

DO CELULAR À MESA DE REFEIÇÕES: O COMPARTILHAMENTO DE ALIMENTOS POR MEIO DE APLICATIVOS E SEUS IMPACTOS NO CONTEXTO DA *SHARING ECONOMY*

FROM THE CELL PHONE TO THE EATING TABLE: THE SHARING OF FOOD USING MOBILE APPS AND ITS IMPACTS ON THE SHARING ECONOMY CONTEXT

Guilherme Antônio Balczarek Mucelin* Patrícia Durante**

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo delinear a forma como as novas dinâmicas de consumo colaborativo, realizado especialmente por meio da internet e de aplicativos próprios para tal, influenciam os padrões de consumo de alimentos. Para tanto, será delineado o consumo colaborativo e sua forma de realização, considerando-se o contexto de proteção ao meio ambiente trazido pelo Direito Internacional. Ainda, serão apresentadas iniciativas que têm o potencial de impactar nos padrões de consumo alimentar, demonstrando como essa nova forma de consumir pode trazer benefícios aos consumidores e ao meio-ambiente.

PALAVRAS-CHAVE

Consumo colaborativo. Direito do Consumidor. Direito Ambiental Internacional. Alimentos.

ABSTRACT

This paper aims to indicate the way new dynamics of collaborative consumption, especially the ones made using the internet and mobile apps, influence the standards of food consumption. In order to do so, the study will delineate the collaborative consumption and its implementation, considering the context of the environment protection brought by the International Law. In addition, this paper also shows initiatives that have the potential to impact the food consumption, demonstrating how this new way of consuming can bring benefits to the consumers and to the environment.

KEYWORDS

Sharing economy. Consumer Law. Environmental International Law. Food.

SUMÁRIO

1. Introdução. 2. O novo consumir do século XXI. 3. Os aplicativos de *food-sharing* em perspectivas globais e individuais. 4. Conclusões. Referências.

REFERÊNCIA: DURANTE, Patrícia; MUCELIN, Guilherme Antônio Balczarek. Do celular à mesa de refeições: o compartilhamento de alimentos por meio de aplicativos e seus impactos no contexto da *sharing economy*. *Res Severa Verum Gaudium*, Porto Alegre, v. 3, n. 2, p. 212-225, abr. 2018.

1 INTRODUÇÃO

Por ser um processo cultural da vida em sociedade, o consumo pode ser entendido como condição natural do ser humano, sendo inclusive a proteção dos consumidores positivada como direito

* Graduado em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Especialista do Programa de Pós-Graduação Lato Sensu em Direito da UFRGS, "O Novo Direito Internacional": Direito Internacional Público e Privado e Direito da Integração. Especialista do Programa de Pós-Graduação Lato Sensu em Direito da UFRGS, "Direito do Consumidor e Direitos Fundamentais". Pós-graduando em "Direito do Trabalho e Processual do Trabalho", pelo Instituto de Desenvolvimento Cultural (IDC). Especialista em "Droit Comparé et Européen des Contrats et de la Consommation", da Université de Savoie Mont Blanc, França. Aluno regular do curso de Mestrado acadêmico do Programa de Pós-Graduação da UFRGS, na linha de Direito Privado.

** Graduada em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa CNPq "MERCOSUL, Direito do Consumidor e Globalização" e do Núcleo de Estudos Consumidor e Globalização. Bolsista de extensão do Centro de Estudos Europeus e Alemães (CDEA – DAAD/UFRGS/PUCRS, 2017) e da Rede Brasileira de Pesquisadores em Direito Internacional (UFRGS, 2016). Pesquisa nas áreas de Direito do Consumidor, Direito Internacional e Direito Comparado.

fundamental no ordenamento jurídico brasileiro. Estando, todavia, a sociedade contemporânea submersa no hiperconsumo impulsionado pelo desenvolvimento da tecnologia digital, a quantidade de bens acumulados é vista como medida de riqueza ao mesmo tempo em que o consumo de bens e serviços sinaliza *status* social. Nesse contexto, a propriedade se consagrou como um meio de poder e de controle, o que incentiva as pessoas a consumir a todo o momento, mesmo sem considerar suas reais necessidades.

No entanto, tal consumismo, por ser fato gerador de preocupações no que diz respeito aos impactos sociais e ambientais causados pela utilização intensiva de recursos naturais, tem levado governos, empresas, organizações não-governamentais e demais setores da comunidade científica a tratar do tema em suas agendas. Dessa forma, considerando-se o crescente esgotamento do sistema vigente e a sua incapacidade de satisfazer as demandas individuais e coletivas dos cidadãos, são indispensáveis alternativas que se adequem às necessidades e aos desafios que um futuro alicerçado às redes digitais comporta.

Assim sendo, a conduta dos indivíduos é peça-chave a fim de que se firmem mudanças de atitudes e de hábitos pessoais quanto às formas de consumir, uma vez que o comportamento do cidadão e sua responsabilidade na sociedade de consumo são elementos essenciais para que se alcance o desenvolvimento sustentável.¹ Nesse sentido, diversas práticas foram desenvolvidas visando a implementar na sociedade a consciência acerca da necessidade de mitigar o consumo desenfreado.

Como desdobramento, os padrões de consumo caminham para se reajustar a essa nova realidade social, de onde surge, então, o consumo colaborativo. Nesse sentido, surge um conjunto de iniciativas sociais espontâneas ou estimuladas, consistente na racionalização do uso de produtos e serviços diversos, designadas comumente sob a noção de "consumo sustentável" (MARQUES; MIRAGEM, 2014, p. 188).

Uma vez que a promoção dessa consciência se dá pela criação de um sentimento de coletividade que foi impulsionado em escala global pela Internet, são diversas as iniciativas de consumo colaborativo a conquistar cada vez mais adeptos no mundo. No setor do consumo de alimentos, projetos como redes de consumo colaborativo, supermercado colaborativo, restaurantes e refeições comunitárias têm modificado a maneira como as pessoas se relacionam com as refeições e com o ato de se alimentar.

Dessa forma, é necessário um estudo aprofundado do vínculo entre o consumo colaborativo e o consumo de alimentos, bem como dos seus reflexos no Direito. A abordagem será realizada sob o

¹ Nesse sentido foi ratificada a Carta da Terra, uma declaração de princípios para a construção de uma sociedade global justa, sustentável e pacífica, entre os quais encontra-se "adotar padrões de produção, consumo e reprodução que protejam as capacidades regenerativas da Terra, os direitos humanos e o bem-estar comunitário". (A *Carta da Terra*. Disponível em: <<http://cartadaterrabrasil.org/prt/text.html>>. Acesso em: 23 jun. 2016.)

viés do Direito do Consumidor no contexto do desenvolvimento sustentável, sem desconsiderar, portanto, questões relativas ao Direito Ambiental Internacional.

2 O NOVO CONSUMIR DO SÉCULO XXI

Fato é que o consumo excessivo é responsável pela redução das atividades coletivas e participativas (BRICENO, 2006. p. 1541), maximizando-se assim a tendência de individualização do ser humano em contraposição à consciência coletiva, uma vez que a identidade das pessoas deixa de se firmar por meio da sua participação na comunidade e passa a ser definida por aquilo que elas consomem. Nesse contexto, é estabelecido que os indivíduos, ao longo do processo de construção de sua identidade, utilizam bens como um dos meios para se definir, sendo esse um processo interminável que gera um impulso de consumo persistente (ROPKE, 1998. p. 410).

Em decorrência dessa individualidade acentuada, o senso de comunidade deixa de existir: marcas substituem *commodities*, publicidade de massa substitui a venda pessoal e o consumidor substitui o cidadão. Dito de outra forma, a sociedade de consumo é focada no consumidor considerado somente em si e em seus anseios materialistas, afastando-se as noções e práticas de coletividade (MUNIZ, 2001. p. 413).

Desse modo, o consumo é tido como o núcleo da vida social, sendo capaz de determinar e orientar os desejos e as identidades da população, o que cria a exacerbada aquisição de bens. Isso ocorre porque os consumidores adquirem um produto ou serviço com o intuito de experimentar os prazeres momentâneos que eles proporcionam; todavia, como não duradouros, sempre haverá nova motivação para que um novo objeto de desejo seja adquirido (BARBOSA, 2008, p. 53). Nessa linha, o consumo evoluiu ao patamar de propósito da existência dos indivíduos, caracterizando-se o consumismo como o ato de consumir associado ao desejo de rápida substituição dos bens (BAUMAN, 2008, p. 50).

Todavia, notadamente após a crise mundial de 2008, parcela da sociedade compreendeu que a economia e a natureza não seriam mais capazes de suportar o modelo tradicional de compra-uso-descarte-compra fundado em recursos não renováveis. Dessa maneira, as preocupações ambientais e a conscientização dos altos custos do consumismo vêm progressivamente afastando a população desse estilo de vida, levando-a ao compartilhamento, à agregação, à abertura e à cooperação (BOTSMAN; ROGERS, 2011. P. 18).

Assim, o compartilhamento faz sentido para o consumidor, o meio ambiente e a comunidade, podendo ainda contribuir com os negócios que forem visionários (BELK, 2014, p. 1597). Nesse contexto, verifica-se que a maneira capitalista de hiperconsumo está se convertendo na sociedade do consumo colaborativo, a qual tem como base a consciência de comunidade global, do acesso parti-

lhado, da confiança e do uso da Internet, caracterizando a nova tendência de consumo do século XXI.²

Apesar de que o consumo baseado no modelo mercadológico tradicional – centrado na propriedade individual – seja ainda predominante em detrimento dos arranjos colaborativos, pesa o fato de que o movimento dos consumidores para o compartilhamento de seus bens e habilidades por meio de mercados alternativos esteja virtuosamente em expansão. Há, portanto, como consequência da criação e do crescimento de plataformas digitais, a difusão da ideia e da prática do consumo colaborativo – a exemplo do Airbnb e do Uber.

Nessa lógica, o *homo economicus et culturalis* (MARQUES, 2011. p. 302) da sociedade de consumo contemporânea é norteado por duas importantes máximas: a aversão ao consumismo e a aderência ao consumo equilibrado. A concretização dessas ideias vem por meio dos conceitos da pós-modernidade, juntamente ao desenvolvimento tecnológico, pois esses são elementos que trouxeram consigo relevantes alterações no que diz respeito às formas tradicionais de consumir (BAUMAN, 2008. p. 7), reforçando ainda mais o ideal de consumo sustentável e abrindo espaço ao chamado consumo colaborativo, *sharing economy* ou consumo participativo.³

No contexto do advento da Internet e do crescimento da interação dos indivíduos com grupos sociais essencialmente por meio da utilização de plataformas virtuais de comunicação (MONT, 2004. p. 147), e sem desconsiderar as consequências da crise mundial, a ideia de consciência coletiva aumentou, fornecendo impulso aos meios de consumo colaborativo. A razão disso reside no fato de que os modelos de acesso aos mercados estão se tornando mais populares, sendo as tecnologias sociais, de mobilidade e de localização decisivas para essa nova tendência de consumo, tornando o compartilhamento de bens e de serviços mais fluído (BOTSCHAN; ROGERS, 2011. p. 14).

Assim, o ato de consumir transformou-se numa atividade dinâmica na qual a contribuição e a colaboração são meio mais eficazes, econômicos e sustentáveis para obter-se o que se almeja. Configura-se, desse modo, a “mentalidade do uso” (BOTSCHAN; ROGERS, op. cit., p. 61), que é definida pelo pagamento do benefício que o produto ou o serviço trará, não obrigatoriamente pela sua posse.

² Seguindo essa inclinação, a União Europeia reconhece o papel do consumo colaborativo para uma conduta mais ecológica durante os ciclos de vida dos bens desfrutados. UNIÃO EUROPEIA. Parecer do Comité 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: 03 jul. 2017.

³ MARQUES e MIRAGEM explicam que "esta economia dita do compartilhamento (*sharing economy*) concebe novos modelos de negócio não mais concentrados na aquisição da propriedade de bens e na formação de patrimônio individual, mas no uso em comum — por várias pessoas interessadas — das utilidades oferecidas por um mesmo bem. A estruturação destes negócios ganha força pela internet, e se dá tanto sob o modelo peer to peer (P2P), quanto no modelo business to business (B2B), ou seja, entre pessoas não profissionais e entre empresários.". Confirma-se: MARQUES, Cláudia Lima.; MIRAGEM, Bruno. *Economia do compartilhamento deve respeitar os direitos do consumidor*, 2015. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2015-dez-23/garantias-consumo-economia-compartilhamento-respeitar-direitos-consumidor>>. Acesso em: 03 jul. 2017.

Portanto, “à medida que as nossas posses se desmaterializam, tonando-se intangíveis, nossas percepções de propriedade estão mudando, criando uma linha pontilhada entre ‘o que é meu’, ‘o que é seu’ e ‘o que é nosso’” (*Ibidem*, p. 91).

Pode-se conceituar o consumo colaborativo como a forma tradicional de trocar, compartilhar, emprestar, alugar e oferecer, redefinida por meio da tecnologia moderna e da criação de comunidades na Internet fundadas na confiança de usuários entre si e entre os usuários e a plataforma digital. Dessa maneira, é modificada a forma como o consumo ocorre, uma vez que ele deixa de ser firmado na posse exclusiva para se configurar no uso compartilhado, espaço em que a mentalidade colaborativa e de coletividade ocupam grande relevância.

Ressalta-se que o consumo colaborativo é caracterizado como uma forma alternativa à propriedade privada, pois gera a possibilidade de que duas ou mais pessoas possam usufruir dos custos e dos benefícios de determinado bem ou serviço, de onde emerge a ideia do “nosso”. O compartilhamento, portanto, seria “o ato de distribuição do que é nosso para os outros, para que possam utilizar e/ou o ato e processo de receber ou tomar algo dos outros para o nosso uso” (BELK, 2007, p. 126). A essa ideia, pode-se acrescentar outra visão sobre o consumo colaborativo: não somente algo é nosso, mas também algo que é meu pode ser seu (BOTSMAN; ROGERS, 2011. p. 14). Em síntese, o consumo colaborativo é uma prática comercial em que os consumidores partilham o acesso a produtos e serviços ao invés de exercerem a propriedade individual.

O consumo colaborativo possui três modelos que regem as possibilidades de seu desenvolvimento: sistema de serviços de produtos, mercados de redistribuição e estilo de vidas colaborativos. Para seu funcionamento, a oferta e a procura são gerenciadas por meio de plataformas de mediação que garantem a segurança e a contraprestação equivalente dos produtos ou serviços utilizados (BOTSMAN; ROGERS, op. cit., p. 12). Os sistemas de serviços de produtos (*product-service system*) são definidos como “um conjunto comercial de produtos e serviços capazes de atender conjuntamente as necessidades do usuário” (MONT, 2002. p. 239). Assim, paga-se pelo produto sem lhe adquirir a propriedade, o que envolve o aluguel como retribuição financeira (*Ibidem*, p. 17).

Os mercados de redistribuição, por sua vez, diferenciam-se do sistema de produtos porque nesse caso há a transferência da propriedade da coisa, prescindindo-se de retribuição financeira, uma vez que eles estão fundados em trocas e doações (*Ibidem*, p. 61). Por fim, os estilos de vida colaborativos são caracterizados pela troca ou partilha de ativos intangíveis, como o tempo, espaço, habilidades e

dinheiro, no que são incluídos os conceitos de *crowdsourcing*⁴, *crowdfunding*⁵, *crowdlearning*⁶, *chsurfing*⁷ e *coworking*.⁸

São diversos os benefícios que essa nova realidade de consumo possibilita, sendo exemplos o menor consumo de insumos, as menores emissões de CO₂, a maior procura por produtos de boa qualidade, a promoção da eco-concepção (vários consumidores utilizam o produto), o favorecimento da durabilidade dos bens, a melhora da interação social pelo desenvolvimento da comunidade, o enaltecimento da confiança entre os cidadãos e a facilitação do acesso a produtos de alta qualidade aos consumidores com rendimentos mais baixos.⁹ Ainda, o consumo colaborativo é praticado diariamente, o que permite que as pessoas economizem dinheiro, espaço e tempo, além de fazer amigos e se tornar cidadãos ativos novamente (BOTSMAN; ROGERS, 2011, p. 14).

O que se identifica, portanto, é que o consumo colaborativo, nas suas variadas expressões, evidencia a tendência pós-moderna¹⁰ de desconstrução do individualismo exagerado, do acúmulo de bens e da propriedade privada como única forma de *status*, para reconhecer o compartilhamento como uma forma de consciência coletiva e de expressão do multiculturalismo (SEMPRINI, 1999. p. 99). Para tanto, são buscados pelos consumidores a cooperação e o compartilhamento por meio de ações coletivas, fazendo-se frente aos arranjos de consumo tradicionais que já se demonstraram ineficientes e não sustentáveis.

Sendo notório o fato de que o consumo de alimentos vinha seguindo o mesmo rumo do consumo de outros produtos, ou seja, de desperdício, hiperconsumo e massificação da produção, pode-se agora verificar que ele também está se modificando. Nesse rumo, iniciativas de consumo colaborativo têm alterado a forma como as pessoas encaram e consomem seus alimentos. Seja por meio da ex-

⁴ Modelo de negócio, baseado na web, que utiliza as soluções criativas de uma rede distribuída de indivíduos que atuam através de um convite aberto, ou seja, é uma ferramenta de co-criação a partir da participação online.

⁵ Financiamento coletivo a partir de redes de pessoas e/ou instituições que investem em projetos criativos. Várias pessoas contribuem com pequenas quantias, de maneira colaborativa, para viabilizar uma ideia, um negócio, um projeto.

⁶ Proporciona o aprendizado colaborativo, no qual as pessoas compartilham os conhecimentos que detêm com quem tem o interesse de aprender.

⁷ Compartilhamento de hospedagem para pessoas que viajam a passeio ou a negócios. É uma rede mundial para fazer conexões entre viajantes e as comunidades locais que visitam.

⁸ Compartilhamento de espaço e recursos de escritório, reunindo pessoas em escritórios de trabalho coletivo, podendo ou não ter a mesma finalidade comercial.

⁹ Para detalhes: UNIÃO EUROPEIA. Parecer do Comité 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: 03 jul. 2017.

¹⁰ Na pós-modernidade, o lema “você é o que você possui” se transforma em uma nova máxima: “você é o que você compartilha”, indicando uma nova era na economia, o que BELK chama de pós-propriedade. (BELK, Russel. You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, United Kingdom, v. 67, p. 1595-1600, ago. 2014. p. 1599)

periência de serem sócios de supermercados colaborativos¹¹, dividindo uma mesa em um restaurante com estranhos¹², dividindo refeições na casa de famílias em todo o mundo¹³ ou mesmo dividindo a comida que foi comprada e não foi consumida¹⁴, o consumo colaborativo vem para mudar radicalmente a forma como as pessoas se alimentam.

3 OS APLICATIVOS DE FOOD-SHARING EM PERSPECTIVAS GLOBAIS E INDIVIDUAIS

Para além da possibilidade de compartilhar a experiência de se alimentar, o consumo colaborativo exerce importante responsabilidade social no que diz respeito à maneira como lidamos com a produção, o consumo e, especialmente, o pós-consumo de alimentos. Segundo a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO-ONU), enquanto 795 milhões de pessoas ainda passam fome no mundo (FAO-ONU, 2015), 1,3 bilhão de toneladas de alimentos são anualmente jogadas fora em todas as etapas da cadeia produtiva (FAO-ONU, 2015), o que corresponde a um terço da produção mundial destinada ao consumo humano¹⁵. Ademais, no contexto desse desperdício, não se pode esquecer que áreas foram desflorestadas, espécies da fauna e da flora foram extintas, populações nativas foram, na melhor sorte, deslocadas, considerável quantidade de água potável foi utilizada e o solo do planeta foi progressivamente degradado para que esses alimentos fossem produzidos.

Ciente dessa situação, a Organização das Nações Unidas estabeleceu, dentro do programa de metas para o desenvolvimento sustentável, o objetivo de, até o ano de 2030, acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar, aprimorar a nutrição e promover a agricultura sustentável no planeta. Identificado como meta nº 02, tal objetivo encontra no consumo colaborativo um grande aliado para que sua concretização ocorra, uma vez que a sociedade civil tem desenvolvido arranjos específicos

¹¹ No “The People’s Supermarket”, os consumidores são também sócios do supermercado, oferecendo horas de trabalho voluntário em troca de preços menores e descontos nas compras. (CONSUMO COLABORATIVO BRASIL. *Como funciona um Supermercado Colaborativo*. Disponível em <<http://consumocolaborativo.cc/como-funciona-um-supermercado-colaborativo/>>. Acesso em: 01 jul. 2017.)

¹² Através do aplicativo Crushing Table, é possível decidir onde, quando e quantas pessoas podem dividir uma mesa em um restaurante, bem como escolher o objetivo da mesa. (CRUSHING TABLE. Disponível em: <<http://crushingtable.com.br/>>. Acesso em: 01 jul. 2017)

¹³ O aplicativo Meal Sharing permite procurar por refeições caseiras em vários lugares do mundo. O anfitrião estabelece os detalhes da refeição, e à outra parte cabe aceitar ou não e comparecer à casa do anfitrião para compartilhar da refeição. (MEAL SHARING. Disponível em: <<https://www.mealsharing.com/>>. Acesso em: 01 jul. 2017)

¹⁴ O Cópia é uma iniciativa em que aquele que possui comida sobrando e que irá ser desperdiçada pode solicitar uma coleta, que será posteriormente distribuída a quem precisa dos alimentos. (COPIA. Disponível em: <<https://www.gocopia.com/>>. Acesso em: 01 jul. 2017)

¹⁵ É cabível destacar que atualmente 33% de todas as terras cultivadas são destinadas à produção de ração animal, segundo relatório da FAO sobre o assunto, disponível em <<ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/a0701e/a0701e.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

para modificar a forma como se consomem alimentos e como se destinam aqueles que não são consumidos, utilizando-se das ferramentas proporcionadas pela globalização e pela Internet.

Exemplo notável dessas iniciativas são os aplicativos para dispositivos móveis ligados ao compartilhamento de alimentos, chamados de aplicativos de *food-sharing*. Enquadrados no contexto da *sharing economy*, tais utensílios visam a conectar indivíduos, ou mesmo estabelecimentos, que possuam alimentos excedentes a pessoas que estejam à procura de uma refeição. São diversas as maneiras como essa troca acontece: é possível que uma pessoa vá diretamente ao encontro de quem disponibilizou, por meio dos aplicativos, aquilo que não consumiu, bem como existem equipes responsáveis por coletar esses alimentos e destiná-los a grupos específicos, como moradores de áreas carentes.

O *NoFoodWasted*, desenvolvido nos Países Baixos, estabeleceu uma parceria com supermercados para notificar os consumidores sobre a existência de produtos em suas prateleiras que estejam próximos à data de vencimento da validade e que, para não serem colocados no lixo pelo estabelecimento, são vendidos com consideráveis descontos no valor. Na Irlanda e no Reino Unido, o *FoodCloud* é responsável por intermediar a doação de alimentos excedentes em fazendas e supermercados a entidades assistenciais. Ainda, na Grã-Bretanha, o *To Good To Go* disponibiliza a quem quiser alimentos não vendidos por restaurantes e lanchonetes antes que eles encerrem suas atividades do dia.

Tais iniciativas não são restritas ao âmbito internacional. Em Porto Alegre, a Tribo Viva define-se como uma rede de consumo colaborativo que possibilita aos consumidores adquirir alimentos orgânicos diretamente de produtores agroecológicos locais.

Outro aspecto importante relacionado ao compartilhamento de alimentos diz respeito à capacidade de abrandamento da poluição gerada pelo desperdício de comida. Segundo relatório da FAO¹⁶, se o desperdício de alimentos fosse considerado um país, seu potencial de emissão dos chamados gases do efeito estufa, especialmente o metano, colocá-lo-ia como o terceiro mais poluente do planeta, perdendo apenas para os Estados Unidos e a China.

Os maiores contribuintes para esses números são os cereais (34% do total) e os produtos de origem animal (33%). No que diz respeito aos cereais, cabe destacar que sua produção envolve grande quantidade de aplicação de fertilizantes à base de nitrogênio na forma de amônia, responsáveis pela degradação do solo e contaminação dos lençóis freáticos do ecossistema. Quanto aos produtos de origem animal, a maior carga de poluição advém do cultivo de ração para os animais monogástricos (suínos e aves), enquanto que, para os ruminantes (bovinos, ovinos e caprinos), a maior carga advém

¹⁶ Para detalhes, conferir: ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA AGRICULTURA E ALIMENTAÇÃO. *Food waste footprint & Climate change*, p. 01. Disponível em <<http://www.fao.org/docrep/018/i3347e/i3347e.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

da fermentação entérica que ocorre durante sua digestão alimentar, seguida pelo cultivo de ração para eles.¹⁷

Verifica-se, assim, a impossibilidade de manutenção de um sistema que degrada o meio ambiente para produzir alimentos que são colocados no lixo, conduta que potencializa essa capacidade de poluição. Permanecer vinculado a esse comportamento, portanto, contraria os institutos previstos nos mais diversos documentos internacionais voltados à proteção do ecossistema e na própria Constituição Brasileira, uma vez que o *caput* de seu artigo 225 estabelece que “*todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações*”.

No plano internacional, cumpre destacar a importância de documentos que reconhecem a fragilidade ecológica de nosso planeta, como a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente Humano de 1972. Também conhecida como Declaração de Estocolmo, referida conferência é considerada marco global por reconhecer que “*a proteção e o melhoramento do meio ambiente humano é uma questão fundamental que afeta o bem-estar dos povos e o desenvolvimento econômico do mundo inteiro, um desejo urgente dos povos de todo o mundo e um dever de todos os governos*” (CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE O MEIO AMBIENTE HUMANO, 1972).

Em novembro de 1989, a Assembleia Geral das Nações Unidas adotou a Convenção dos Direitos das Crianças, sendo essa o documento de direitos humanos com mais ratificações na história (196 países a ratificaram, sendo exceção os Estados Unidos). No seu artigo 24-2-c, determina-se que os Estados-Partes adotarão as medidas apropriadas para “*combater as doenças e a destruição dentro do contexto dos cuidados básicos de saúde mediante, inter alia, a aplicação de tecnologia disponível e o fornecimento de alimentos nutritivos e de água potável, tendo em vista os perigos e riscos da poluição ambiental*” (ASSEMBLEIA GERAL DAS NAÇÕES UNIDAS, 1989).

Recentemente, o Acordo de Paris de 2015 sinalizou que a comunidade internacional mantém seus olhos atentos às mudanças climáticas ocorridas no planeta e à maneira como elas afetam o equilíbrio do ecossistema. No tocante à segurança alimentar e ao combate à fome, o documento reconheceu a especial vulnerabilidade que o sistema de produção de alimentos possui em relação aos desfavoráveis impactos das mudanças climáticas.

Desse modo, verifica-se que o consumo colaborativo de alimentos se posiciona como ferramenta protagonista à concretização dos objetivos visados pela comunidade internacional, especialmente

¹⁷ O relatório completo é encontrado como: ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA AGRICULTURA E ALIMENTAÇÃO. *Food waste footprint*. Disponível em <<http://www.fao.org/docrep/018/i3347e/i3347e.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

por ser capaz de impulsionar a proteção ambiental por meio do combate ao desperdício de alimentos cuja produção é cara ao planeta, fator de reconhecimento do seu papel para o desenvolvimento sustentável. No ponto, é cabível asseverar que a sustentabilidade, corretamente assimilada, consiste em assegurar hoje o bem-estar material e imaterial, sem inviabilizar o bem-estar próprio e alheio no futuro (FREITAS, 2016, p. 44).

Aliado às vantagens ambientais geradas pela redução do desperdício de alimentos, o compartilhamento de produtos alimentares é responsável por aproximar pessoas em prol de uma intenção comum, estabelecendo-se como um elemento de combate ao individualismo característico da sociedade pós-moderna. O novo consumir, nessa lógica, é capaz de conectar pessoas anteriormente estranhas umas às outras para que elas possam dividir uma refeição, valendo-se das comodidades que o veloz aprimoramento dos *softwares* proporciona.

No contexto de sociedade massificada, o ato de se alimentar é realizado de maneira automática e apressada nos pequenos intervalos que nos são disponibilizados para tal. Sem que seja dada a devida importância às refeições, todavia, o ser humano se distancia gradativamente da possibilidade de compartilhar algo com outras pessoas. Ademais, distancia-se do contato com a origem e a produção dos alimentos, fato que acarreta na indiferença às questões relativas à sua saúde e à promoção da melhoria do meio-ambiente.

A rede de colaboração gerada pelos aplicativos de *food-sharing*, portanto, firma-se como exemplo ao congregar o interesse num consumo mais acessível e personalizado a uma visão global que pondera os impactos ambientais que o consumo irresponsável promove. Dessa forma, ao possibilitar que as pessoas ou se mobilizem para destinar corretamente alimentos que ainda possam ser consumidos ou façam uma busca por eles, quebra-se a lógica individualista de considerar a alimentação como algo incapaz de substancialmente interferir na vida social, na economia e no meio-ambiente.

4 CONCLUSÃO

As formas de consumir modificam-se conforme se alteram o tempo e a sociedade. Se a busca pela propriedade individual de um bem está deixando de ser o objetivo dos consumidores, a preocupação com as consequências sociais e ambientais do consumo também se faz presente na nova realidade do século XXI.

Partindo-se dessa realidade, identifica-se, nos aplicativos de *food-sharing*, um importante aliado para a concretização do desenvolvimento sustentável. Assim, uma vez que tais instrumentos viabilizam a redução do desperdício de alimentos, seu uso deve ser incentivado e difundido.

Ademais, compartilhar refeições não interfere apenas no meio-ambiente, sendo também responsável por conectar pessoas numa sociedade que, massificada, deixou de considerar o coletivo como fator essencial ao desenvolvimento dos seres humanos. O consumo colaborativo, dessa forma, mostra-se como alternativa ao esgotamento do sistema vigente, possibilitando que um consumo mais sustentável e humano seja diariamente praticado.

REFERÊNCIAS

ASSEMBLEIA GERAL DAS NAÇÕES UNIDAS. *Convenção sobre os Direitos das Crianças de 1989*. Disponível em <https://www.unicef.org/brazil/pt/resources_10120.htm>. Acesso em 04 jul. 2017.

BARBOSA, Livia. *Sociedade de Consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BELK, Russel. You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, United Kingdom, v. 67, p. 1595-1600, ago. 2014.

_____. Why not share rather than own?. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, United States, v. 611, p. 126-140, maio 2007.

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

BRASIL, Presidência da República. *Constituição da República Federativa do Brasil*, de 5 de outubro de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 04 jul. 2017.

BRICENO, Tania; STAGL, Sigrid. The role of social processes for sustainable consumption. *Journal of Cleaner Production*, United Kingdom, v. 14, p. 1541-1551, abr. 2006.

CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE O MEIO AMBIENTE HUMANO. *Declaração de Estocolmo sobre o Meio Ambiente Humano de 1972*. Disponível em <<http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Meio-Ambiente/declaracao-de-estocolmo-sobre-o-ambiente-humano.html>>. Acesso em 04 jul. 2017.

CONSUMO COLABORATIVO BRASIL. *Como funciona um Supermercado Colaborativo*. Disponível em: <<http://consumocolaborativo.cc/como-funciona-um-supermercado-colaborativo/>>. Acesso em: 01 jul. 2017.

CONVENÇÃO-QUADRO DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE MUDANÇAS CLIMÁTICAS. *Paris Agreement*, 2015. Disponível em <http://unfccc.int/files/essential_background/convention/application/pdf/english_paris_agreement.pdf>. Acesso em 04 jul. 2017.

COPIA. Disponível em: <<https://www.gocopia.com/>>. Acesso em: 01 jul. 2017.

CRUSHING TABLE. Disponível em: <<http://crushingtable.com.br/>>. Acesso em: 01 jul. 2017.

FOODCLOUD. Disponível em: <<https://food.cloud/>>. Acesso em: 02 jul. 2017.

FREITAS, Juarez. *Sustentabilidade: direito ao futuro*. 3. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2016.

MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

MARQUES, Claudia Lima.; MIRAGEM, Bruno. *Economia do compartilhamento deve respeitar os direitos do consumidor*, 2015. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2015-dez-23/garantias-consumo-economia-compartilhamento-respeitar-direitos-consumidor>>. Acesso em: 03 jul. 2017.

_____.; MIRAGEM, Bruno. *O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis*. 2. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

MEAL SHARING. Disponível em: <<https://www.mealsharing.com/>>. Acesso em: 01 jul. 2017.

MONT, Oksana. Clarifying the concept of product-service system. *Journal of Cleaner Production*, Switzerland, v. 10, p. 237-245, jul. 2002.

_____. Institutionalisation of sustainable consumption patterns based on shared use. *Ecological Economics*, Switzerland, v. 50, p. 135-153, ago. 2004.

MUNIZ, Albert; O'GUINN, Thomas. Brand community. *Journal of Consumer Research*, Chicago, v. 27, p. 412-432, mar. 2001.

NOFOODWASTED. Disponível em: <<http://www.nfdwstd.com/en/>>. Acesso em: 02 jul. 2017.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA AGRICULTURA E ALIMENTAÇÃO. *Food loss and waste facts*. Disponível em <<http://www.fao.org/resources/infographics/infographics-details/en/c/317265/>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

_____. *Food waste footprint & Climate change*, p. 01. Disponível em <<http://www.fao.org/docrep/018/i3347e/i3347e.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

_____. *World hunger falls to under 800 million, eradication is next goal*. Disponível em <<http://www.fao.org/news/story/en/item/288229/icode/>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. *Goal 2: End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture*. Disponível em <<http://www.un.org/sustainabledevelopment/hunger/>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

PROTERO, Andrea; DOBSCHA, Susan; FREUND, Jim; KILBOURNE, William; LUCHS, Michael; OZANNE, Lucie; THOGERSEN, John. Sustainable consumption: opportunities for consumer research and public policy. *Journal of Public Policy & Marketing*, United States, v. 30, p. 31-38, maio 2011.

ROPKE, Inge. The dynamics of willingness to consume. *Ecological Economics*, Denmark, v. 28, p. 399-420, ago. 1998.

SEMPRINI, Andrea. *Multiculturalismo*. Bauru: EDUSC, 1999.

TO GOOD TO GO. Disponível em: <<http://toogoodtogo.co.uk/>>. Acesso em: 02 jul. 2017.

TRIBO VIVA. Disponível em: <<http://www.triboviva.com.br/>>. Acesso em: 02 jul. 2017.

UNIÃO EUROPEIA. Parecer do Comité 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: 03 jul. 2017.

WEISS, Edith Brown. Global environmental change and international law: the introductory framework. *Environmental Change and International Law*, p. 03-40, 1992.

