II ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

VIVIANE COÊLHO DE SÉLLOS KNOERR

JOSÉ QUERINO TAVARES NETO

Copyright © 2020 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG – Minas Gerais
Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS – Sergipe
Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul
Secretário Executivo - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - Unimar/Uninove – São Paulo

Representante Discente – FEPODI
Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo

Conselho Fiscal:
Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de
Janeiro Prof. Dr. Aires José Rover - UFSC – Santa Catarina
Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP – São Paulo
Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF – Distrito Federal
(suplente)
Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP – São Paulo (suplente)

Secretarias:
Relações Institucionais
Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM – São Paulo
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR – Ceará
Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM– Distrito Federal
Relações Internacionais para o Continente Americano
Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG – Goías
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão
Relações Internacionais para os demais Continentes
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná
Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo
Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB – Paraíba

Eventos:
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch (UFSM – Rio Grande do
Sul) Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho (Unifor –
Ceará)
Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta (Fumec – Minas Gerais)

Comunicação:
Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro (UNOESC – Santa Catarina
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho (UPF/Univali – Rio Grande do
Sul Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara (ESDHC – Minas Gerais

Membro Nato – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP – Pernambuco

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI
Coordenadores: José Querino Tavares Neto; Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – Florianópolis: CONPEDI, 2020.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-65-5648-237-8
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Direito, pandemia e transformação digital: novos tempos, novos desafios?

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Economia. 3. Desenvolvimento econômico. II Encontro Virtual do CONPEDI (2: 2020 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34

CONPEDI

Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito Florianópolis
Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

II ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

Apresentam-se os trabalhos discutidos no dia 02 de dezembro de 2020, no Grupo de Trabalho (GT) de Direito, Globalização e Responsabilidade nas relações de consumo do II Encontro Virtual "Direito, pandemia e transformação digital: novos tempos, novos desafios?", do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito – CONPEDI. O GT, de coordenação dos trabalhos da Professora Doutora Viviane Coêlho de Séllos Knoerr e do Professor Doutor José Querino Tavares Neto, (e Homenagem in memorian à Roberto Senise Lisboa), que envolveu treze artigos que, entre perspectivas teóricas e práticas, nos fazem refletir sobre os impactos e os dilemas da atualidade, principalmente em períodos de pandemia, sobre o Direito, a Globalização e a Responsabilidade nas Relações de Consumo.

O primeiro artigo apresentado intilalado "A CONDENAÇÃO AO CONSUMO PELO NEUROMARKETING NA SOCIEDADE PÓS-MODERNA E EM SITUAÇÃO DE PANDEMIA CAUSADA PELO CORONAVÍRUS – COVID-19" de autoria de Paola Porto Ramos e Jamile Flores teve por escopo verificar como se dá o comportamento do consumidor na sociedade pós-moderna. Isso não só juridicamente, mas, também com enfoque psicanalítico do fenômeno denominado "consumo".

O Artigo que trata da "HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR CRIANÇA FRENTE À PUBLICIDADE INFANTIL" de autoria de Jovana De Cezaro e Rogerio da Silva analisa a vulnerabilidade do consumidor criança frente à publicidade infantil. Debateu a legislação existente, Constituição Federal, Código de Defesa do Consumidor, entre outros, são suficientes para evitar práticas abusivas e enganosas, resguardando os direitos dos consumidores crianças. Esses integram o grupo dos denominados hipervulneráveis, pois possuem a vulnerabilidade agravada em função de sua condição especial de criança.

A temática sobre "A RELAÇÃO ENTRE O CONSUMISMO, AMOR LÍQUIDO E O WEBNAMORO NA PERSPECTIVA DE ZYGMUNT BAUMAN", tratado por Lucas David Campos De Siqueira Camargo, Paulo Marcio Reis Santos investigou cientificamente o serviço digital denominado webnamoro. Concluiu-se que essa modalidade de serviço tem ganhado cada vez mais usuários no Brasil.

Wagner Roberto Ramos Garcia Junior e Clayton Vinicius Pegoraro de Araujo apresentaram a pesquisa “A SOCIEDADE DE CONSUMO E A CONCORRÊNCIA NA ERA DA ECONOMIA DIGITAL”. O trabalho apresentou os impactos sociológicos contemporâneos advindos da Sociedade de Consumo e da nova engenharia econômica disruptiva chamada de economia compartilhada. No momento atual da globalização, o ser humano opta por facilidades, principalmente no que tange às experiências de consumo. No entanto, os impactos sociais da globalização e da própria estrutura econômica que norteia essas novas tecnologias demonstram ser um objeto rico de estudo da economia em relação à Sociedade de Consumo.

O tema “A VULNERABILIDADE AGRAVADA DA CONSUMIDORA GESTANTE, O ASSÉDIO DE CONSUMO E O DEVER DE INFORMAÇÃO DO ESTADO E DOS FORNECEDORES”, de autoria de Luiza Tuma da Ponte Silva e Isabelle de Assunção Rodrigues demonstrou que o contexto hipermoderno, caracterizado pelo assédio de consumo, fomenta práticas de consumo que agravam a vulnerabilidade das consumidoras gestantes, as quais, a partir de diferentes análises, são consideradas hipervulneráveis.

“MEIO AMBIENTE E CONSUMO NO CONTEXTO DA SOCIEDADE DE RISCO: O IDEAL INDIVIDUALISTA FACE AO PRINCÍPIO DA SOLIDARIEDADE COMO MARCO JURÍDIO-CONSTITUCIONAL DO ESTADO “SOCIOAMBIENTAL” DE DIREITO” foi o tema da pesquisa de Joana D’Arc Dias Martins, que teve como ponto de partida a constatação de que se está diante uma sociedade de risco, e o consumo irracional contribui significativamente para ampliar o problema. Logo, uma nova ética na relação do homem com o meio ambiente precisa ser construída, sob pena de grave comprometimento da sobrevivência das espécies. A pesquisa apontou algumas alternativas que contribuam para a atenuação dessa crise, vistos como formas mais éticas de lidar com os bens ambientais e para a melhoria da qualidade de vida para as gerações atuais e futuras.

Mariana Boechat da Costa pesquisou sobre “O AUMENTO ABUSIVO DE PREÇOS REFERENTES A UTENSÍLIOS E MEDICAMENTOS EM TEMPOS DE PANDEMIA”. O trabalhou analisou o aumento abusivo de preços referentes a utensílios e medicamentos em tempos de pandemia. Sob esse viés, realizou pesquisa qualitativa, por meio da análise da legislação, doutrina e documentos escritos. Inicialmente serão tecidos comentários sobre a crise em curso e os seus impactos socioeconômicos

O trabalho intitulado “O DESENVOLVIMENTO DO MERCADO SECUNDÁRIO NO BRASIL E AS COMPLICAÇÕES DA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS COM FALSIFICAÇÃO DE MARCA” de autoria de Angela Aparecida Oliveira Sousa , Josyane

Mansano e, Janaina Paiva Sales trouxe a problemática da falsificação das marcas de luxo, partindo das primícias como o registro, o reforço de sua proteção com o princípio da especialidade, e o desvio para o mercado secundário no Brasil. A pesquisa concluiu que tal fato afeta fortemente a economia de um país, sem contar que este mercado secundário muitas vezes acaba financiando o ilícito, onde as empresas se abstêm de comercializarem seus produtos e serviços em um Estado em que a falsificação não é combatida.

Rafael Luengo Felipe pesquisou sobre "O VALOR DA INFORMAÇÃO NAS RELAÇÕES NEGOCIAIS ELETRÔNICAS: UMA ANÁLISE CRÍTICA DOS LIMITES DA AUTONOMIA PRIVADA À LUZ DA BOA-FÉ OBJETIVA", de cunho metodológico jurídico compreensivo analisou a coleta e a difusão, pelos provedores de conteúdo e de acesso, dos dados sensíveis dos usuários da Internet. Sugeriu que a boa-fé objetiva sirva de diretriz para os negócios jurídicos eletrônicos, pautando-se na minoração da vulnerabilidade técnica e informacional dos contratantes.

OS EFEITOS DA COVID-19 EM UM MUNDO GLOBALIZADO– UMA PERSPECTIVA INICIAL DA UNCTAD de autoria de Monique de Medeiros Fidelis, tratou da questão sanitária e de saúde pública, uma das preocupações iniciais diante da pandemia da Covid-19 foi certamente com a economia mundial e como esta seria abalada diante da doença que alcançou proporções mundiais. A UNCTAD ofereceu, a partir de março de 2020, relatórios com orientações e preocupações imediatas diante do cenário que se estabeleceu. O estudo identificou as respostas imediatas apontados pela ONU.

Thiago Schlottfeldt Nascimento Da Cas apresentou o artigo intitulado "OS REFLEXOS DA COVID-19 NO SUPERENDIVIDAMENTO E A ATUALIZAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR". A massificação ou democratização do acesso ao crédito e o marketing são significativos influenciadores do superendividamento dos consumidores, aliado ao fato dos "acidentes da vida cotidiana", quais sejam, doença, redução de renda e desemprego, que restaram amplamente vivenciados com a chegada da Covid-19, restando premente a necessidade da atualização do CDC.

A "PUBLICIDADE ABUSIVA VOLTADA AO PÚBLICO INFANTIL: NO CASO BAUDUCCO JULGADO PELO STJ" de autoria de Angélica Esron Ramos Hage Alves e Diego fonseca Mascarenhas investigou a publicidade abusiva direcionada ao público infantil, à luz do caso julgado pelo STJ envolvendo a empresa Bauducco no que se refere a campanha denominada.

E, por último, Raissa Alencar de Sa Barbosa pesquisou sobre “PUBLICIDADE NA ERA DO COVID-19: O CASO TIXAN-YPÊ E A COIBIÇÃO DOS EXCESSOS PUBLICITÁRIOS”. A publicidade é essencial para promover o escoamento da produção, pois aproxima as partes da relação de consumo, devendo ocorrer de forma cuidadosa. Contudo, a publicidade do sabão Tixan-Ypê no Brasil durante a pandemia do COVID-19, a pretexto de aumentar as vendas do produto, não respeitou a legislação brasileira. O trabalho analisou as formas de regulação da publicidade, de modo a diminuir ou evitar os efeitos negativos da publicidade ilícita.

Agradecemos a todos os pesquisadores da presente obra pela sua inestimável colaboração, desejamos uma ótima e proveitosa leitura!

Coordenadores:

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Centro Universitário Curitiba - UNICURITIBA

Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - Faculdade de Direito da Universidade Federal de Goiás

Prof. Dr. Roberto Senise Lisboa (homenagem in memorian) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Nota técnica: Os artigos do Grupo de Trabalho Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo apresentados no II Encontro Virtual do CONPEDI e que não constam nestes Anais, foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals (https://www.indexlaw.org/), conforme previsto no item 7.1 do edital do Evento, e podem ser encontrados na Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo. Equipe Editorial Index Law Journal - publicacao@conpedi.org.br.

A SOCIEDADE DE CONSUMO E A CONCORRÊNCIA NA ERA DA ECONOMIA DIGITAL

CONSUMER SOCIETY AND COMPETITION IN THE DIGITAL ECONOMY ERA

Wagner Roberto Ramos Garcia Junior
Clayton Vinicius Pegoraro de Araujo

Resumo

O presente artigo tem como objetivo apresentar os impactos sociológicos contemporâneos advindos da Sociedade de Consumo e da nova engenharia econômica disruptiva chamada de economia compartilhada. As novas relações sociais e econômicas têm sido pautadas por algoritmos o que tem mitigado as relações humanas e o próprio contato social. No momento atual da globalização, o ser humano opta por facilidades, principalmente no que tange às experiências de consumo. No entanto, os impactos sociais da globalização e da própria estrutura econômica que norteia essas novas tecnologias demonstram ser um objeto rico de estudo da economia em relação à Sociedade de Consumo.

Palavras-chave: Consumidor, Economia digital, Globalozação, Concorrência

Abstract/Resumen/Résumé

This paper aims to present the contemporary sociological impacts of the Consumer Society and the new disruptive economic engineering called shared economy. The new social and economic relations have been guided by algorithms which have mitigated human relations and social contact itself. In the current moment of globalization, the human being opts for facilities, especially in terms of consumption experiences. However, the social impacts of globalization and the very economic structure that guides these new technologies prove to be a rich object of study of economy in relation to the Consumer Society.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Consumer, digital economy, Globalization, Competition

Introdução

As inúmeras novidades possibilitadas pela globalização econômica desencadearam o surgimento de novas plataformas tecnológicas que alteram de forma crucial a dinâmica social, principalmente no que se refere às formas de contratação de bens e serviços; formas de trabalho; prestação de serviços e também de consumo colaborativo. A inovação tecnológica permite a melhoria das condições de qualidade de vida bem como o fortalecimento das instituições públicas e democráticas.

1. Globalização econômica e a economia digital

Dentro de um processo de globalização econômica, sempre é pertinente ressaltar que "o processo de inovação é viabilizado por instituições políticas e econômicas que estimulam a propriedade privada, assegurem contratos, criem condições igualitárias para todos, incentivem e possibilitem e surgimento de novos negócios" (ACEMOGLU, 2012, p. 81).

Diante dos aspectos oriundos da inovação tecnológica, destacam-se os sistemas de economia compartilhada (*sharing economy)*, como *Ifood*, *Airbnb*, *Netflix* e Uber – objeto central da presente pesquisa. Esta nova engenharia econômica elencada no modelo de negócios dessas plataformas tecnológicas por aplicativos é, por natureza, inovadora e disruptiva no âmbito jurídico, econômico e social. A entrada dos aplicativos de Economia Compartilhada acirra debates regulatórios e mexe com inúmeros grupos de interesse que até então estavam estabelecidos confortavelmente no mercado. No caso do aplicativo Uber, desde que chegou ao Brasil em meados de 2014, a recepção por parte dos agentes políticos e econômicos foi completamente hostil à sua entrada no mercado individual de transporte de passageiros.

Mesmo diante de inúmeras polêmicas, o sistema de transporte por aplicativos Uber em pouquíssimo tempo conquistou adeptos e grande parte da demanda no mercado de transportes – principalmente por suprir a falta de opção nos oligopólios e monopólios de transportes nos âmbitos municipais da Federação. Ao preencher esta lacuna (demanda ociosa) no mercado, logo acirrou a disputa concorrencial com os taxistas que viram seu ramo de atuação esmorecer e, por consequência, pleitearam a proibição do serviço via Poder Legislativo e Judiciário.

No ápice da discussão, o aplicativo Uber foi tema recorrente no noticiário acerca da sua legalidade e com a concorrência com o serviço de táxis. Antes do advento da Lei 13.640/2018, conhecida como "Lei do Uber", inúmeros municípios tentaram controlar e até proibir a atuação do aplicativo por meio de uma série de restrições e arcabouços regulatórios para proteger e resguardar grupos de interesse. O tema teve tanta relevância que a discussão chegou até a mais alta corte do país para pacificar os ânimos acerca da concorrência no mercado de transportes.

Com o advento dessas novas tecnologias, principalmente com o surgimento do fenômeno da economia de compartilhamento, os dispositivos regulatórios mudaram – e ainda devem mudar - de forma substancial. A motivação para essa quebra de paradigmas tem como principal elemento norteador a inovação tecnológica, uma vez que esta "contribui para as sociedades humanas; mas também implica a substituição do antigo pelo novo, bem como a destruição dos privilégios econômicos e do poder político de alguns" (ACEMOGLU, 2012, p. 173).

Pondera-se, no entanto, que os efeitos da globalização econômica nem sempre são passíveis de elogios e por consequência muitas vezes resultam em desigualdades sociais e efeitos sociais preocupantes. Nessa linha de raciocínio, o sociólogo Zygmund Bauman alerta que a sensação de encurtamento de fronteiras e de integralização de mercados não inclui países miseráveis que necessitam urgentemente de tecnologia. Nessa premissa de exclusão digital, os próximos tópicos abordarão algumas externalidades

inerentes do processo de globalização econômica e as principais críticas à digitalização da economia.

O processo de globalização e de aprimoramento tecnológico tem modificado a maneira tradicional das relações de trabalho. A inovação tecnológica no próprio processo produtivo acelera o surgimento de um novo tipo de trabalhador (DIAS, 2010). Deste modo, o mundo globalizado conta cada vez mais com um trabalhador dinamizado e completamente moldado pela Era da Informação.

O trabalhador teve o seu perfil completamente modificado em relação ao seu perfil exigido no período industrial. Agora, o profissional deve ser flexível, adaptável, crítico, criativo, bem informado, com domínio da informática e das tecnologias da informação, além de uma visão multidisciplinar ou uma visão de todo o sistema. O conhecimento passa a ser a matéria-prima fundamental, e não mais apenas as habilidades técnicas (DIAS, 2010, p. 312).

Apesar de a temática ser preponderantemente econômica, a globalização tem outras características. Ou seja, por outro âmbito, há a perspectiva de globalização cultural, isto é, abrange todas as formas de interação social no âmbito da tecnologia, economia, cultura, alimentação e transportes (DIAS, 2010).

FIGURA 1 – Algumas dimensões da globalização

Fonte: Dias (2010, p. 92).

O caráter universal do fenômeno da globalização possui efeitos antagônicos intrigantes. Dessa forma, é pertinente salientar que a globalização "não apenas diminui o poder ou influência das comunidades locais e nações para transferi-los para a arena global: também ocorre o efeito oposto. A globalização pressiona as realidades locais, criando pressões para maior autonomia local" (DIAS, 2010, p. 92).

É importante relembrar que nem todos os atores geopolíticos participam do fenômeno da globalização, alguns países principalmente os menos desenvolvidos não participam desse contexto global – resultando em exclusão, perpetuação de pobreza e desigualdades sociais. Os aplicativos de *gig economy* não encontram ambientes institucionais e políticos e países excluídos nesse processo de globalização.

Diante deste cenário, apesar das novas tecnologias de economia compartilhada existirem nos grandes centros, alguns países sequer possuem estrutura para a operacionalidade destas novas tecnologias – o que acaba dificultando a realidade local destes países.

Muitos outros aspectos das instituições modernas, inclusive os que operam em menor escala, afetam as pessoas que vivem em ambientes mais tradicionais, fora das partes mais "desenvolvidas" do mundo. Nesses setores desenvolvidos, contudo, a conexão entre local e global está ligada a um intenso conjunto de transformações na natureza da vida cotidiana. (GIDDENS, 2002, p. 26).

Além das características locais, a globalização carrega consigo características inerentes da cultura pop global. Aliás, o cenário mais conhecido da globalização está alicerçado nos aspectos de homogeneização cultural (DIAS, 2010). Nessa perspectiva muitas sociedades são influenciadas pela oferta de produtos globais que estão presentes praticamente no mundo todo.

A globalização cultural perpassa por experiências de consumo, isto é, na alimentação, na música, no cinema, na arte, no teatro e até na forma de se vestir (DIAS, 2010).

FIGURA 2 – A globalização cultural

Fonte: Dias (2010, p. 93).

A crítica que se faz à sociedade de consumo é que as culturas locais de determinadas regiões estão ameaçadas. Come-se no McDonald's, anda-se de Uber, assiste-se Netflix, veste-se Nike e compra-se Apple. "Como essas ideias e mercadorias, tem origem ocidental, a globalização é percebida como uma ocidentalização disfarçada ou uma americanização do mundo" (DIAS, 2010, p. 93).

A importância das Instituições na sociedade é também um tema sensível e relevante acerca da abordagem da Globalização. As Instituições sejam elas públicas ou privadas, tem o papel de harmonizar os conflitos sejam eles econômicos ou sociais. Toyoshima (1999, p.5) classifica as Instituições sendo "formais ou informais, e criadas pelos indivíduos para regular a interação entre eles em uma sociedade". Diante disso, o principal objetivo de se ter Instituições fortes, é a criação de mecanismos e estruturas estáveis que desembaracem a interação dos indivíduos seja no âmbito político, econômico ou social (TOYOSHIMA, 1999).

A economia de compartilhamento, tópico a seguir, é pauta em uma nova política de relacionamento com as instituições.

> A grande ambição das novas tecnologias é pautada em remodelar o mundo à imagem da internet. Instituições abertas, governo aberto, acesso aberto. Essa é a ambição em que a Economia Compartilhada busca satisfazer: pegar a filosofia de abertura e, com ela, remodelar indústrias inteiras, bem como as relações delas com o governo (SLEE, 2017, p. 220).

Portanto, sejam as instituições abertas ou centralizadas, é importante ressaltar que quanto melhor as instituições melhores serão as trocas ante a gama de problemas sociais e econômicos resolvidos (NORTH, 1990).

2. A economia compartilhada (Sharing Economy)

A globalização é um caminho sem volta. As novas tecnologias, a comunicação desenfreada e a livre circulação de bens e serviços são características que moldam questões econômicas e até diplomáticas. Nesse sentido, define Racy (2012) que a globalização "trata-se de um movimento eminentemente econômico que resulta na maior interação entre os países".

De fato, a globalização econômica propiciou diversos arranjos tecnológicos que facilitaram a vida de inúmeras organizações e principalmente as transnacionais. Nesse cenário, as demandas dos consumidores eram preteridas para atender as necessidades das empresas. No entanto, com a popularização da internet em meados dos anos 1990, as necessidades dos consumidores alcançam um outro patamar e partir daí as novas tecnologias passam a se destinar em novas experiências de consumo. Junto com a crescente urbanização, a propagação dos *smartphones* e da facilidade de utilização dos dados móveis, surge o ambiente institucional perfeito para o nascimento da Economia Compartilhada (RIBEIRO, 2016 *apud* SUNDARARAJAN, 2014).

> A Economia do Compartilhamento é uma onda de novos negócios que usam a internet para conectar consumidores com provedores de serviço para trocas no mundo físico, como aluguéis imobiliários de curta duração, viagens de carro ou tarefas domésticas. Na crista desta onda está Uber e Airbnb, cada um mostrando um crescimento vertiginoso. Em algumas ocasiões a Economia Compartilhada é descrita como um novo tipo de negócio. Em outras, como um movimento social. Seria

> uma mistura afetiva de comércio e causa no mundo digital (SLEE, 2017, p. 33).

O fenômeno da economia compartilhada é norteado pela sistemática P2P (*peer to peer)* na qual pessoas contratam com pessoas bens ou serviços compartilhados por intermédio de um *smartphone* – o que dá ensejo a um custo de transação ínfimo e preços extremamente baixos. Nesse sentido, é importante ressaltar que a economia compartilhada propicia três pilares que sustentam a sua forma colaborativa: o intercâmbio social; o destaque para o aumento das áreas urbanas e populacionais; e a tendência mundial por maior sustentabilidade, o que enseja o engajamento para o consumo consciente - evitando desperdícios e a otimização de recursos escassos (TELÉSFORO, 2016).

As ações de marketing também são fatores que elevam a popularidade da economia compartilhada. A própria plataforma Uber, por saber trabalhar bem a sua imagem nas redes sociais e em ações midiáticas, cria laços com seus consumidores. Aliás, como bem salienta Sundararajan (2018), a economia compartilhada quebra os aspectos sociais do capitalismo do século XX, isto é, afasta a sua característica impessoal e despersonalizada e cria uma espécie de aproximação no sistema de trocas compartilhadas, criando raízes e conexões entre a comunidade de usuário da plataforma Uber.

Apesar de todas as ações e campanhas de marketing, o aplicativo Uber encontra dificuldades com a regulação que faz com que a relação com as instituições públicas e regulatórias se torne excessivamente tormentosa. Principalmente por nascer dessa nova engenharia econômica que revoluciona as formas de contratação que consequentemente desafiam governos, grupos de pressão, grupos de interesse e legislações vigentes, haja vista o caráter inventivo e disruptivo das novas tecnologias.

Pondera-se, no entanto, que a regulação existe para auxiliar alicerçar e incentivar determinada atividade econômica, por meio de instrumentos jurídicos e administrativos (SUNDARARAJAN, 2018). No caso do aplicativo Uber, devido à quebra de paradigmas, os agentes reguladores e agentes econômicos estabelecidos no mercado encaram com certa animosidade o surgimento de novos concorrentes, o que favorece a atuação de fortes grupos de interesse, lobbys e até mesmo captura regulatória por parte dos legisladores.

Outra questão pertinente às tecnologias oriundas da economia compartilhada versa sobre a assimetria de informação. Sundararajan (2018, p. 197-198) ensina que esta ocorre quando "as informações relevantes à troca pretendida são conhecidas por um lado da negociação, mas não pelo outro". Em um táxi tradicional, por exemplo, o consumidor não tem acesso à formação e dados do motorista. Quantas corridas, avaliações ou qualquer outro tipo de dado. O sistema de *Sharing Economy* se pauta no princípio da confiança, isto é, tenta trazer a maior quantidade de informações entre as partes para que a assimetria de informação seja reduzida, formalizando transações de forma mais transparente e eficiente. No caso da plataforma Uber, o passageiro antes de realizar a viagem tem acesso aos dados do motorista, sendo informado quantas viagens realizou, se é bom motorista e se o carro é higiênico. Tais dados são importantes, pois contribuem para a melhor tomada de decisão do consumidor.

As relações personalizadas permitem uma aproximação maior do agente consumidor com as plataformas tecnológicas. É com base no princípio da confiança que o sistema de entregas de comida (*Ifood*), sistema de hospedagem (*Airbnb*) e a própria plataforma Uber conquistam milhares de consumidores. Os serviços são prestados por particulares, cujo controle de qualidade é determinado pelo próprio consumidor. Essa espécie de "soberania" do consumidor é elemento crucial para a popularização dos serviços de economia de compartilhamento. Em síntese, é pertinente ressaltar que as novas tecnologias de *Sharing Economy* quebram custos de transação – com a facilidade de contratação, sem intermediários ou agentes públicos, os preços tornam-se mais acessíveis do que os serviços concorrentes.

Nesse mesmo sentido, as relações entre os fornecedores e consumidores são norteadas pelo princípio da confiança – sendo o destaque especial ao consumidor, principalmente por deter o valioso poder de avaliação e controle de qualidade do serviço experimentado. Do ponto de vista sociológico, as novas tecnologias causam impactos sociais tanto em questões econômicas e trabalhistas quanto a estrutura atual da Era da Informação e da Sociedade de Consumo, próximos temas da presente dissertação.

3. A sociedade de consumo, livre concorrência e aspectos sociológicos

No último tópico, constatou-se que o advento da globalização e do sistema de economia compartilhada alterou de forma sensível a dinâmica social. A supremacia do consumidor e as relações de consumo personalizadas trouxeram uma espécie de "empoderamento" do consumidor de forma jamais vista. Nesse cenário, faz-se necessário ponderar os impactos sociais que as novas tecnologias trouxeram à sociedade.

As atuais inovações tecnológicas trazidas pela globalização carregam consigo dogmas inerentes do sistema capitalista. As demandas dos aplicativos de economia compartilhada exigem um ambiente econômico propício que possibilite ao mesmo tempo a abertura de mercados, um sistema tributário simplificado e um mercado de trabalho flexível. Bauman (2008) aponta que a flexibilização do mercado de trabalho é característica inerente da globalização:

> O mercado de trabalho é rígido demais; precisa tornar-se flexível, quer dizer, mais dócil e maleável, fácil de moldar, cortar e enrolar, sem oferecer resistência ao que quer que se faça com ele. Em outras palavras, o trabalho é "flexível" na medida em que se torna uma espécie de variável econômica que os investidores podem desconsiderar, certos de que serão as suas ações e somente elas que determinarão a conduta da mão de obra (BAUMAN, 2008, p. 112).

O tom crítico de Bauman de certo modo traz à tona algumas externalidades da globalização: ao desregular a economia e flexibilizar o mercado de trabalho, as novas tecnologias trazem consequências sociais que mitigam relações jurídicas e econômicas estabelecidas em ordenamentos jurídicos democráticos.

Um dos assuntos mais contemporâneos do Século XXI é a "uberização" das relações de trabalho – tema que será apresentado no último capítulo desta dissertação – mas que traz discussões urgentes acerca da regulamentação das novas plataformas tecnológicas e o sistema de precarização do trabalho que é uma das características do atual neoliberalismo em contraponto ao sistema de bem-estar social e da proteção social assegurada de forma Constitucional no ordenamento jurídico brasileiro. A flexibilização

das relações de trabalho, sem qualquer intervenção ou regulamentação estatal, desencadeia situações temerárias como a falta de proteção ao trabalhador prestador de serviços e até mesmo a exposição de dados do consumidor.

Em contrapartida, uma forte atuação estatal com regulamentação firme e regras rígidas poderiam inviabilizar os serviços tecnológicos devido ao excesso de normatização. Trata-se, em verdade, de um paradoxo que resulta em discussões enviesadas. Diante disso, é salutar que a regulamentação desses novos serviços seja eficiente no sentido de clarear as regras de forma democrática, no sentido de não beneficiar este ou aquele grupo de pressão. É desafiador para o agente regulador inovar e criar mecanismos regulatórios modernos para tratar de assuntos tão recentes. A discussão sobre os limites da flexibilização das relações de trabalho é extremamente pertinente e a literatura sociológica nos traz o impacto social da presente temática.

Com certa dose de ponderabilidade, e adentrando na espinhosa discussão referente aos "limites da flexibilização", Castells (2010, p. 109) analisa que "esta flexibilidade tanto pode ser uma força libertadora como também uma tendência repressiva". O advento da novidade também significa o fim da linha para determinados segmentos. Conforme a crítica de Tom Slee em "Uberização: a nova onda do trabalho precarizado", vejamos:

> É um conto econômico narrado muitas e muitas vezes. Cineastas. Videolocadoras. A indústria fonográfica. Talvez os mais famosos, os ludistas, que na Inglaterra do século XIX protestavam contra a mecanização [na indústria] quebrando as máquinas. Muitos deles falharam ao se adaptar às novas tecnologias, disruptivas, e foram extintos. A próxima da lista pode ser a indústria do táxi (SLEE, 2017, p. 115).

O fenômeno Uber, bem como os outros serviços de economia compartilhada, por se tratarem de algo muito recente, não permitem ao pesquisador ou cientista social cravar com exímia exatidão as suas consequências sociais. Por isso, mostra-se pertinente a crítica de Castells (2010, p. 109).

> É essencial manter uma distância entre a avaliação do surgimento de novas formas e processos sociais, induzidos e facilitados por novas tecnologias, e a extrapolação das consequências potenciais desses

> avanços para a sociedade e para as pessoas: só análises especificas e observação empírica conseguirão determinar as consequências da interação entre as novas tecnologias e as formas sociais emergentes (CASTELLS, 2010, p. 109).

Nesse sentido, conforme ensina Castells (2010), cabe ao pesquisador adotar extrema prudência e ponderabilidade ao se estudar novos adventos tecnológicos, sob pena de enviesar a pesquisa. Obrigatório relembrar que existem milhares de negócios tecnológicos que não vingaram e que apenas a aplicação de grande tecnologia não é condição *sine qua non* para o sucesso dos negócios. Temos alguns exemplos recentes, como o *Groupon* que não se consolidou como o futuro das compras e nem o *MySpace* como o futuro das redes sociais (SLEE, 2017).

No que se refere à plataforma Uber, é inegável que a plataforma trouxe inúmeros avanços principalmente em democratizar o acesso às caronas compartilhadas e de certa forma, quebrar a hegemonia dos serviços de táxis. No entanto, a discussão acerca da precarização das relações de trabalho e as demandas infinitas da Sociedade de Consumo – como o desperdício de recursos, consumismo e medidas insustentáveis que violam até mesmo o espírito da economia de compartilhamento merecem ser discutidas diante de todos os prismas de conhecimento, pois trata-se de um tema amplo e complexo que abordam impactos econômicos, jurídicos e sociais.

É salutar apontar as externalidades das plataformas tecnológicas. Para isso, mostra-se pertinente conceituar que externalidade pode ser entendida como “todo impacto de uma ação de uma pessoa ou de uma empresa sobre o bem-estar de outrem” (MANKIW, 2010, p. 195). Ora, é evidente que as empresas são agentes sociais e no caso em discussão, o aplicativo Uber impacta o bem-estar de diversos trabalhadores que exercem jornadas exaustivas e em outro prisma impacta o bem-estar de consumidores que utilizam a plataforma seja como um meio de locomoção ou seja por mero status social – característica marcante do consumismo tal presente em tempos atuais.

Por seu turno, o sistema econômico capitalista no qual se vive atualmente é balizado pelos princípios, entre outros, do artigo 170 da Constituição Federal, precisamente o inciso IV (livre concorrência), que "é uma manifestação da liberdade de iniciativa" (SILVA, 1997, p. 726). Ao se analisar o artigo em questão, nota-se que o princípio da livre concorrência é tomado em separado ao da livre iniciativa. Esse destaque denota a importância reconhecida pela ordem constitucional econômica brasileira.

Conforme Nusdeo (2002, p. 237):

> O princípio da livre concorrência tem um caráter instrumental ao princípio da livre iniciativa, na medida em que constitui um dos elementos a balizar seu exercício, a fim de que ela seja exercida dentro de suas finalidades sociais, mantendo condições propícias à atuação dos agentes econômicos, de um lado, e beneficiando os consumidores, de outro.

Esse princípio tem como base a disputa em condições igualitárias do mercado consumidor, sem, contudo, ultrapassar os limites impostos pela legislação. Nesse sentido, Faria (1990, p. 108) afirma que "a liberdade de concorrência é relativa ao direito de praticar o jogo econômico com os demais empresários que desempenham suas atividades no mercado, sem que estes ponham entraves à competição".

Quando se examina a tutela da livre concorrência, são encontrados dois objetivos (TAVARES, 2003, p. 255): o primeiro é garantir um eficiente e legítimo sistema econômico concorrencial e o outro é beneficiar os próprios consumidores. Na primeira perspectiva, a Constituição, em seu artigo 173, parágrafo 4º, determina que o Estado estabelecerá em lei punições às práticas que distorcem a situação de livre concorrência, estatuindo, a respeito de condutas da iniciativa privada, que "a lei reprimirá o abuso do poder econômico que vise à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros".

Nesse sentido, deve-se observar que "a proteção constitucional à livre concorrência, no entanto, não pode ser confundida com a manutenção das condições de concorrência perfeita, na qual não há qualquer manifestação do poder econômico de agentes no mercado" (NUSDEO, 2002, p. 238).

O princípio da livre concorrência repudia o que não é submetido ao jogo concorrencial ou que não resulta do jogo da livre concorrência, conforme assevera Costa (1998, p. 15). Deve ser considerado, ainda, que a Constituição valoriza os resultados de uma atividade econômica concorrencial e que estes são benéficos ao interesse geral, pois em caso o contrário, ou seja, uma atividade não concorrencial, não se coaduna com o interesse geral.

A defesa constitucional da livre concorrência contém em si a pretensão de impedir uma posição de supremacia ou domínio em detrimento de uma necessária igualdade, o que é essencial para o adequado desenvolvimento do país, juntamente com a tutela estatal para as relações de consumo.

Neste passo é a necessidade de se estabelecerem, por via legal, punições às atitudes da iniciativa privada que possam comprometer o equilíbrio dos agentes econômicos é incontestável. Isso porque referido equilíbrio é ativado pela Constituição Federal em decorrência do "princípio abstrato da igualdade" (TAVARES, 2003, p. 260).

Assim, verifica-se que a Carta de 1988 modificou a orientação do direito da concorrência brasileiro: passando de uma simples repressão ao abuso do poder econômico para a efetiva proteção da concorrência com a entrada em vigor da Lei nº 8.884, de 1994 (COSTA, 1998, p. 26).

Entende-se, além disso, que o consumidor beneficia-se de um mercado mais competitivo. Compartilhando desse entendimento, Nusdeo (2002, p. 247), com base nas discussões originadas pela corrente doutrinária americana denominada "Escola de Chicago", informa que:

> O consumidor se beneficiaria com a possibilidade de obter o máximo possível dos bens desejados que lhe seriam alocados pelo mercado. Além disso, como resultado de um mercado eficiente, o consumidor aproveita-se da redução do preço das mercadorias decorrente do aumento da escala de produção.

No entendimento de Ribas (1998, p. 79), para manter um mercado equilibrado, o Estado poderá lançar mão de "medidas preventivas ou até repressivas" para restaurar a situação de concorrência que, "mesmo não sendo perfeita, deve-se livrar dos perniciosos vícios do monopólio e o oligopólio [...] e incentivar a formação de preços de mercado".

O conceito de concorrência neoclássico se afasta da noção de rivalidade entre capitais (BAGNOLI, 2006, p. 202-203), vinculando-se a uma estrutura de mercado atomizada e operando em condições de conhecimento perfeito, produtos homogêneos, número elevado de demandantes e livre mobilidade dos fatores. Trata-se, portanto, de uma teoria marcadamente *estática* da concorrência, vinculando esta última meramente à alocação de um montante dado de recursos produtivos da economia, que supostamente assumiria uma configuração ótima ou de máxima eficiência caso os mercados fossem perfeitamente competitivos. A insuficiência e o caráter estático desses conceitos tradicionais de concorrência deixam uma lacuna vital para o entendimento da *dinâmica capitalista*, ligado não ao processo de adaptação em si do sistema econômico, mas ao de transformação, *no tempo*, das estruturas econômicas capitalistas.

Vale dizer, a teoria neoclássica do equilíbrio estático é marcada pelo "princípio da estratégia excluída", em que não há possibilidade teórica de tratamento de ações estratégicas: nesse sentido, a concorrência neoclássica se transforma na sua antítese, isto é, na *não concorrência* (BAGNOLI, 2006, p. 213).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De forma holística, isto é, em visões dicotômicas o presente trouxe à discussão temas sensíveis que se conectam nos impactos econômicos e sociais da globalização e da Era da Informação. As modificações tecnológicas advindas da terceira revolução industrial, com a otimização das tecnologias, abriu caminho para a atual revolução 4.0, cuja maximização do uso da Internet é o seu principal enfoque. Tais características, aplicadas diretamente nos mecanismos/agentes de mercado – substanciados nos aplicativos de *Gig Economy* modificam as relações sociais permitindo novas experiências de consumo e solidifica o modelo *just in time* oriundo do Toyotismo da Terceira Revolução.

As marcas de uma relação de consumo ou de trabalho tradicionais são, fundamentalmente, caracterizadas por inúmeros condicionantes de sua existência no mundo dos fatos e no mundo jurídico. Tais relações devem ocorrer dentro do escopo organizacional e, portanto, dentro de regras de governança e disciplinares. Portanto, é essencial analisar as circunstâncias específicas que podem surgir em cada caso, a fim de determinar a verdadeira natureza jurídica da relação, com a possibilidade de estabelecer regras ou princípios gerais para uma determinada situação.

A discussão trazida no bojo deste artigo, torna-se ainda mais sensível quando no deparamos que as relações sociais que estão se transformando em relações "digitais" – no qual o contato humano é cada vez mais substituído por um algoritmo.

REFERÊNCIAS

ACEMOGLU, Daron; ROBINSON, James A. Por que as nações fracassam: as origens do poder, da prosperidade e da pobreza. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2012.

BAGNOLI, Vicente. *Direito econômico.* São Paulo: Atlas, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. Globalização: as consequências humanas. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2008.

CASTELLS, Manuel; MAJER, Roneide Venancio. A sociedade em rede**.** 6. ed., 13. reimpr. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2010. (A Era da Informação – Economia, Sociedade e Cultura, 1).

COSTA, Maurício de Moura. O princípio constitucional de livre concorrência. *Revista do IBRAC – Instituto Brasileiro de Defesa da Concorrência,* São Paulo, v. 5, n. 1, 1998.

DIAS, Reinaldo. Introdução à sociologia. 2. ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2010.

FARIA, Werter F. *Constituição econômica*: liberdade de iniciativa e de concorrência. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris, 1990.

GIDDENS, Anthony. Modernidade e identidade. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2002

MANKIW, N. Gregory. Introdução à economia**.** São Paulo, SP: Cengage Learning, 2010.

NORTH, Douglass C. Institutions, institucional change and economic performance. New York, NY: Cambridge, 1990.

NUSDEO, Ana Maria de Oliveira. *Defesa da concorrência e globalização econômica*: o controle dos atos de concentração no Brasil. São Paulo: Malheiros, 2002.

RACY, Joaquim Carlos. Globalização e identidade nacional. **Revista de Economia Mackenzie,** São Paulo, SP, v. 10, n. 1, p. 113-120, 2012. Disponível em: http://editorarevistas. mackenzie.br/index.php/rem/article/view/5176/3935. Acesso em: 15 maio 2020.

RIBAS, Lídia Maria L. R. Princípios constitucionais da ordem econômica. *Ciência e Direito – Revista Jurídica da FIC-UNAES*, Mato Grosso do Sul, v. 1, n. 1, 1998.

SILVA, César Augusto Silva da. *O direito econômico na perspectiva da globalização:* análise das reformas constitucionais e da legislação ordinária pertinente. Rio de Janeiro: Renovar, 2000.

SILVA, José Afonso da. *Curso de Direito Constitucional positivo*. São Paulo: Malheiros, 1997.

SLEE, Tom. Uberização: a nova onda do trabalho precarizado. São Paulo, SP: Elefante, 2017.

SUNDARARAJAN, Arun. Economia compartilhada**:** o fim do emprego e a ascensão do capitalismo de multidão. São Paulo, SP: Senac, 2018.

_____. **Peer-to-peer businesses and the sharing (Collaborative) economy:** overview, economic effects and regulatory issues. [*S. l.*], 2014. Disponível em: http://smallbusiness.house.gov/uploadedfiles/1-15-2014_revised_sundararajan_testimony. pdf. Acesso em: 22 mar. 2016.

TAVARES, André Ramos. *Direito Constitucional Econômico.* São Paulo: Método, 2003.

TOYOSHIMA, Silvia Harumi. Instituições e desenvolvimento econômico: uma análise crítica às ideias de Douglass North. Estudos Econômicos, São Paulo, SP, v. 29, n. 1, p. 95-111, 1999. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/ee/article/view/117211. Acesso em: 15 maio 2020.