

ARQUIVO JURÍDICO

REVISTA JURÍDICA ELETRÔNICA DA UFPI

VOLUME 7, N. 2

ISSN 2317-918X
PERIÓDICO ACADÊMICO
SEMESTRAL. TERESINA - PI, V.7,
N. 2 JULHO / DEZEMBRO 2020.

REGIME JURÍDICO DOS CONTRATOS RELACIONADOS À PLATAFORMA *AIRBNB*: PLATAFORMA E OS USUÁRIOS

LEGAL REGIME OF CONTRACTS RELATED TO THE AIRBNB PLATFORM: PLATFORM AND USERS

Fabio Queiroz Pereira

Professor adjunto de Direito Civil da UFMG. Membro do Corpo Permanente do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFMG. Doutor em Direito Civil pela UFMG. Mestre em Direito Civil pela Universidade de Coimbra.

Giuliana Alves Ferreira de Rezende

Graduanda em Direito pela Universidade Federal de Minas Gerais. Pesquisadora de iniciação científica vinculada ao projeto "Os Impactos das Novas Tecnologias no Direito Contratual Brasileiro".

RESUMO: O modelo econômico de plataformas e as premissas da economia de compartilhamento são constantes verificáveis em grande parte das principais empresas nos mais variados mercados. A *Airbnb*, cuja proposta é tributária desses dois elementos, é o objeto de estudo do presente trabalho. Membros-hóspedes e membros-anfitriões interagem entre si e com a plataforma, gerando e movimentando riqueza em grandes proporções. O presente trabalho busca analisar os termos de serviço, delineando em linhas gerais as obrigações firmadas entre as partes, em específico entre membro-hóspede e plataforma, e membro-anfitrião e plataforma. A metodologia empregada é jurídico dogmática, constituindo investigação jurídico-propositiva com raciocínio hipotético-dedutivo. Conclui-se que os contratos da relação estabelecida são coligados e complexos, e o regime jurídico aplicável ao contrato entre membro-hóspede e plataforma é consumerista, enquanto o aplicável ao contrato entre membro-anfitrião e plataforma deve ser analisado casuisticamente, ante a aplicação da teoria finalista mitigada.

PALAVRAS-CHAVE: Airbnb. Regime Jurídico Contratual. Economia de Compartilhamento. Modelo econômico de Plataforma.

ABSTRACT: The platform business model and the sharing economy are constants verifiable in most of the significant companies in various markets. Airbnb, whose proposition is derived from these two elements, is the object of the present study. Member-guests and member-hosts interact between each other and the Platform, generating and circulating wealth in relevant proportions. The present study aims at analysing the terms of service, painting in broad strokes the contractual obligations between the parties, in specific the ones between member-guests and the Platform, and member-hosts and the Platform. The methodology employed is legal-dogmatic, with propositive approach, and hypothetical-deductive reasoning. We conclude that the contracts are colligated and complex, and that the legal regime applicable to the contractual relationship between member-guest and Platform is bound by consumer protection; and the legal regime applicable to member-hosts and Platform must be reached through case by case analysis, in accordance with the mitigated finalist approach.

KEY words: Airbnb. Contractual Legal Regime. Sharing Economy. Platform Business Models.

Submetido em setembro de 2020. Aprovado em dezembro de 2021.

INTRODUÇÃO

“Unicórnio” é o termo utilizado para referir-se a empresas no formato *startup* avaliada em, pelo menos, 1 bilhão de dólares (MERRIAM-WEBSTER, 2018). A inspiração do termo associa o caráter mítico do Unicórnio com as dificuldades de uma *startup* irromper no mercado, conquistando dimensão e valor rapidamente (MERRIAM-WEBSTER, 2018). Atualmente, há mais de 400 empresas listadas como “Unicórnios” (CBINSIGHTS, 2020), e no sucesso de muitas delas identifica-se o recurso ao modelo de plataformas e às premissas da economia de compartilhamento, dentre elas a *Airbnb*.

Airbed and breakfast, traduzido livremente como “colchão inflável e café da manhã”, foram as inspirações de Brian Chesky, Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk para criação do que viria a ser um Unicórnio avaliado em 31 bilhões de dólares (GAVIOLI, 2019). A *Airbnb*, recorrendo ao modelo de plataformas, surgiu em 2007, da ideia de conectar proprietários de imóveis com espaços inutilizados a pessoas pelo mundo inteiro em busca de um local para ficar durante suas viagens. Desde então, o modelo foi escalado exponencialmente, alcançando 7 milhões de imóveis disponíveis para reservas, em mais de 100 mil cidades, em quase todos os países do mundo (AIRBNB NEWSROOM, 2020).

Com o enorme crescimento vieram graves desafios, em geral ligados à interação entre a *Airbnb*, seus termos de serviço, e regulações e legislações nos países nos quais atua. Este artigo tem o propósito de analisar os termos de serviço da *Airbnb*, com o propósito de identificar elementos relevantes à identificação dos regimes jurídicos dos contratos envolvidos, e, ao final, propor possíveis, e iniciais, respostas à problemática. Para tal, o presente trabalho será desenvolvido em três partes: a primeira, voltada à caracterização do modelo de Plataforma na economia de compartilhamento, e introduzir a estrutura básica da *Airbnb*; a segunda, na qual se realiza uma análise geral dos termos de serviço, para expor a caracterização das partes, as prestações e, no geral, a configuração proposta pela *Airbnb* para a interação entre membros; e a terceira, partindo de uma breve exposição dos elementos característicos de cada regime jurídico investigado, realizar a análise dos termos de serviço com a finalidade de identificar o regime mais qualificado a ambas as relações estabelecidas.

1 PLATAFORMAS, ECONOMIAS DO COMPARTILHAMENTO E A AIRBNB

O modelo econômico tradicionalmente adotado por sujeitos prestadores de serviços ou fornecedores de produtos é caracterizado pela linearidade: o agente econômico fabrica o produto ou organiza-se para prestar o serviço, disponibiliza-os aos consumidores, que podem adquiri-los diretamente (CHOUDARY, 2019). Além de conformar uma posição na perspectiva da oferta, posiciona os consumidores na ponta do processo, em condição essencialmente passiva. Esse modelo tem sido confrontado pelo modelo de plataformas, que propõe reformular a atuação dos sujeitos no mercado com o objetivo de propiciar ambiente de conexão entre usuários, para que estes possam disponibilizar e adquirir, por si mesmos, serviços ou produtos para/de outros usuários interessados (CHOUDARY, 2019).

A relação estabelecida nas plataformas pode ser classificada partindo dos usuários envolvidos como: (1) P2P, ou *peer-to-peer* ou C2C, também chamado de *consumer-to-consumer*, (2) B2B, ou *business-to-business*, (3) B2C, ou *business-to-consumer*, (4) B2G, ou *business-to-government* (LOPES, 2018, p. 379). A primeira envolve pessoas físicas, enquanto a segunda

envolve pessoas jurídicas, a terceira retrata relações travadas entre pessoas físicas e pessoas jurídicas e a quarta, as transações entre pessoas jurídicas e entidades governamentais (KENTON, 2018). Em todos os modelos, há conexão direta entre os agentes, realizada, usualmente, por uma plataforma digital.

Progressivamente, antigos mercados foram desafiados pelos novos agentes, e estes novos agentes criaram novos mercados, geralmente com grande sucesso e recorrendo ao modelo de plataformas (KENNEY, ZYSMAN, 2016, p. 67). Esse modelo, em essência, mitiga dois consideráveis problemas que impediam ou dificultavam a conexão entre indivíduos para fins de troca de produtos ou serviços: (1) altos custos de transação; (2) falta de confiabilidade por assimetria de informações (HENTEN, WINDEKILDE, 2016, p. 12). Essas duas dificuldades podem ser analisadas ainda sob a perspectiva da (1) demanda; e da (2) oferta.

Antes do modelo de plataforma, e na perspectiva da demanda, um indivíduo ou empresa precisaria dispendir tempo, esforços e recursos para encontrar, *online* ou *offline*, e contratar alguém disposto a prestar determinado serviço ou fornecer determinado produto, com o agravante adicional da ausência ou dificuldade de acesso a mecanismos que assegurassem, previamente, um mínimo de confiabilidade e boa reputação dos selecionados. No modelo de plataforma, estão reunidos potenciais fornecedores de produtos ou prestadores de serviços e os elementos relevantes à realização das transações almejadas, como detalhamento do produto, preço, condições de entrega etc. Ademais, na maior parte das plataformas, usuários já contemplados pelo produto ou serviço podem avaliar e/ou comentar de forma pública a prestação recebida, compondo uma base de dados suficiente à formação da opinião de outros usuários sobre a confiabilidade e a reputação do agente ou do produto em questão (SCHOR, FITZMAURICE, 2015, *passim*).

Já da perspectiva da oferta, a segurança, acessibilidade e praticidade das plataformas cria ou aprimora formas de inserção dos agentes econômicos no mercado. Da posição dos agentes já inseridos, o modelo de plataformas substitui as tradicionais estruturas para contato com o consumidor e exposição do produto ou serviço (lojas físicas, agências intermediárias, revendedores etc.), reduzindo assim custos de transação e produção. Em seu lugar, é colocada um sistema acessível mediante cadastro prévio, no qual reúnem-se potenciais consumidores. Conta-se também com mecanismo de avaliação apto a demonstrar a credibilidade dos agentes e seus produtos. Da posição dos agentes ainda não inseridos, esse sistema reduz os custos de entrada no mercado, diversificando as possibilidades de atuação e aumentando as oportunidades de obtenção de receita.

Por fim, reduzindo os custos de transação para os usuários, sejam fornecedores ou consumidores, e aumentando os mecanismos formadores de confiança, as plataformas cujo modelo de negócios tem por finalidade o lucro conseguem sustentar-se dos custos de transação restantes, especialmente por meio da cobrança de taxas de seus usuários para administração do sistema (HENTEN, WINDEKILDE, 2016, p. 2).

A difusão e o sucesso do modelo de plataformas estão intimamente relacionados ao contexto das economias do compartilhamento. O termo está envolto em debate doutrinário quanto a sua origem, definição e correta aplicação, mas, em posição conciliatória, é possível distinguir o uso no contexto dos estudos acadêmicos antropológicos voltados às lógicas cooperativas e de reciprocidade, e o uso econômico/financeiro, estimulado pelo aprimoramento dos sistemas digitais (ZANATTA, 2017, p. 79). No segundo contexto, a ser empregado de agora em diante, o termo pode ser definido como "sistemas sócio-econômicos mediados por tecnologias de informação direcionados ao compartilhamento de recursos para fins de consumo ou produção" (ZANATTA, 2017, p. 80).

O termo compartilhamento é chave para a compreensão dessa nova proposta econômica. Embora o ato de compartilhar seja antigo e presente em inúmeras comunidades, o compartilhamento intermediado pelo modelo de plataformas é inovador, especialmente quando inserido no contexto capitalista, voltado para o "ter" em detrimento do "usar". Assim, não raro têm-se carros sem que os use, têm-se quartos sem que os ocupe ou têm-se ferramentas sem que delas precise. O contexto

de crise econômica que acometeu o centro do capitalismo ocidental, em 2008, fez com que alguns proprietários se voltassem aos seus bens com capacidade ociosa, e, pensando alternativas dentro da internet, criassem plataformas por meio das quais pudessem reformular o uso e a funcionalidade de seus ativos (ZANATTA, 2017, *passim*).

Assim, o objetivo dessas plataformas, no contexto das economias do compartilhamento, envolve: a (1) recirculação de bens; (2) uso expandido de bens duráveis; (3) troca de serviços; e o (4) compartilhamento de bens produtivos (SCHOR, 2017, p. 24). Esses objetivos podem ser realizados levando em consideração diferentes perspectivas: (1) quanto ao recurso a ser partilhado, que pode ser material, imaterial ou híbrido; (2) quanto à finalidade do compartilhamento, seja ela consumo ou produção; (3) quanto à estrutura de controle ou gestão da plataforma, que pode ser corporativa e hierarquizada/verticalizada, ou cooperativa e horizontalizada (ZANATTA, 2017, p. 102).

Nesse contexto, e sob a base do modelo de negócios de plataforma, foi criada, em 2007, a plataforma *Airbnb*. Inicialmente denominada *Airbed and Breakfast*, surgiu por iniciativa de Brian Chesky, Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk, residentes de São Francisco, nos EUA, quando os dois primeiros se viram sem dinheiro para pagar o aluguel e resolveram montar um *site*, com ajuda do terceiro, para disponibilizar três camas infláveis e café da manhã em seu próprio apartamento durante um evento de *Design* sediado na cidade. O negócio evoluiu, especialmente por meio de consideráveis investimentos, e atualmente provê acesso a mais de 7 milhões de acomodações, desde quartos, apartamentos e casas completos, a castelos e casas na árvore, em mais de 100.000 cidades em quase todos os países do mundo (AIRBNB NEWSROOM, 2020).

A Airbnb se apresenta como fornecedor de plataforma (AIRBNB, 2020a, cláusula 1.2), um “mercado *online*” que permite a usuários cadastrados, também chamados de membros, e a terceiros determinados, comunicar-se, realizar ofertas e fazer transações diretas entre si. Os membros são divididos em (1) Anfitriões e (2) Hóspedes. Anfitriões são aqueles que oferecem e prestam os chamados serviços de anfitrião, que incluem a oferta de acomodações, de experiências, entendidas como atividades em um ou mais dias, ou acesso a eventos. Já Hóspedes são usuários que contratam e utilizam esses serviços de anfitrião (AIRBNB, 2020a, cláusula 1.1). Por fim, os terceiros são agentes não usuários da Airbnb, mas que podem disponibilizar *links* na plataforma para anunciar seus serviços (“Serviços de Terceiros”) (AIRBNB, 2020a, cláusula 1.6).

Fica claro, então, que a plataforma se insere teoricamente de forma perfeita no modelo das economias de compartilhamento, pois cria para indivíduos a possibilidade de reduzir a ociosidade total ou parcial de seus imóveis, gerando receita, além da oportunidade de usufruir de experiências, serviços e hospedagens na maior parte dos países do mundo, das mais diversas formas. O modelo de negócios tem apresentado considerável sucesso: 400 milhões de pessoas utilizaram a plataforma nos 10 anos que se sucederam ao seu lançamento; o negócio atualmente é avaliado em 31 bilhões de dólares (GAVIOLI, 2019), e rendeu a cada um de seus fundadores fortunas particulares de 3,7 bilhões de dólares (CARSON, 2019).

O sucesso, todavia, veio acompanhado de uma série de polêmicas. Empresas que se utilizam de Plataformas e exploram setores da economia de compartilhamento foram acusadas de recorrer ao mito criado em torno desses dois elementos, em especial do último, para evitar regulação, atuando efetivamente com baixo ou nenhum controle estatal (STEMLER, 2017, p. 201). O mito teria sido fundado exatamente nos elementos já evidenciados, em especial na noção de que o compartilhamento seria uma forma de democratizar oportunidades econômicas, preencher a capacidade ociosa de bens e promover inovação (STEMLER, 2017, p. 202-203). Ademais, por recorrerem ao sistema de reputação, por meio do qual comentários negativos e positivos delineariam o perfil dos usuários, seriam hábeis a exercer auto-regulação, afastando e punindo usuários mal avaliados melhor que qualquer política governamental faria (STEMLER, 2017, p. 218). Esse mito

aos poucos cairia por terra, em especial diante de evidentes falhas de mercado¹ descobertas, e lucrativamente exploradas, por usuários (STEMLER, 2017, p. 222 e ss.).

A *Airbnb* tem graves exemplos delas. Inicialmente pensada para inserção na economia de compartilhamento de bens ociosos, conectando oferta e demanda em níveis individuais, acabou atraindo sujeitos com múltiplas propriedades, que ingressaram na plataforma adequando-se ao nível micro, simulando o caráter de individualidade a partir do qual o sistema inicialmente fora planejado. Esses são os chamados *hosts with multiple units*, traduzido livremente para “anfitriões com múltiplas unidades” (LANE, WOODWORTH, 2017, p. 5). Com base em dados referentes aos Estados Unidos, colhidos entre novembro de 2017 e outubro de 2018, observou-se que 37,5% dos anfitriões disponibilizam somente uma acomodação, reunindo 30% da receita total gerada, enquanto 62,5% disponibilizam mais de uma, reunindo 69,1 da receita total gerada (DOGRU, 2019, tabela 1):

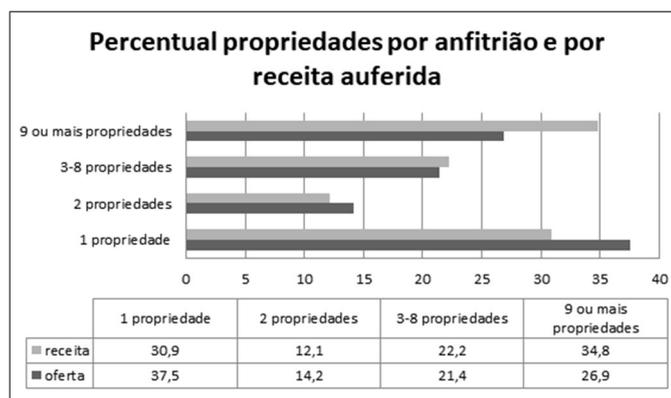


Figura 1. Percentual de propriedades por anfitrião e por receita auferida (DOGRU, 2019, tabela 1).

Nos Estados americanos nos quais a *Airbnb* tem mais propriedades disponíveis (Califórnia, Flórida, Nova Iorque, Havaí, Colorado, Texas, Carolina do Sul, Tennessee, Massachusetts, Washington, Oregon e Carolina do Norte), 71,1% da receita da *Airbnb* foi gerada por anfitriões com múltiplas unidades (DOGRU, 2019, tabela 5). Segundo apurado pelo *Attorney General* Do Estado de Nova Iorque, em 2014, 6% dos anfitriões da cidade de Nova Iorque concentravam de 3 a 272 acomodações, 36% das reservas e geraram 37% da receita da *Airbnb*, num total de 168 milhões de dólares (SCHNEIDERMAN, 2014, p. 10). Essa mesma pesquisa demonstrou que parte desses anfitriões conduziam negócios multimilionários, sendo que os dois anfitriões com mais unidades, 272 e 223, tiveram lucro de, respectivamente, US\$6.838.472 e US\$ 2.863.492 (SCHNEIDERMAN, 2014, p. 10). Esses dados, somados a uma série de procedimentos judiciais contra a *Airbnb* na cidade de Nova Iorque, motivaram a empresa a criar a política *one host, one home*, traduzido livremente como “um anfitrião, uma residência”, que veda a listagem de mais de uma acomodação inteira por um mesmo anfitrião e determina exclusão da oferta de acomodações que não se adequem a este critério. Essa política, no entanto, tem sido adotada pontualmente em grandes centros urbanos, e, usualmente, após intenso embate com o poder público, como nos casos de Nova Iorque, Los Angeles e São Francisco (FERRÉ-SADURNÍ, 2019; LOUDENBACK, 2018; KERR, 2017).

Partindo deste panorama, o propósito deste trabalho é conduzir uma análise acerca da relação firmada entre membro-anfitrião e plataforma e a entre membro-hóspede e plataforma, com base nas prestações estabelecidas nos termos de serviço da plataforma.

¹ Para uma análise pormenorizada das falhas de mercado do sistema de plataformas e economia de compartilhamento: STEMLER, 2017.

2 ANÁLISE DOS CONTRATOS RELACIONADOS À PLATAFORMA *AIRBNB*

Este capítulo é destinado à análise dos contratos na relação membro-hóspede e Plataforma *Airbnb* e membro-anfitrião e Plataforma *Airbnb*. De saída já se indica que parte dos serviços da Plataforma para com os membros é a própria indicação de normas para regência da relação contratual a ser estabelecida entre eles, de forma que, a menos que os membros escolham realizar um contrato apartado entre si, as regras que regularão a relação entre eles são aquelas indicadas nos termos de serviço ora analisados.

Da análise contratual, depreende-se que a Plataforma *Airbnb* tem, essencialmente, duas funções na relação mantida com os membros: (a) regular e administrar o sistema da Plataforma, estabelecendo obrigações e responsabilidades para os usuários enquanto tal; e (b) estabelecer parâmetros para contratação entre membro-hóspede e membro-anfitrião. A análise, então, será realizada nesses dois eixos. É preciso ressaltar que este trabalho não tem pretensão de compreender, de forma pormenorizada, todas as normas decorrentes dos contratos firmados, mas apenas oferecer um panorama do complexo de obrigações e responsabilidades fixadas pelas partes.

2.1 Administração da plataforma

A administração da plataforma envolve, essencialmente, os seguintes aspectos: (a) formulação dos perfis de usuários envolvidos; (b) regras para criação da conta; (c) regras para criação e administração de conteúdo; (d) mecanismo de remuneração da plataforma; (e) proibições e sanções aos usuários.

Há dois perfis possíveis de usuários da *Airbnb*, assumidos por meio da criação de conta: hóspede e anfitrião. Membro-hóspede é o usuário que busca a *Airbnb* para realizar reservas, seja de acomodações, experiências ou eventos (AIRBNB, 2020a, cláusula 1.1), e membro-anfitrião é o usuário que oferece serviços na plataforma *Airbnb*, que podem incluir oferta de propriedades (Acomodações), atividades (Experiências) ou acesso a eventos (Eventos) (AIRBNB, 2020a, cláusula 1.1). Aos membros é permitida a publicação, envio, recebimento e armazenamento de conteúdos na plataforma (AIRBNB, 2020a, cláusula 5.1), sobre os quais serão exclusivamente responsáveis (AIRBNB, 2020a, cláusula 5.7).

Em relação aos membros/hóspedes a situação mais frequente de produção de conteúdo é a publicação de comentários a respeito das experiências vivenciadas em determinada reserva, enquanto em relação aos membros anfitriões é o próprio anúncio criado. A plataforma se reserva a prerrogativa de, sem aviso prévio, remover ou desabilitar acesso a qualquer conteúdo de membro que considere violação à lei, aos termos de serviço e que, em geral, possam ser prejudiciais à *Airbnb*, aos outros membros, a terceiros, pessoalmente ou a sua propriedade (AIRBNB, 2020a, cláusula 5.8). Ao criar ou inserir conteúdo na plataforma, o membro confere à *Airbnb* licença ampla para uso, modificação, exploração e outros (AIRBNB, 2020a, cláusula 5.5), o que não restringe quaisquer direitos que os membros possam ter sobre o conteúdo produzido. Ademais, se compromete a não realizar uma série de condutas em relação ao conteúdo coletivo, exceto nos limites em que dele for proprietário (AIRBNB, 2020a, cláusula 5.3). Especificamente no que tange ao conteúdo produzido pelo membro-anfitrião, a *Airbnb* pode oferecer a opção de que fotógrafos profissionais façam as fotos que constarão dos anúncios, que poderão indicar "foto verificada pela Airbnb.com" nas produções. O usuário concede à *Airbnb* licença para utilizar dessas imagens para os fins do negócio, sem notificação ou remuneração adicional (AIRBNB, 2020a, cláusula 5.6).

No que tange ao tópico da remuneração, podem ser adotadas duas estruturas de cobrança, a depender do formato da reserva: (a) taxa compartilhada entre anfitrião e hóspede; e (b) taxa apenas para anfitriões (AIRBNB, 2019b). O membro-anfitrião pode selecionar qual a qual das políticas irá aderir (AIRBNB, 2019b). Em geral, as taxas serão discriminadas pela plataforma ao

hóspede antes da reserva, e que poderão ser alteradas pela plataforma a qualquer momento, com antecedente notificação dos membros. (AIRBNB, 2020a, cláusula 6.1 e 6.2). Essas taxas são recolhidas pela *Airbnb Payments*, e não serão reembolsáveis, a menos que seja previsto pela plataforma (AIRBNB, 2020a, cláusula 6.3).

A *Airbnb* não se incumbe de monitorar o acesso e o uso da plataforma, mas tem prerrogativa de revisar, desabilitar o acesso ou editar conteúdo para garantir e melhorar a plataforma; garantir conformidade com as disposições contratuais; cumprir norma aplicável, incluindo lei ou decisão judicial; e para responder a conteúdo que considere danoso ou questionável. É obrigação dos usuários cooperar com a plataforma em qualquer das situações indicadas (AIRBNB, 2020a, cláusula 14.2).

Caso um usuário identifique alguma inadequação em relação ao comportamento de outro usuário, tem a obrigação de procurar as autoridades competentes e de informar a *Airbnb* do ocorrido (AIRBNB, 2020a, cláusula 14.3). Essas inadequações envolvem, em geral, comportamentos discriminatórios, violação de políticas de conteúdo, e, em relação estritamente à administração da plataforma, utilização de robôs e outros para coletar dados ou interagir com e na plataforma, além de tentar prejudicar o desempenho da mesma (AIRBNB, 2020a, cláusula 14.1).

A *Airbnb* tem poderes também para, em caráter sancionatório, recusar revelação, exclusão ou atraso nos anúncios, avaliações, comentários ou qualquer outro conteúdo; cancelamento de reservas confirmadas ou pendentes; limitação do acesso e do uso da plataforma; revogação temporária ou permanente de qualquer situação especial relacionada à conta, suspensão temporária ou permanente da conta e interrupção do acesso, em caso de delitos graves ou recorrentes (AIRBNB, 2020a, cláusula 15.5), sendo que, na última situação, o usuário não poderá criar uma nova conta (AIRBNB, 2020a, cláusula 15.7). Qualquer sanção será notificada ao usuário (AIRBNB, 2020a, cláusula 15.5)

Em essência, verifica-se que, a pretexto de administrar a plataforma, a *Airbnb* assume uma série de prerrogativas em relação ao pagamento, ao conteúdo e às inter-relações estabelecidas entre os usuários. Essas prerrogativas se voltam não só para manutenção do ambiente da plataforma, mas também para garantir que as partes, que por meio dela se conectam, não assumam obrigações fora da plataforma e, conseqüentemente, fora dos termos de serviço e das prerrogativas da *Airbnb*. Assim, passa-se à análise da segunda função desempenhada pela plataforma, a intermediação entre membro-hóspede e membro-anfitrião.

2.2 Intermediação entre membro-hóspede e membro-anfitrião

A *Airbnb* funciona também como intermediária do relacionamento entre membro-anfitrião e membro-hóspede, e atua fixando os parâmetros nos quais serão conduzidas a oferta e a reserva de acomodações, experiências e serviços, assim como os que serão aplicados à execução do acordado. Esses parâmetros incluem regras sobre: (a) realização, alteração, cancelamento e reembolso de reservas; (b) Central de Resolução de conflitos; (c) proibições e sanções aos usuários.

No que tange à reserva de acomodações, o membro-hóspede pode reservar um anúncio disponível na Plataforma se preenchidos os procedimentos estabelecidos pela *Airbnb* e/ou pelo membro-anfitrião (AIRBNB, 2020a, cláusula 8.1.1). A reserva constitui uma licença limitada concedida ao membro-hóspede pelo membro-anfitrião para “entrar, ocupar e utilizar a Acomodação pela duração de sua estadia” (AIRBNB, 2020a, cláusula 8.2.1). O hóspede se responsabiliza por suas ações, assim como as de todos aqueles que convidar para compartilhar a acomodação (AIRBNB, 2020a, cláusula 11.1) Assim que o tempo da reserva se encerrar, o membro-hóspede deverá deixar a acomodação (AIRBNB, 2020a, cláusula 8.2.2). O momento da saída (“*check-out*”) poderá ser especificado no anúncio ou acordado entre as partes (AIRBNB, 2020a, cláusula 8.2.2). A hipótese de “Estadia Prolongada” é regulada também pelos termos de serviço, e inclui o direito do membro-anfitrião de recuperar seu acesso ao imóvel, na forma prevista em lei (AIRBNB, 2020a,

cláusula 8.2.2), e o dever do membro-hóspede de arcar com Taxas de Estadia Prolongada, também fixadas nos termos de serviço e recolhidas pela *Airbnb Payments* (AIRBNB, 2020a, cláusula 8.2.2).

A reserva de experiências e serviços é feita de forma similar, adicionando-se a obrigação, por parte do membro, de informar ao membro-anfitrião qualquer circunstância que possa afetar a correta e segura execução do serviço, além da obrigação, para o membro-hóspede, de atender a todas as exigências impostas pelo membro-anfitrião, tanto no momento da reserva quando durante a execução dos serviços (AIRBNB, 2020a, cláusula 8.3.1 e 8.3.2). Na hipótese de alteração ou cancelamento de experiências ou serviços em virtude de situação climática que represente risco à segurança ou impedimento à execução, os membros/anfitriões poderão cancelar o serviço (AIRBNB, 2020a, cláusula 9.4).

Reservas podem ser alteradas ou canceladas pelas partes ou pela própria *Airbnb* (AIRBNB, 2020a, cláusulas 9.1 e 9.5). Na primeira hipótese, caso o autor da alteração ou cancelamento seja um membro-hóspede, aplicar-se-ão as determinações da política de cancelamento definida pelo membro-anfitrião, inclusive em matéria de reembolso (AIRBNB, 2020a, cláusula 9.2). A *Airbnb* regula também causas de "Força maior" (AIRBNB, 2019a), situações que, se demonstradas, podem aumentar o valor reembolsado em caso de cancelamento (AIRBNB, 2020a, cláusula 9.2). O reembolso também sofre alteração se o hóspede alegar ter sofrido um "Problema de Viagem" / "Questão negativa na viagem", que envolve, por exemplo, desde problemas para acessar a acomodação, inconsistências entre o anúncio e a acomodação e condições gerais de insegurança (AIRBNB, 2019c).

Caso o autor da alteração ou do cancelamento seja um membro-anfitrião, o membro-hóspede receberá reembolso total pela reserva (AIRBNB, 2020a, cláusula 9.3). Nessa hipótese, a *Airbnb* tem a prerrogativa de manter indisponíveis as datas da reserva cancelada, publicar um comentário indicando que a reserva foi cancelada, e impor uma taxa de cancelamento, que só será afastada se demonstrada causa de "força maior" (AIRBNB, 2019a) (AIRBNB, 2020a, cláusula 9.3).

A *Airbnb* retém a prerrogativa de, a seu exclusivo critério, cancelar, manter pendente, ou confirmar uma reserva e iniciar o seu devido pagamento ou reembolso pela *Airbnb Payments* (AIRBNB, 2020a, cláusula 9.5) quando identificar que isso seja necessário para evitar prejuízos à *Airbnb*, a membros, terceiros ou à propriedade, além de qualquer outra hipótese prevista nos termos de serviço (AIRBNB, 2020a, cláusula 9.5).

O membro-hóspede tem obrigação de deixar a propriedade do membro-anfitrião como a recebeu, e poderá ser responsabilizado por quaisquer danos que tenha pessoalmente causado, assim como danos causados por terceiros por ele convidados (AIRBNB, 2020a, cláusula 11.1). Questões envolvendo danos às acomodações e outros litígios entre membros poderão ser resolvidos pela Central de Resoluções. No caso de dano à acomodação, ou qualquer outra solicitação de pagamento feita por Anfitrião sob a Garantia ao Anfitrião da *Airbnb*, o membro anfitrião poderá encaminhar uma "Reivindicação de danos" para a *Airbnb*, e o hóspede terá oportunidade de responder: caso concorde, ou a *Airbnb* determine que há responsabilidade do hóspede, o valor correspondente poderá ser cobrado pela *Airbnb Payments* ou descontado de eventual depósito de segurança (AIRBNB, 2020a, cláusula 11.2).

A *Airbnb* estabelece algumas proibições que envolvem a relação entre membro-anfitrião e membro-hóspede, como o oferecimento de acomodação que não pertença pessoalmente ao anfitrião, ou que este não tenha permissão para disponibilizar; reserva de anúncio para terceiro; solicitar, fazer ou aceitar reserva independentemente da *Airbnb*, para contornar taxas de serviço, por exemplo; solicitar aceitar ou fazer qualquer pagamento de taxa de anúncio fora da plataforma *Airbnb*, atitudes discriminatórias, e outras (AIRBNB, 2020a, cláusula 14.1). Dentre as sanções possíveis estão algumas que afetam diretamente as reservas realizadas, como, por exemplo, o cancelamento de reservas confirmadas ou pendentes e a recusa à revelação, exclusiva ou atraso de quaisquer anúncios, avaliações, comentários ou outros conteúdos do membro (AIRBNB, 2020a, cláusula 15.5).

3 ANÁLISE DO REGIME JURÍDICO DOS CONTRATOS FIRMADOS NO CONTEXTO DA PLATAFORMA *AIRBNB*

A relação submetida à presente análise caracteriza-se, como já explorado, pela regência de diversos instrumentos contratuais, ao menos três partes relevantes (plataforma, anfitrião e hóspede) e uma série de prestações e prerrogativas recíprocas. Todos esses instrumentos estão, todavia, claramente interconectados, podendo ser qualificados como contratos coligados.

Para configuração de um contrato coligado são necessários “(i) pluralidade de contratos, não necessariamente celebrados entre as mesmas partes; (ii) vínculo de dependência unilateral ou recíproca” (MARINO, 2009, p. 99).

A pluralidade contratual é elemento de especial interesse no caso da *Airbnb*. Há, como já analisado no capítulo 2, a relação contratual firmada entre usuário e plataforma por meio dos Termos de Serviço. Esse termo é objeto de consentimento tanto do hóspede quanto do anfitrião, e constitui o centro da relação que se firma entre os dois como usuários da plataforma. Todavia, esse mesmo termo indica que, quando se recebe uma confirmação de reserva, forma-se um contrato entre o hóspede e o anfitrião (AIRBNB, 2020a, cláusula 8.1.2). É possível visualizar-se, então, três relações contratuais: entre membro-anfitrião e plataforma, entre membro-hóspede e plataforma e entre membro-anfitrião e membro-hóspede. Apesar do foco do presente trabalho envolver somente as duas primeiras, é inegável a existência e interrelação desses três ajustamentos.

O vínculo de dependência pode ser identificado tanto no desenho das relações travadas na plataforma, quanto pela relação estabelecida entre os Termos de Serviço e o contrato firmado quando da realização da reserva. Fica claro, das exposições do capítulo 2, que a *Airbnb* regula a plataforma, estabelecendo forma de cadastro, de produção de conteúdo e interação de membros. Porém, vai além, e determina também regras a serem seguidas quando do travamento da relação contratual entre membros. Nesse sentido, os termos de serviço comportam-se em relação ao contrato firmado entre as partes como “contrato-mãe”, “cuja finalidade é determinar as regras gerais e traçar a moldura da operação” (MARINO, 2009, p. 108), funcionando como meio hábil à consecução do resultado econômico-social almejado pela operação (MARINO, 2009, p. 132). É tanto que nem é necessário que as partes concluam um contrato autônomo entre si, apesar de terem essa prerrogativa, pois as dimensões do negócio jurídico estabelecido entre elas já foram amplamente reguladas pelos Termos de Serviço.

De saída é possível verificar também que os instrumentos ora analisados não constituem negócios jurídicos simples, mas sim complexos, havendo clara pluralidade subjetiva e objetiva. A complexidade na pluralidade subjetiva verifica-se não só pela pluralidade de sujeitos na relação contratual, mas quando estes sujeitos se comprometem a prestações “intimamente ligadas em todo econômico” (MARINO, 2009, p. 109), enquanto a complexidade na pluralidade objetiva qualifica-se pela existência de prestações múltiplas, que correspondem a diversos tipos contratuais distintos (MARINO, 2009, p. 111). Esses elementos estão presentes na relação analisada, vez que plataforma, anfitriões e hóspedes ligam-se por uma série de prestações recíprocas, orientadas conjuntamente pelo fim comum de reunir oferta e demanda com reduzidos custos de transação.

Reconhecido o caráter coligado e complexo dos contratos analisados, importa ressaltar que esta condição pode implicar derrogação dos regimes jurídicos aplicáveis aos contratos individualmente considerados:

Diante de uma coligação, é preciso indagar se o contrato coligado, apesar de passível de recondução ao conceito do tipo previsto em lei, não se diferencia do tipo empírico subjacente à regulação legislativa. Nessa

hipótese, não obstante a possibilidade de qualificar o contrato *in concreto* como pertencente ao tipo em questão, justifica-se a inaplicabilidade de parte da regulação a ele correspondente (MARINO, 2009, p. 182).

Apesar da conclusão pela natureza coligada dos contratos, ainda é relevante a análise em concreto dos tipos contratuais envolvidos, pois, ainda que ocorra derrogação do regime jurídico, por força da ponderação valorativa demandada por este formato de negócio jurídico, permanece a necessidade de identificar qual regime deverá prevalecer e ser aplicado no caso. Assim, a investigação buscará a identificação do regime jurídico aplicável à relação firmada entre Plataforma e membro-anfitrião, e entre a Plataforma e membro-hóspede, como consumerista ou civil.

Os principais elementos que distinguem esses dois possíveis regimes, essenciais à caracterização de cada um deles, são: a qualidade das partes, que qualifica as partes contratantes como consumidores/fornecedores ou não; o objeto do contrato, qualificado legalmente como "produto" ou "serviço". Esses dois elementos estão intrinsecamente relacionados, de forma que "não se sustentam por si mesmos, nem podem ser tomados isoladamente" (MIRAGEM, 2010, p. 84).

A análise proposta deve ser precedida de uma breve indicação dos índices diferenciadores do regime jurídico consumerista e do regime cível. O direito privado, atualmente, divide-se em três partes:

um direito geral, o direito civil, e dois direitos especiais, o direito comercial, ou direito da empresa, voltado para as relações entre empresas e fornecedores, e o direito do consumidor, voltado para proteção deste sujeito mais débil ou vulnerável: o consumidor (MARQUES, 2011, p. 301).

Ou seja, o regime jurídico cível acaba tendo posição residual no que tange à comparação entre os dois regimes especiais possíveis, de forma que o raciocínio se desenvolve no sentido de identificar, nos elementos dos contratos analisados, indícios de natureza consumerista. Se verificada ausência dos mesmos, a conclusão será pelo regime geral do direito civil. Observa-se que não é objetivo do presente trabalho discutir a posição das empresas que eventualmente se insiram nas relações contratuais estudadas, contratando com a Plataforma *Airbnb* pela prestação dos serviços desta. Logo, a conclusão pela não caracterização do regime consumerista imediatamente atrairá a caracterização do regime como cível. Portanto, nos próximos dois títulos buscar-se-á individualizar os elementos que indicariam a natureza consumerista.

3.1 O elemento subjetivo: consumidor vulnerável e fornecedor no contrato consumerista

O elemento subjetivo como diferenciador dos regimes consumerista e civil tem natureza legal, e impõe-se sobre qualquer contrato cuja configuração possa ser subsumida à definição fornecida pelos artigos 2º e 3º do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Consumidor, por determinação do art. 2º do CDC, será "toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final". O Código propõe ainda situações nas quais indivíduos que não se enquadram estritamente nesta definição serão equiparados a consumidores (ex. arts. 2º, parágrafo único, 17 e 29, CDC). Essa equiparação, todavia, é em geral feita em contextos que não envolvem partes em uma relação contratual, mas indivíduos que foram, de alguma forma, afetados por uma. Esse instituto torna-se especialmente relevante na medida em que nem todos os indivíduos que se hospedam na acomodação disponibilizada pelo anfitrião precisam ter contas na plataforma *Airbnb*, pelo que é possível que, da relação triangular entre membros e plataforma possa advir dano a terceiro (ex. convidado pelo hóspede).

O conceito de destinatário final é desafiador. Em geral, é possível indicar que o destinatário final é aquele que: a) retira o bem do mercado (destinatário final fático); b) e, ao fazê-lo, coloca um fim na cadeia de produção (destinatário final econômico) (MARQUES, 2011, p. 344); c) marcado pela vulnerabilidade, que desequilibra a relação contratual de forma desfavorável ao sujeito

(MARQUES, 2011, p. 323). O conceito de destinatário final é indissociável do conceito de vulnerabilidade, pois o Direito do Consumidor se estruturou sobre a finalidade de proteger e equilibrar a relação contratual (MARQUES, 2011, p. 323).

Para fins de melhor delinear o conceito de destinatário final importa indicar sob quais condições um agente que adquire ou utiliza produto ou serviço, em decorrência de relação contratual, não seria o destinatário final daquele produto ou serviço. Nessa esteira, a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça delimitou a teoria finalista mitigada. Nos acórdãos em que foi aplicada, como o RESP nº 1.132.642/PR, entendeu-se que o consumidor intermediário, que reinsere no mercado o serviço ou produto adquirido, pode ser caracterizado como consumidor se demonstrar vulnerabilidade na relação estabelecida com o fornecedor do produto ou serviço, sendo, então, o direito do consumidor “o direito do contratante hipossuficiente à tutela diferenciada” (p. 16).

Essa vulnerabilidade pode ser especificada em quatro tipos: a) técnica; b) jurídica; c) fática; d) informacional (MARQUES, 2011, p. 323-324). Na vulnerabilidade técnica, presumida no caso dos consumidores não profissionais, “o consumidor não possui conhecimentos específicos sobre o objeto que está sendo adquirido (...) o mesmo ocorrendo em matéria de serviços” (MARQUES, 2011, p. 324). A vulnerabilidade jurídica, também presumida para o consumidor não profissional, decorre da falta de conhecimentos específicos de direito, contabilidade ou economia, de forma que o fornecedor passa a ter uma série de deveres, como os de informação e clareza, como tentativa de mitigar os potenciais efeitos lesivos desta disparidade (MARQUES, 2011, p. 328). A vulnerabilidade fática decorre de concentração de poder no polo do fornecedor, seja em decorrência de poder econômico, seja da essencialidade do produto ou serviço prestado (MARQUES, 2011, p. 331). Por fim, a vulnerabilidade informacional, também presumida, surge da vulnerabilidade técnica, mas dela se diferencia, pois que a informação implica divisão dos riscos entre as partes (MARQUES, 2011, p. 337). Observe-se que, já na esteira da teoria finalista mitigada, apesar das presunções estabelecidas em favor do consumidor não profissional, não se afasta a possibilidade de demonstração, por parte de consumidores profissionais, das condições contextuais de vulnerabilidade, de forma a atrair para si a condição de consumidor, e, conseqüentemente, a proteção da legislação consumerista.

Noutro giro, o conceito de fornecedor deriva do art. 3º do CDC, e inclui:

toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

O conceito amplo conferido pelo artigo também gera debate. Há na doutrina quem sustente a interpretação de que o fornecedor também seria, necessariamente, profissional, que exercesse a atividade em questão de forma habitual, com caráter econômico, no mercado de consumo (MIRAGEM, 2010, p. 98-100). O caráter profissional da atividade prestada é elemento que pode ser inferido da vulnerabilidade técnica presumida do consumidor (MIRAGEM, 2010, p. 99), e a ele está associada a habitualidade, demonstrada pelo termo “atividades”, que confere às condutas do sujeito sob análise um caráter contínuo (MARQUES, 2011, p. 409). O interesse econômico também está atrelado à atividade profissional, lembrando, no entanto, que tal interesse não se resume no lucro, basta a remuneração (MIRAGEM, 2010, p. 99), seja ela direta, existindo obrigação de pagamento a sujeito identificável, ou indireta, quando o valor correspondente à remuneração é diluído “no preço de todos” (MARQUES, 2011, p. 408-409).

3.2 O elemento objetivo: produto ou serviço

O CDC também indicou quais seriam os objetos que, se presentes, indicariam a natureza consumerista da relação contratual. Produto, nos termos do art. 3º, §1º, é “qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”, enquanto serviço é, nos termos do parágrafo seguinte:

qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitárias, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

É de se ressaltar que a remuneração, mencionada também como componente do elemento subjetivo, relaciona-se com o elemento objetivo do contrato. A contraprestação pelos serviços ou produtos pode ser direta ou indireta. A remuneração direta é mais facilmente identificada, na medida em que o preço é pago direta e imediatamente pelo consumidor ao fornecedor (MIRAGEM, 2010, p. 120). A remuneração indireta é conceito aprovado pela doutrina, e parte da premissa que “toda atuação do fornecedor no mercado de consumo tem por objetivo a obtenção de vantagem econômica” (MIRAGEM, 2010, p.120). O diferencial da remuneração indireta é o “modo como esta vantagem será obtida e a que tempo” (MIRAGEM, 2010, p. 120): pode-se agregar a um serviço ou produto pago uma outra vantagem gratuita; ou ainda quando o custo da facilidade concedida é diluído em valores pagos pelos demais consumidores (MARQUES, 2011, P. 409).

A definição de produto ou serviço, para os fins que se propõe o presente trabalho, não apresenta grandes dilemas doutrinários, de forma que a definição legal será suficiente à condução para a etapa seguinte. Observa-se, todavia, que o papel do elemento objetivo na distinção do regime jurídico das relações contratuais analisadas é menos claro do que o do elemento subjetivo. Enquanto é possível que um contrato submetido ao regime comum tenha por objeto algo que pode ser considerado produto ou serviço nos termos da diferenciação proposta pelo CDC, se for verificado que as partes de uma relação contratual reúnem em si as características correspondentes, respectivamente, ao consumidor e ao fornecedor, a incidência do regime consumerista será imediata.

3.3 O regime jurídico do contrato firmado entre membro-hóspede e Airbnb

De início, pode-se afirmar que o objeto do contrato firmado entre membro-hóspede e *Airbnb* é prestação de serviço, especificamente de disponibilizar a plataforma, de indicar as condições para o acesso à mesma, e as autorizações de cada um dos perfis existentes. Analisando a questão em termos remuneratórios, o serviço disponibilizado de criação e administração de conta é, a princípio, gratuito, pois é possível a criação de conta de usuário sem que se pague taxas à Plataforma. Todavia, o custo do desenvolvimento e manutenção do sistema evidentemente é suportado pela *Airbnb*, com os valores recebidos a título de taxas, de forma que a remuneração existe, mas é indireta.

Como indicado no capítulo 2, a Plataforma é responsável não só pela manutenção do sistema no qual estão as contas e o conteúdo dos membros, mas também por realizar a intermediação entre membro-hóspede e membro-anfitrião. Essa função também se enquadra no conceito de serviço positivado no CDC, pois qualifica-se como atividade, realizada pela Plataforma, e inserida no mercado de consumo. Em relação a este serviço fica mais clara também a remuneração, pois que direta, realizada por meio de taxas cobradas do anfitrião e do hóspede em conjunto, quando da realização de uma reserva. É possível também que as taxas sejam cobradas exclusivamente do anfitrião, hipótese na qual a remuneração pelo serviço prestado também seria indireta.

Por fim, é preciso passar à análise do elemento subjetivo. O membro-hóspede pode ser tanto pessoa física quanto pessoa jurídica, como indicado no capítulo 2.2.1., e utiliza o serviço prestado pela Plataforma *Airbnb*. Ao fazê-lo, ele coloca um fim na cadeia de consumo daquele serviço, pois não poderá funcionar como intermediário, transferindo sua conta para terceiro, sob pena de se responsabilizar por qualquer ato realizado por quem venha a ser o destinatário final nessa hipótese. Dessa forma, o membro-hóspede é, simultaneamente, destinatário final fático e destinatário final econômico do serviço prestado pela plataforma.

Em termos de vulnerabilidade, o fato de se tratar de contrato eletrônico de adesão, contribui substancialmente para caracterização deste elemento. O meio digital carrega consigo uma série de dificuldades adicionais, especialmente em termos de alfabetização digital, que tornam o sujeito que utiliza determinado serviço consideravelmente prejudicado em questões técnicas. Juridicamente, o

contrato estabelecido pelas partes se encarrega da atribuição de direitos e responsabilidades sobre a atuação do sujeito na plataforma, por exemplo, sobre o conteúdo produzido, que nem sempre são claras aos leigos, evidenciando vulnerabilidade jurídica. Ademais, a Plataforma *Airbnb* é claramente um centro de concentração de poder econômico na relação firmada, devido a sua posição dominante no mercado, conquistada em decorrência de seu caráter inovador. Por fim, percebe-se um esforço da plataforma para reduzir a vulnerabilidade informacional, especialmente por meio da redução de alguns dos termos de uso a páginas virtuais em texto de compreensão mais simplificada, mas não a ponto de afastar completamente o estado vulnerável do usuário.

Sendo assim, pode-se concluir que o regime jurídico dos contratos firmados entre membro-hóspede e plataforma é consumerista, e o contrato em questão é de prestação de serviços, sejam eles de administração da plataforma, sejam de intermediação da relação firmada entre membro-hóspede e membro-anfitrião.

3.4 O regime jurídico do contrato firmado entre membro-anfitrião e Airbnb

Já no que tange ao regime jurídico do contrato firmado entre membro-anfitrião e plataforma, além de se servir da análise dos elementos indicados nos capítulos 3.1 e 3.2, se partirá das diferenças essenciais entre as figuras do anfitrião e do hóspede, especificamente no que tange ao elemento subjetivo.

O objeto do contrato firmado entre membro-anfitrião e *Airbnb* também é de prestação de serviços, especificamente o de disponibilizar a plataforma, e de intermediar as relações entre membro-hóspede e membro-anfitrião. Do mesmo modo como ocorre no caso do contrato firmado entre membro-hóspede e plataforma, a disponibilização do sistema é feita de forma, a princípio, gratuita, mas os custos de desenvolvimento e manutenção são suportados pelas taxas pagas por outros usuários quando da realização de reservas, de forma que se inclui na categoria de remuneração indireta. A remuneração no caso da atividade de intermediação é direta, podendo ser arcada exclusivamente pelo anfitrião, ou por este e o hóspede.

Todavia, neste caso também a qualificação do objeto como serviço, conceituado dentro da legislação consumerista, não é índice suficiente ao afastamento do regime cível. É preciso ainda proceder à análise do elemento subjetivo.

O membro-anfitrião também pode ser pessoa física ou jurídica, então não seria este um empecilho à qualificação dele como consumidor. Todavia, é difícil a caracterização do anfitrião como destinatário final do serviço prestado pela Plataforma, especialmente no que tange ao serviço de intermediação entre usuários. A criação da conta na plataforma, a criação e disponibilização de conteúdo tem por finalidade, da parte do membro-anfitrião, a oferta pública de uma acomodação, evento ou experiência. Dessa forma, o membro-anfitrião seria um consumidor profissional, e sua proteção sob o regime consumerista depende, então, da adoção ou não da teoria finalista mitigada, explicada no tópico 3.1.

Para verificação da vulnerabilidade, elemento hábil à atração da proteção consumerista, é preciso analisar as condições concretas do membro-anfitrião. Isso pois, como indicado no item 1, há numerosos casos nos quais se verificou a ocorrência de anfitrião com múltiplas propriedades, qualificando negócios milionários, ao passo que a proposta inicial da plataforma era inserção no mercado de espaços ociosos em propriedades unitárias. Sendo possíveis ambas as realidades na plataforma, é inapropriado rejeitar ou cimentar a posição do hóspede como consumidor dos serviços prestados pela *Airbnb*. Se verificados os elementos que apontam para vulnerabilidade como demonstrados no tópico 3.1, é adequada aplicação da teoria finalista mitigada, atraindo o regime consumerista para a relação estabelecida entre membro-hóspede e plataforma.

AIRBNB NEWSROOM. About us. *Airbnb*. Disponível em: <<https://news.airbnb.com/about-us/>>. Acesso em 07 ago. 2020.

BRASIL. *Superior Tribunal de Justiça*. Recurso Especial nº 1.132.642/PR. Rel. Min. Nancy Andrighi. Julgamento em 05 ago. 2010. Publicado em 18 nov. 2010. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=961592&num_registro=200900626081&data=20101118&formato=HTML>. Acesso em 27 jul. 2020.

CARSON, Biz. Airbnb busca estratégias novas para crescer mais. *Forbes*. 4 mar.2019. Disponível em: <<https://forbes.com.br/negocios/2019/03/airbnb-busca-estrategias-novas-para-crescer-mais/>>. Acesso em 30 nov. 2019.

CBINSIGHTS. The complete list of Unicorn Companies. *The Global Unicorn Club*. Disponível em: <<https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>>. Acesso em 07 ago. 2020.

CHOUDARY, Sangeet Paul. Why business models fail: pipes v. platforms. *Pipes to Platforms*. Disponível em: <<http://platformed.info/why-business-models-fail-pipes-vs-platforms/>>. Acesso em 17 set.2019.

DOGRU, Tarik et al. Airbnb 2.0: Is it a sharing economy platform or a lodging corporation? *Tourism Management*, v. 78, p. 104049, 2020.

FERRÉ-SADURNI, Luis. Inside the rise and fall of a multimillion-dollar Airbnb scheme. *The New York Times*. Publicado em 23 fev. 2019. Disponível em:<<https://www.nytimes.com/2019/02/23/nyregion/airbnb-nyc-law.html>>. Acesso em 27 jul. 2020.

GAVIOLI, Allan. Airbnb anuncia IPO para 2020 com valuation de US\$31 bilhões. *Infomoney*. 20 set. 2019. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/negocios/airbnb-anuncia-ipo-para-2020-com-valuation-de-us-31-bilhoes/>>. Acesso em 08 ago. 2020.

HENTEN, Anders Hansen; WINDEKILDE, Iwoana Maria. Transaction costs and the sharing economy. *Emerald Grup Publishing Limited: Bingley*, v. 18, nº 1, 2016.

KENNEY, Martin; ZYSMAN, John. The rise of the platform economy. *Issues in science and technology*. National Academy of Sciences, Engineering, and Medicine of the University of Texas at Dallas: Arizona, 2016, pp. 61-69.

KENTON, Will. Peer-to-peer (P2P) Service. *Investopedia*. 2019. Disponível em: <<https://www.investopedia.com/terms/p/peertopeer-p2p-service.asp>>. Acesso em 17 set. 2019.

KERR, Dara. Airbnb yanks 923 listings in San Francisco. *Cnet*. Publicado em 17 mar. 2017. Disponível em: <<https://www.cnet.com/news/airbnb-yanks-923-listings-in-san-francisco-one-host-one-home/>>. Acesso em 27 jul. 2020.

LANE, Jamie; WOODWORTH, R. Mark. *Hosts with multiple units - a key driver of Airbnb growth*. CBRE: Los Angeles, 2017.

LOPES, Christian Sahb Batista; SILVA, Lucas Sávio Oliveira da. Contratos Eletrônicos. In PARENTONI, Leonardo (Coord). *Direito, tecnologia e inovação*. Vol. I. Belo Horizonte: D'Plácido, 2018, p. 373-394.

LOUDENBACK, Tanza. Los Angeles is finally regulating Airbnb stays - here's what the new short-term rental law means for hosts and travelers. *Business Insider*. Publicado em 12 dez. 2018. Disponível em: <<https://www.businessinsider.com/airbnb-vrbo-regulations-los-angeles-what-it-means-for-hosts-renters-2018-5>>. Acesso em 27 jul. 2020.

MARINO, Francisco Paulo de Crescenzo. *Contratos coligados no direito brasileiro*. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor*. O novo regime das relações contratuais. 6ed. São Paulo: Revista dos Tribunais Ltda., 2011.

MERRIEM-WEBSTER. The Billion-Dollar Unicorn: This kind actually exists. *Words we're watching*. Março, 2018. Disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/words-at-play/unicorn-words-were-watching>>. Acesso em 07 ago. 2020.

MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 2.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais Ltda. 2010

SCHNEIDERMAN, Erik T. Airbnb in the City. State of New York's Research Department and Internet Bureau - *Attorney General of the State of New York*. 2014. Disponível em: <<http://www.ag.ny.gov/pdfs/AIRBNB%20REPORT.pdf>>. Acesso em 19 mai.2020.

SCHOR, Juliet B.; FITZMAURICE, Connor J. Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy. In: *Handbook of research on sustainable consumption*. Edward Elgar Publishing, 2015.

SCHOR Julia. Debatendo a economia do compartilhamento. In. *Economias do Compartilhamento e o Direito*. Rafael A. F. Zanatta; Pedro C. B. de Paula; Beatriz Kira (Org). Curitiba: Juruá, 2017, pp. 21-40.

STEMLER, Abbey. The myth of the sharing economy and its implications for regulating innovation. *Emory Law Journal*. Vol. 67, 2017.

ZANATTA, Rafael A. F. Economias do Compartilhamento: Superando um problema conceitual. In. *Economias do Compartilhamento e o Direito*. Rafael A. F. Zanatta; Pedro C. B. de Paula; Beatriz Kira (Org). Curitiba: Juruá, 2017, pp. 79-106.