 28 ed. São Paulo: Saraiva, v. 3, 2012. pp. 295-302. GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012. pp. 316-19. GAGLIANO, Pablo Stolze e PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo curso de direito civil: contratos: contratos em espécie*. 6 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, vol. 4, tomo II, 2013. pp. 222-226. FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009. p. 527.

⁸³ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 83.

⁸⁴ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 84.

⁸⁵ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 84.

⁸⁶ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 85.

conveniência, o acervo, a economia de custos etc., sem perceberem, contudo, que se trata de um instrumento de grande impacto em matéria de sustentabilidade⁸⁷.

Apenas para exemplificar, para se alugar um vídeo de uma loja tradicional, são necessárias duas viagens (ida e volta), geralmente de carro e muitas vezes sozinho, emitindo-se mais poluição do que a realização desse procedimento de forma remota. Estima-se que se os membros do Netflix dirigissem até uma loja de aluguel e voltassem, eles consumiriam 3 litros de gasolina e lançariam mais de 2,2 milhões de toneladas de emissões de dióxido de carbono por ano, tudo isso sem mencionar as caixas de plástico banidas em todo esse ínterim⁸⁸.

O setor de brinquedos infantis também tem sido atingido por esta nova sistemática. Quando se tem filhos, é possível que se acumule em casa alguns brinquedos que são usados poucas vezes e depois esquecidos no fundo de um armário, tornando-se um amontoado desnecessário de plástico caro e indesejado⁸⁹.

Para solucionar esse tipo de inconveniente, surgiram as brinquedotecas, nas quais se paga um valor fixo por mês para uso de um determinado número de brinquedos, sistema muito mais sustentável. A primeira delas, chamada de Toy Loan, surgiu em Los Angeles, em 1935, e, hoje, existindo milhares espalhadas pelo mundo inteiro, dissociadas do estigma de um programa de serviço social, destinado a crianças com necessidades especiais ou a famílias de baixa renda, como a Why Not?, a Rent a Toy, a Toy Rental Club e a Baby Plays, que estão mudando essas associações negativas⁹⁰.

Em plataformas entre pares como essas toda espécie de produto está sendo alugada, mas é possível observar que, para que os consumidores superem a veneração culturalmente arraigada da propriedade, é preciso que o ato de compartilhar seja conveniente, seguro e mais eficaz em termos de custos do que a propriedade⁹¹.

Isso é possível se os *sites* de aluguel estiverem atrelados a plataformas digitais desenvolvidas para criarem um portal centralizado para o compartilhamento, alcançando

⁸⁷ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 86.

⁸⁸ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 86.

⁸⁹ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 87.

⁹⁰ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 88.

⁹¹ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 89.

uma massa crítica de bens com escolha do consumidor e acessibilidade fácil, de forma segura e confiável⁹².

Embora se trate de um mercado em seus estágios iniciais, a massa crítica já está se formando em torno dessa ideia. O Zilok, por exemplo, lançado em 2007, tinha mais de 100.000 (cem mil) itens para aluguel apenas nos Estados Unidos no final de 2009, já estando disponível em cinco países: Estados Unidos, França, Bélgica, Luxemburgo e Holanda. Em relação ao impacto sobre sustentabilidade, estima-se que a substituição de apenas um quinto das compras relacionadas ao âmbito doméstico para locação reduziria as emissões em aproximadamente 2% (dois por cento) de CO₂, ou seja, ou 13 (treze) milhões de toneladas por ano⁹³.

Importante ressaltar que os *sites* de aluguel entre pares possuem vários níveis de segurança, estando amparados por contratos que disciplinam os termos legais, pelo qual, em regra, os locatários são obrigados a realizar um depósito prévio ou optar por um seguro, o que funciona bem no caso de prevenção de danos⁹⁴.

Sintetizando as possibilidades do consumo colaborativo para o futuro, BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo⁹⁵ afirmam que

determinados comportamentos e ideias predominarão na próxima década, de maneira significativa. As pessoas terão “contas bancárias de reputação”, juntamente com suas contas bancárias normais, e uma classificação de reputação que literalmente medirá as contribuições feitas a diversos tipos de comunidades colaborativas. Mercados entre pares onde pessoas ‘vendem’ sua capacidade excedente (carros, energia, espaços, produtos, alimentos e habilidades) serão considerados como uma segunda fonte de renda. (...) As empresas de carros serão incluídas no setor da mobilidade, não no de veículos nem no de transporte. Uma explosão de serviços permitirá que você conserte, atualize e personalize os produtos possuídos ou os produtos de segunda mão. Em vez de pagar automaticamente com dinheiro por muitos produtos e serviços, nos ofereceremos para realizar um escambo de talentos, habilidades e ideias, e as moedas sociais virtuais terão se tornado uma forma normal de troca. A preferência dos consumidores por produtos artesanais

⁹² BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 89.

⁹³ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 89-90.

⁹⁴ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 90.

⁹⁵ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 185-186.

ou fabricados localmente passará a ser a norma. (...) Haverá todo um ecossistema de aplicativos e softwares para os nossos telefones e computadores que nos permitirá compartilhar qualquer tipo de produto ou serviço. Uma cultura colaborativa e de compartilhamento será a cultura.

Dentro dessa abordagem direta e aberta, o consumo colaborativo permite a fragmentação dos estereótipos de coletivismo ou ambientalismo, impulsionando os consumidores pela demonstração de que se trata de uma via que funciona melhor para eles, e que suas necessidades materiais não precisam estar em conflito com as suas responsabilidades enquanto cidadãos⁹⁶.

CONCLUSÃO

O consumo, desvirtuado em consumismo, transformou o perfil da sociedade moderna, de forma preocupante, o que demanda uma análise para além do ponto de vista individual e psicológico, num enfoque social, considerando-se sua contribuição deletéria para a questão ambiental, para as relações interpessoais, bem como as implicações econômicas de inadimplência e superendividamento.

Se é verdade que o homem precisa consumir, não se pode negar que esse movimento pode ocorrer de formas mais responsáveis, nas quais ainda se alcança a satisfação pessoal do consumidor.

Nesse contexto, merecem destaque as iniciativas de solidariedade do consumo colaborativo, no qual a propriedade foi ressignificada e a locação de coisas foi alavancada, mormente por influência da *Internet*, destacando-se como importante vertente.

O consumo colaborativo, através da locação, gera impacto incontestável e considerável em matéria de preservação ambiental, uma vez que estimula o aproveitamento máximo dos produtos, evitando o descarte prematuro, além de reduzir significativamente o desperdício e os recursos que acompanham uma nova produção.

No tocante ao desenvolvimento social, renasce uma nova consciência coletiva, pela qual os consumidores se tornam parceiros solidários e não competidores vorazes, de forma muito mais cidadã, sem exclusão social e seus efeitos nefastos para a sociedade.

⁹⁶ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 179.

A economia capitalista, por outro lado, num contexto de superendividamento e altos índices de inadimplência, já valoriza o consumo colaborativo, como meio de estabilizar a oferta saudável de crédito, permitindo a retomada do crescimento nacional.

Dentro desse novo paradigma, o consumo colaborativo e a locação coletiva podem ser concebidos como respostas à necessidade de reestruturação do modelo tradicional de capitalismo. Isso porque caracterizam relações que garantem a realização tanto de valores econômicos quanto de valores sociais e ambientais, mostrando-se compatíveis com um desenvolvimento verdadeiramente sustentável.

Longe da ineficiência inabalada, a locação de bens comuns, inclusive via *Internet*, enfrenta problemas, ligados à questão da confiança e da satisfação do consumidor, para os quais, todavia, já se desenvolvem sistemas de minimização de riscos.

Todas as espécies de consumo colaborativo e sustentável, uma vez valorizadas no mercado capitalista, tendem a conviver em harmonia com a compra e venda, em equilíbrio que certamente ensejará o desenvolvimento de uma sociedade mais saudável, verdadeiramente livre, justa e solidária.

REFERÊNCIAS

- ALLENDE, Guillermo L. *Panorama de Derechos Reales*. Buenos Aires: La Ley, 1967.
- ASCENSÃO, José de Oliveira. *Direitos Reais*. Lisboa: [s.e.], 1971.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. S/L: Edições 70, 2010.
- BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- BERKOVICS, Dalma. Fiche de Lecture: Cannibals with forks. Observatoire du Management Alternatif, École des hautes études commerciales de Paris, abril de 2010.
- BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- CARDOSO, Alenilton da Silva. *Princípio da solidariedade: o paradigma ético do direito contemporâneo*. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2010.

- DINIZ, Marcio Augusto de Vasconcelos. Estado social e o princípio da solidariedade. *Nomos: Revista do Curso de Mestrado em direito da UFC*. Fortaleza, v. 26, pp. 171-185, janeiro-junho de 2007.
- DINIZ, Maria Helena. *Curso de direito civil brasileiro: teoria geral das obrigações contratuais e extracontratuais*. 28 ed. São Paulo: Saraiva, v. 3, 2012.
- ELKINGTON, John. Enter the triple bottom line. In: HENRIQUES, Adrian; RICHARDSON, Julie (Org.). *The triple bottom line: does it all add up?*. Earthscan, 2004.
- ELKINGTON, John. Towards the suitable corporation: win-win-win business strategies for sustainable development. *California management review*, v. 36, n. 2, 1994.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. Trad. Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009.
- FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.
- FREITAS, Juarez. *Sustentabilidade: direito ao futuro*. 2 ed. Belo Horizonte, Fórum, 2012.
- GAGLIANO, Pablo Stolze e PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo curso de direito civil: contratos: contratos em espécie*. 6 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, vol. 4, tomo II, 2013.
- GILISSEN, John. *Introdução histórica ao direito (Introduction historique au droit)*. 4 ed. Trad. A. M. Hespanha e L. M. Macaísta Malheiros. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.
- GOMES, Orlando. *Direitos reais*. Atualizado por Humberto Theodoro Júnior. 13 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1998.
- GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012.
- GONÇALVES, Luiz da Cunha. *Tratado de Direito Civil*. Coimbra: Coimbra, v. 11, 1936.
- LASKI, Harold J. *O liberalismo europeu (The rise of european liberalism)*. Trad. Álvaro Cabral. São Paulo: Mestre Jou, 1973.

- LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- MARQUES, Cláudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.
- MEDICUS, Dieter. *Tratado de las relaciones obligacionales*. Trad. Ángel Martínez Sarrión. Barcelona: Bosch, vol. 1, 1995.
- PORTILHO, Fatima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 2ed. São Paulo: Cortez, 2010.
- RODRIGUES, Silvio. *Direito civil: direito das coisas*. 27 ed. São Paulo: Saraiva, v. 5, 2002.
- ROPPO, Enzo. *O contrato*. Trad. Ana Coimbra e M. Januário C. Gomes. Coimbra: Almedina, 1988.
- SILVA, José Afonso da. *Curso de Direito Constitucional Positivo*. 11 ed. São Paulo: Malheiros, 1996.
- SLAPER, Timothy; HALL, Tanya J. The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work?. *Indiana Business Review*, v. 86, n. 1, 2011.
- SOARES-BAPTISTA, Rozália Del Gáudio. Sociedade do consumo e gestão de desejos: marcas e publicidade face à sustentabilidade. In: PIMENTA, Solange Maria *et al.* (coord.). *Sociedade e consumo: múltiplas dimensões na contemporaneidade*. Curitiba: Juruá, 2010, pp. 363-378.
- TASCHNER, Gisela. *Cultura, consumo e cidadania*. Bauru, SP: EDUSC, 2009.
- VENKATESH, G. Triple Bottom Line Approach to Individual and Global Sustainability Problems of Sustainable Development, v. 5, n. 2, *European Academy of Science and Arts*, 2010.