

PEERS INC.: A NOVA ESTRUTURA DA RELAÇÃO DE CONSUMO NA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO

PEERS INC.: THE NEW STRUCTURE OF THE CONSUMPTION RELATION IN THE SHARING ECONOMY

GUILHERME MUCELIN

Mestrando em Direito do Consumidor e Concorrencial pela UFRGS. Especialista em Direito Comparado Francês e Europeu dos Contratos e do Consumo pela Université de Savoie Mont Blanc/França. Especialista em Direito do Consumidor e Direitos Fundamentais e em Direito Internacional Público e Privado pela UFRGS. Membro dos grupos de pesquisa CNPq Direito Privado e Acesso ao Mercado e Mercosul, Direito do Consumidor e Globalização. Coordenador Acadêmico do Grupo de Estudos em Direito do Consumidor e Globalização – NUDECON-UFRGS. Bolsista CAPES. mucelin27@gmail.com

ÁREAS DO DIREITO: Consumidor; Civil

RESUMO: A *sharing economy* está oportunizando a ascensão de uma nova maneira de consumir: o consumo compartilhado. Os novos arranjos de consumo, baseados na tecnologia da internet e na lógica de compartilhamento, modificam a maneira como os consumidores e os fornecedores se relacionam entre si e uns com os outros, dando azo ao nascimento de uma nova relação de consumo e a uma nova dinâmica para a distribuição de ativos no mercado. Objetiva-se, portanto, demonstrar a expansão do consumo compartilhado, seus princípios e os novos agentes que surgiram e que desempenham papéis fluidos não mais antagônicos e petrificados em um polo da relação. Conclui-se, por essa análise, pelo reconhecimento de uma nova relação jurídica de consumo que, mais que permitir uma adequada proteção aos vulneráveis envolvidos, possibilita a visualização de um possível novo paradigma para o direito do consumidor para os desafios que hão de vir.

ABSTRACT: The sharing economy is giving rise to a new way of consuming: shared consumption. The new consumer arrangements, based on internet technology and the logic of sharing, modify the way consumers and suppliers relate to each other, giving birth to a new consumption relation and a new dynamic for the distribution of assets in the market. The objective is, therefore, to demonstrate the expansion of shared consumption, its principles and the new agents that have emerged and who play fluid roles, no longer antagonistic and petrified at one pole of the relationship. It is concluded, through this analysis, the recognition of a new consumer legal relationship that, rather than allowing adequate protection to the vulnerable involved, allows the visualization of a possible new paradigm for the consumer law to the challenges that will come.

PALAVRAS-CHAVE: Economia do compartilhamento – Novos papéis dos consumidores – Novos papéis dos fornecedores – Nova estrutura da relação de consumo.

KEYWORDS: Sharing economy – New consumer roles – New supplier roles – New consumption relationship structure.

SUMÁRIO: 1. Introdução. 2. Expansão do consumo compartilhado. 3. Sistemas do consumo compartilhado e seus princípios estruturantes e práticos. 4. *Peers Inc.*: noções dos agentes da relação de consumo compartilhado. 4.1. A parte *Peers*: os novos papéis dos consumidores. 4.2. A parte *Inc.*: os novos fornecedores e instrumentos de confiança. 5. A nova estrutura da relação de consumo compartilhado. 6. Considerações finais. 7. Referências.

*Locos são apenas os significados não compartilhados.
A loucura não é loucura quando compartilhada.
(Bauman)¹*

1. INTRODUÇÃO

Presenciamos na era digital uma nova etapa do processo de desenvolvimento jurídico, social e econômico, marcada pela superação gradativa da lógica de hiperconsumo, que era pautada pela prevalência da propriedade e pelo acúmulo de bens. Essas atitudes saturaram o meio ambiente e o mercado em uma sociedade pós-moderna, complexa e conexas, com crises financeiras e esgotamento ambiental.

Necessitou-se, então, repensar a economia, bem como estabelecer parâmetros sustentáveis e saudáveis ao capitalismo, cujo fundamento está se transformando, paulatinamente, do senso de propriedade para o senso do uso e do acesso, ainda mais quando impulsionado pelo uso da internet e da lógica das redes sociais, que conectaram e conectam milhares de pessoas – o que antes se tinha como impensável. Instalaram-se, assim, as condições necessárias para a criação de um consumo baseado na rede e que se dá, primordialmente, entre pares: o consumo compartilhado, o qual fez nascer uma linha pontilhada entre o que é *meu*, o que é *seu* e o que é *nosso*.

Com o redescobrimto das formas tradicionais de acesso a bens e serviços, através de plataformas que asseguram a confiança nas negociações, o compartilhamento no cerne do consumo se apresenta como uma alternativa para a experimentação das coisas e de experiências, não se limitando à posse

1. BAUMAN, Zygmunt. *A sociedade individualizada: Vidas contadas e histórias vividas*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 8.

É nesse sentido que o paradigma de antagonismo e de estaticidade, baseado na noção de propriedade, estabelecido na relação entre consumidor e fornecedor sob o qual o direito do consumidor foi construído precisa ser repensado para, no futuro, termos um paradigma dinâmico, fluido, baseado no acesso, fundamentado não só em propriedade, mas também nos interesses existenciais dos sujeitos envolvidos e que atenda às complexidades cada vez maiores presentes no mercado.

7. REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. A economia híbrida do século XXI. In: COSTA, Eliane; AGUSTINI, Gabriela (Org.) *De baixo para cima*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014.
- ASCENSÃO, José de Oliveira. O direito do autor no ciberespaço. *Revista Ajuris*, Porto Alegre, ano 32, n. 100, p. 95, dez. 2005.
- BAGGIO, Andreza Cristina. *O direito do consumidor brasileiro e a teoria da confiança*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.
- BALL, Philip. *Critical mass: how one thing leads to another*. Macmillan, 2004.
- BALLARINO, Tito. A internet e a conclusão dos contratos. In: POSENATO, Naiara (Org.). *Contratos internacionais: tendências e perspectivas*. Estudos de direito internacional privado e direito comparado. Ijuí: Unijuí, 2006.
- BARBIERI, José Carlos; DIAS, Marcio. Logística reversa como instrumento de programas de produção e consumo sustentáveis. *Revista Tecnológica*, São Paulo, ano VI, n. 77, s.p., 2002.
- BARDHI, Fleura; ECKHARDT, Giana. Access-based consumption: the case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, Reino Unido, v. 39, p. 881-898, dez. 2012.
- BARNETT, Clive; CLOKE, Paul; CLARKE, Nick; MALPASS, Alice. Consuming ethics: articulating the subjects and spaces of ethical consumption. *Antipode*, Reino Unido, v. 37, p. 23-45, jan. 2005.
- BAUMAN, Zygmunt. *A sociedade individualizada: vidas contadas e histórias vividas*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. São Paulo: Zahar, 2014.
- BELK, Russel. You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, Reino Unido, v. 67, p. 1595-1600, ago. 2014.
- BERGSTEIN, Laís Gomes. conexão contratual, redes de contratos e contratos coligados. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 109, p. 159-183, jan.-fev. 2017.

- BEUC – THE EUROPEAN CONSUMER ORGANIZATION. *Collaborative economy*: BEUC position, 2016. Disponível em: [www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-030_gbe_collaborative_economy_beuc_position.pdf]. Acesso em: 27.04.2017.
- BMW. *BMW on demand*. Disponível em: [www.bmw-welt.com/en/bmw_on_demand/]. Acesso em: 19.09.2016.
- BOLLIER, David. *Viral spiral: build a digital how the commoners republic of their own*. Nova Iorque: New Press, 2008.
- BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- BUSCH, Cristoph. Crowdsourcing consumer confidence: how to regulate rating and review systems in the collaborative economy. *European Contract Law and the Digital Single Market*, Cambridge, p. 223-237, jun. 2016.
- CALO, Ryan; ROSENBLAT, Alex. *The taking economy: Uber, information, and power*. 2017. Disponível em: [https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=27116006007097079076010069100085027&EXT=pdf]. Acesso em: 10.09.2017.
- CASTELLS, Manuel. *Information age: information, culture economy – End of Millenium*. Oxford: Blackwell, 1998. v. 3.
- CERP IoT – Internet of Things European Research Cluster. *Internet of things: strategic reserach roadmap*, 2009. Disponível em: [www.internet-of-things-research.eu/pdf/IoT_Cluster_Strategic_Research_Agenda_2009.pdf]. Acesso em: 05.01.2017.
- CHASE, Robin. *Economia compartilhada: como pessoas e plataformas da Peers Inc. estão reinventando o capitalismo*. São Paulo: HSM, 2015.
- COGO, Denise; BRIGNOL, Liliane Dutra. Redes sociais e o estudo de recepção da Internet. *MATRIZES*, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 75-92, jan.-jun. 2011.
- CRANSTON, Ross. *Principles of banking law*. Oxford: Oxford University, 2002.
- EAGLETON, Terry. *As ilusões do pós-modernismo*. Rio de Janeiro, Zahar, 1998.
- EINAV, Liran; FARRONATO, Chiara; LEVIN, Jonathan. Peer-to-peer markets. *Annual Review of Economics*, s.l., v. 8, p. 615-635, 2016.
- ERTZ, Myriam; DURIF, Fabien; ARCAND, Manon. *Collaborative consumption: conceptual snapshot at a buzzword*. 2016. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2799884]. Acesso em: 22.06.2017.
- FELSON, Marcus; SPAETH, Joe L. Community structure and collaborative consumption: a routine activity approach. *American Behavioral Scientist*, Illinois, v. 21, n. 4, p. 614-624, 1978.
- FRANCIS, Agil; YAMIJALA, Ramprasad; THANGUDU, Jeevan Kumar. The sharing economy: implications for property & casualty insurers. *Cognizant keep challenging*, s.l., p. 1-19, abr. 2016.

- GABRIEL, Luciano Ferreira; OREIRO, José Luís da Costa. Fluxos de capitais, fragilidade externa e regimes cambiais: uma revisão teórica. *Revista de Economia Política*, v. 28, n. 2, p. 331-357, 2008.
- GHERSI, Carlos Alberto. *La posmodernidad jurídica: una discusión abierta*. Ediciones Gowa Profesionales, 2000.
- HERRMANN, Gretchen M. Garage sales make good neighbors: building community through neighborhood sales. *Human organization*, s.l., v. 65, n. 2, p. 181-191, 2006.
- HU, Nan; LIU, Ling; SAMBAMURTHY, Vallabh. Fraud detection in online consumer reviews. *Decision Support Systems*, s.l., v. 50, n. 3, p. 614-626, 2011.
- JAYME, Erik. Direito internacional privado e cultura pós-moderna. *Cadernos de Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – PPGD/UFRGS*, Porto Alegre, v. 1, n. 1, p. 105-114, mar. 2003.
- KLEE, Antonia Espíndola Longoni. O diálogo das fontes nos contratos pela internet: do vínculo contratual ao conceito de estabelecimento empresarial virtual e a proteção do consumidor. In: MARQUES, Claudia Lima (Coord.). *Diálogo das fontes: do conflito à coordenação de normas do direito brasileiro*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.
- KLEE, Antonia Espíndola Longoni. *Comércio eletrônico*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.
- KLEIN, Andreas; BHAGAT, Parimal. We-Commerce: evidence on a new virtual commerce platform. *Global Journal of Business Research*, v. 4, n. 4, p. 107-124, 2010.
- KOOPMAN, Christopher; MITCHELL, Matthew; THIERER, Adam. The sharing economy and consumer protection regulation: The case for policy change. *The Journal of Business, Entrepreneurship and the Law*, Malibu, v. 8, p. 529-545, 2014.
- LAMBERTON, Cait. Collaborative consumption: a goal-based framework. *Current Opinion in Psychology*, s.l., v. 10, p. 145-59, 2015.
- LAMBERTON, Cait. Consumer sharing: collaborative consumption, from theoretical roots to new opportunities. *Cambridge handbook of consumer psychology*, Cambridge, s.p., 2015.
- LEE, Julia Y. Trust and social commerce. *University of Pittsburgh Law Review*, Pittsburgh, v. 77, p. 137-181, Winter 2015.
- LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- LORENZETTI, Ricardo Luis. *Comercio electrónico*. Buenos Aires: Abeledo Perrot, 2001.
- LUCA, Michael. Reviews, reputation, and revenue: the case of Yelp. com. *Working Paper of Harvard Business School*, 2016. Disponível em: [www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/12-016_a7e4a5a2-03f9-490d-b093-8f951238d-ba2.pdf]. Acesso em: 25.05.2017.

- MARKET ANALYSIS. *O consumo colaborativo e o consumidor brasileiro*, 2015. Disponível em: [<http://marketanalysis.com.br/wp-content/uploads/2017/04/2015-Market-Analysis-O-consumo-olaborativo-e-o-consumidor-rasileiro.pdf>]. Acesso em: 05.06.2017.
- MARQUES, Claudia Lima. Proposta de uma teoria geral dos serviços com base no novo Código de Defesa do Consumidor: a evolução das obrigações envolvendo serviços remunerados direta ou indiretamente. *Revista da Faculdade de Direito da UFRGS*, Porto Alegre, v. 18, p. 35-76, jan. 2000.
- MARQUES, Claudia Lima. *Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.
- MARQUES, Claudia Lima. O “diálogo das fontes” como método da nova teoria geral do direito: um tributo a Erik Jayme. In: MARQUES, Claudia Lima (Coord.). *Diálogo das fontes: do conflito à coordenação de normas do direito brasileiro*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.
- MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016 (e-book).
- MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.
- MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 111, p. 247-268, maio-jun. 2017.
- MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.
- MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *Economia do compartilhamento deve respeitar os direitos do consumidor*. 2015. Disponível em: [www.conjur.com.br/2015-dez-23/garantias-consumo-economia-compartilhamento-respeitar-direitos-consumidor]. Acesso em: 09.06.2017.
- McLUHAN, Herbert Marshall. *The Gutenberg galaxy: the making of typographic man*. Toronto: University of Toronto Press, 1962.
- McLUHAN, Marshal; FIORE, Quentin. *O meio é a mensagem: um inventário de efeitos*. ARGEL, Jerome (Coord.). Trad. e notas de Julio Silveira. Rio de Janeiro: Ímã, 2011.
- MELLER-HANICH, Caroline. Economia compartilhada e proteção do consumidor. Trad. Ardyllis Soares. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 105, p. 19-31, maio-jun. 2016.
- MENEZES CORDEIRO, Antônio Manuel da Rocha e. *Da boa-fé no direito civil*. Coimbra: Almedina, 2001.

- MESH DIRECTORY. *Interview with Lisa Gansky by Andrew Keen, Sharing Economy*, 2014. Disponível em: [<http://meshing.it/works>]. Acesso em: 30.04.2017.
- MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.
- MIRAGEM, Bruno. *A internet das coisas e os riscos do admirável mundo novo*. 2017. Disponível em: [www.conjur.com.br/2017-mar-29/garantias-consumo-internet-coisas-riscos-admiravelmundo]. Acesso em: 19.04.2018.
- MOLLICK, Ethan. The dynamics of crowdfunding: an exploratory study. *Journal of Business Venturing*, Pennsylvania, v. 29, n. 1, p. 1-16, 2014.
- MONT, Oksana. Clarifying the concept of product-service system. *Journal of Cleaner Production*, Suíça, v. 10, p. 237-245, jul. 2002.
- MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de Defesa do Consumidor – O princípio da vulnerabilidade: no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. Porto Alegre: Síntese, 1999.
- MOTTA, Fernando Previdi; GUELMANN, Karine Rose; CASTILHO, William Moreira. Reflexões sobre o direito do consumidor e a internet. In: CAPAVERDE, Aldaci do Carmo; CONRADO, Marcelo (Org.). *Repensando o direito do consumidor – 15 anos do CDC: 1990-2005*. Curitiba: OAB, 2005.
- MUCELIN, Guilherme. Sharing economy and the crisis of consumption relation: a socio-juridical analysis of collaborative consumption. In: MARQUES, Claudia Lima; PEARSON, Gail; RAMOS, Fabiana D'Andrea (Ed.). *Consumer protection: current challenges and perspectives*. Porto Alegre: Orquestra, 2017.
- NOVA, Luiz Henrique Sá da. Da cultura como mercadoria, ao consumo como prática cultural. *Revista do Centro de Artes, Humanidades e Letras*, v. 1, n. 1, p. 57-65, 2007.
- PRICEWATERHOUSECOOPERS. *The sharing economy – Consumer intelligence series*, 2015. Disponível em: [www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumerintelligence-series-the-sharing-economy.pdf]. Acesso em: 12.06.2017.
- PRUX, Oscar Ivan. Os 25 anos do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, sua história e as novas perspectivas para o século XXI. In: MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Claudia Lima; OLIVEIRA, Amanda Flávio de (Org.). *25 anos do Código de Defesa do Consumidor: trajetória e perspectivas*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.
- RIFKIN, Jeremy. *A era do acesso: a transição de mercados convencionais para networks e o nascimento de uma nova economia*. Makron Books, 2001.
- RIFKIN, Jeremy. *Sociedade com custo marginal zero: a internet das coisas, os bens comuns colaborativos e o eclipse do capitalismo*. São Paulo: M. Books do Brasil, 2016.

- RITZER, George; JURGENSON, Nathan. Production, consumption, prosumption the nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of consumer culture*, v. 10, n. 1, p. 13-36, 2010.
- ROCHA NETO, Ivan. Gestão do conhecimento e complexidade. *Gestão e Projetos: GeP*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, p. 94-126, 2012.
- ROSEN, Devan; LAFONTAINE, Pascale Roy; HENDRICKSON, Blake. Couch-Surfing: belonging and trust in a globally cooperative online social network. *New Media & Society*, Manoa, v. 13, n. 6, p. 981-998, 2011.
- SAXTON, Gregory D.; OH, Onook; KISHORE, Rajiv. Rules of crowdsourcing: models, issues, and systems of control. *Information Systems Management*, Londres, v. 30, n. 1, p. 2-20, 2013.
- SCARABOTO, Daiane. Selling, sharing, and everything in between: the hybrid economies of collaborative networks. *Journal of Consumer Research*, v. 42, n. 1, p. 152-176, 2015.
- SCHMIDT NETO, André Perin. *Contratos na sociedade de consumo: vontade e confiança*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.
- SILBER, Simão Davi. A economia mundial após a crise financeira de 2007 e 2008. *Revista USP*, n. 85, p. 82-93, 2010.
- SPINUZZI, Clay. Working alone together coworking as emergent collaborative activity. *Journal of Business and Technical Communication*, Austin, v. 26, n. 4, p. 399-441, 2012.
- SILVA, Maria Beatriz Beatriz Oliveira da. Obsolescência programada e teoria do decrescimento versus direito ao desenvolvimento e ao consumo (sustentáveis). *Veredas do Direito: direito ambiental e desenvolvimento sustentável*, Belo Horizonte, v. 9, n. 17, p. 181-196, 2012.
- STEFFEN, Alex. Use community: smaller footprints, cooler stuff and more cash. *Web*, v. 30, ago. 2007. Disponível em: [www.worldchanging.com/archives/006082.html]. Acesso em: 17.11.2017.
- STEMLER, Abbey. The myth of the sharing economy and its implications for regulating innovation. emory university school of law, Atlanta. Disponível em: [http://law.emory.edu/elj/content/volume-67/issue-2/articles/myth-sharing-economy-regulating-innovation.html]. Acesso em: 26.06.2017.
- TERRA. *Conheça os riscos e benefícios do modelo "store in store"*, 2012. Disponível em: [www.terra.com.br/economia/conheca-os-riscos-e-beneficios-do-modelo-store-in-tore,1a382502d176b310VgnCLD200000bbccceb0aRCRD.html]. Acesso em: 25.07.2017.
- TOFFLER, Alvin. *A terceira onda: a morte do industrialismo e o nascimento de uma nova civilização*. Rio de Janeiro: Record, 1980.
- TSUI, Bonnie. Greening with envy. *The Atlantic*, s.l., jul.-ago. 2009. Disponível em: [www.theatlantic.com/magazine/archive/2009/07/greening-with-envy/307498/]. Acesso em: 15.10.2017.

- UBER Newsroom. *Fatos e dados sobre a Uber*. Disponível em: [<https://newsroom.uber.com/brazil/fatos-e-dados-sobre-a-uber/>]. Acesso em: 29.09.2017.
- UNIÃO EUROPEIA. Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comitê Económico e Social Europeu e ao Comitê das Regiões: uma agenda europeia para a economia colaborativa. *Jornal Oficial da União Europeia*, Bruxelas, jun. 2016.
- UNIÃO EUROPEIA. Parecer do Comitê Económico e Social Europeu sobre Consumo colaborativo ou participativo: um modelo de desenvolvimento sustentável para o século XXI (parecer de iniciativa). *Jornal Oficial da União Europeia*, Bruxelas, jun. 2013. Disponível em: [<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013IE2788&from=PT>]. Acesso em: 21.03.2017.
- WIKIPEDIA. *Massa crítica*. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Massa_cr%C3%ADtica]. Acesso em: 06.09.2017.
- WILLIAMS, Jo. Designing neighborhoods for social interaction: the case of cohousing. *Journal of Urban Design*, Londres, v. 10, n. 2, p. 195-227, 2005.

PESQUISAS DO EDITORIAL

Veja também Doutrina

- A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo, de Cláudia Lima Marques – RDC 111/247-268 (DTR\2017\1601); e
- O impacto da economia de compartilhamento na sociedade de consumo e seus desafios regulatórios, de Dennis Verbicaro e Nicolas Malcher Pedrosa – RDC 113/457-482 (DTR\2017\6588).