**A ASCENSÃO DA TROCA: UM INSTRUMENTO DO CONSUMO
COLABORATIVO E SUSTENTÁVEL**
*THE RISE OF EXCHANGE: AN INSTRUMENT OF SUSTAINABLE AND
COLLABORATIVE CONSUMPTION*

Lívia Gaigher Bósio Campello.¹

Mariana Ribeiro Santiago.²

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

PALAVRAS-CHAVE: Troca; consumo colaborativo; sustentabilidade.

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

KEYWORDS: Exchange; collaborative consumption, sustainability.

SUMÁRIO: Introdução; 1. Consumo, solidariedade e desenvolvimento sustentável; 1.1. Cultura de consumo; 1.2. Capitalismo e sustentabilidade – a *Triple Bottom Line*; 1.3. Solidariedade e consumo sustentável; 2. A proliferação dos *sites* de troca na *Internet* e o seu reflexo no consumo colaborativo e sustentável; Conclusões; Bibliografia.

¹ Doutora em Direito pela PUC-SP. Professora da Universidade Estácio de Sá.

² Doutora em Direito pela PUC-SP. Professora da Universidade Nove de Julho – UNINOVE.

INTRODUÇÃO

A qualidade de consumidor é inerente ao ser humano, sendo que o consumo, enquanto fenômeno, não é uma preocupação recente para a humanidade, precedendo o advento do que Zygmund Bauman³ denominou de “variedade líquida” da modernidade.

Muitos dos comportamentos típicos dos consumidores modernos, todavia, ainda que deletérios, tornaram-se tão habituais que os seus membros não alcançam a consciência do impacto causado na vida privada e na esfera social, perdendo-se no que os psicólogos denominam de “cárcere de consumo”⁴.

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

Um exemplo claro disso, encontra-se bem no meio do Oceano pacífico. Entre o Japão e o Havaí, formou-se um gigantesco monumento dos resíduos do consumismo moderno. Estima-se que este “oceano de lixo” tenha aproximadamente o dobro o tamanho do Texas e, e algumas partes, mais de trinta metros de profundidade, composto, basicamente, de plástico, tampas de garrafas, brinquedos, sapatos, isqueiros, escovas de dente, redes, chupetas, invólucros, embalagens para viagem e sacolas de compras de todos os cantos do mundo⁵.

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

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

Questiona-se: é preciso consumir tanto? Não existiriam formas mais responsáveis de consumo? Comprar é a única forma possível de satisfação do consumidor? Adquirir bens é incompatível com a preservação ambiental? A patologia consumista gera exclusão social? Quais os efeitos dessa exclusão social? A economia

³ BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. p. 109.

⁴ BOTSCHAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 5-6.

⁵ BOTSCHAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 3.

capitalista está fadada a ruir diante dos altos níveis de inadimplência? O colapso total da sociedade moderna se aproxima?

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

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

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

1. CONSUMO, SOLIDARIEDADE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.

1.1. A CULTURA DE CONSUMO

Já na Antiguidade Clássica, o consumo era objeto de análises, sob o enfoque da satisfação das necessidades da vida. De acordo com Aristóteles, homem não pode olvidar que os recursos naturais no mundo são finitos, ensejando uma preocupação acerca de um modo de vida no qual a dependência de artefatos e a acumulação financeira estivesse acompanhados da efetiva contrapartida produtiva⁶.

Para a religião Cristã, até a Reforma Protestante, no Século XVI, o consumo excessivo também era concebido como algo maléfico para o Estado, por implicar

⁶ SOARES-BAPTISTA, Rozália Del Gáudio. Sociedade do consumo e gestão de desejos: marcas e publicidade face à sustentabilidade. In: PIMENTA, Solange Maria *et al.* (coord.). *Sociedade e consumo: múltiplas dimensões na contemporaneidade*. Curitiba: Juruá, 2010, p. 365.

supostamente na corrupção dos homens e enfraquecimento do caráter, condenando-se a usura, dentro de uma perspectiva moral⁷.

O *homo consumericus*, na expressão de Gilles Lipovetsky⁸, enfrenta, do ponto de vista individual e psicológico, problemas crescentes, desde o seu surgimento, especialmente a partir do paradigma taylorista-fordista instaurado nas primeiras décadas do século XX⁹, a exemplo da exploração do mais forte pelo mais fraco, patologia característica nas contratações de massa, onde se prima pela despersonalização do contratante e padronização das cláusulas contratuais, limitando-se ao extremo a autonomia privada do hipossuficiente técnico-econômico.

Contra a omissão total de proteção aos fracos insurgiram-se pensadores socialistas como Comte, Saint-Simon e Karl Marx, que denunciaram os abusos da liberdade contratual¹⁰. O socialismo de Marx e Engels, em sua formulação essencial, insistia na tese de que a revolução burguesa apenas transferiu o poder político dos proprietários da terra para os donos da propriedade industrial¹¹.

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

⁷ SOARES-BAPTISTA, Rozália Del Gáudio. Sociedade do consumo e gestão de desejos: marcas e publicidade face à sustentabilidade. In: PIMENTA, Solange Maria *et al.* (coord.). *Sociedade e consumo: múltiplas dimensões na contemporaneidade*. Curitiba: Juruá, 2010, p. 365.

⁸ LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 128.

⁹ SOARES-BAPTISTA, Rozália Del Gáudio. Sociedade do consumo e gestão de desejos: marcas e publicidade face à sustentabilidade. In: PIMENTA, Solange Maria *et al.* (coord.). *Sociedade e consumo: múltiplas dimensões na contemporaneidade*. Curitiba: Juruá, 2010, p. 366.

¹⁰ GILISSEN, John. *Introdução histórica ao direito (Introduction historique au droit)*. 4 ed. Trad. A M. Hespanha e L. M. Macaísta Malheiros. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003. p. 739.

¹¹ LASKI, Harold J. *O liberalismo europeu (The rise of european liberalism)*. Trad. Álvaro Cabral. São Paulo: Mestre Jou, 1973. p. 172.

A par da proteção jurídica, a sensação que se tem sobre o consumidor é a de que não necessariamente as pessoas que compram e mantêm mais bens materiais estão mais satisfeitas com as suas vidas, ou mais felizes. Pelo contrário. Problemas como depressão, ansiedade, insônia, obesidade e doenças cardíacas se mostram em crescimento alarmante, desde a década de 80¹².

Todavia, como ressalta Bauman¹³, mostra-se profundamente ineficiente e equivocado examinar-se a lógica do consumo como uma atividade individual e solitária no intuito de se compreender o panorama do consumo atual, fazendo-se necessário focar na verdadeira novidade, qual seja, a sua natureza basicamente social, no ambiente da sociedade de consumidores, e apenas secundariamente na seara psicológica ou comportamental.

Nas palavras de Jean Baudrillard¹⁴,

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

A sociedade de consumo está calcada na ideia de satisfação dos desejos humanos. Tal promessa, contudo, mostra-se sedutora apenas enquanto o desejo permanece irrealizado e o que se torna permanente é, de fato, a insatisfação¹⁵.

A insatisfação se instala a partir do momento em que os produtos, logo após adquiridos, são depreciados e desvalorizados pelo próprio mercado ou, ainda, despertam novos desejos, por novos produtos. A “necessidade” torna-se, assim, compulsão ou vício¹⁶.

Na lição de Bauman¹⁷,

¹² BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que...*, cit., p. 14.

¹³ BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. p. 109.

¹⁴ BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. S/L: Edições 70, 2010. p. 264.

¹⁵ BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. p. 106.

¹⁶ BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. pp. 106-107.

¹⁷ BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. p. 108.

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

A partir do momento em que não os bens, mas a imagem desses bens se torna acessível a toda a sociedade, restam caracterizados os indícios da cultura de consumo. Todo um contexto de imagens e símbolos passam a ser criados e recriados acerca dos bens, o que reflete em novas formas de comportamento, no modo de sentir e pensar de grande parcela da sociedade ocidental¹⁸.

A expressão “cultura de consumo” enfatiza a importância do mundo das mercadorias e seus princípios de estruturação para a compreensão da sociedade contemporânea, dentro de um foco duplo, que verifica a dimensão cultural da economia, pela utilização de bens materiais como símbolos comunicadores, e a economia dos bens culturais, de acordo com os princípios de mercado (oferta, demanda, acumulação de capital, competição e monopolização), operando na esfera dos estilos de vida¹⁹.

Nesse contexto, a cultura de consumo estimula o jogo das diferenças, pregando que estas precisam ser reconhecidas e legitimadas socialmente. Como consequência, a alteridade total e a individualidade total tendem a ser irreconhecíveis²⁰.

Pode-se afirmar, nessa linha, que a era do consumo, calcada na produtividade acelerada sob o signo do capital, representa igualmente a era da alienação radical. A lógica da mercadoria predomina, ao regular a cultura inteira, desde os processos de trabalho à questão da sexualidade. Passa-se a crer que tudo pode ser espetacularizado, orquestrado em imagens, consumível²¹.

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

¹⁸ TASCHNER, Gisela. *Cultura, consumo e cidadania*. Bauru, SP: EDUSC, 2009. p. 52.

¹⁹ FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. Trad. Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995. p. 121.

²⁰ FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. Trad. Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995. p. 124.

²¹ BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. S/L: Edições 70, 2010. p. 261.

e, na medida em que consome, consome-se em ideia, da qual a publicidade é o hino fundamental²².

A sociedade de consumidores transforma-se, assim, em algo maior do que a soma total dos indivíduos consumidores. É uma sociedade que, perigosamente, julga e avalia seus membros principalmente por suas capacidades consumeristas, sua conduta de consumo²³.

Nesse sentido, a expressão “sociedade de consumidores” verbaliza mais do que a postura dos seus membros de gastar tempo e esforços visando ampliar seus prazeres, refletindo a percepção de que a política de vida dos indivíduos tende a ser remodelada com base nos meios e objetos de consumo, segundo as linhas da síndrome consumista²⁴.

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

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

O sistema capitalista tradicional e seus mecanismos de mercado se mostram incompatíveis com uma busca sustentável pelas necessidades individuais. As relações econômicas e o modelo tradicional de geração de riquezas se mostram altamente destrutivas em relação ao capital natural e social. As sociedades industriais ocidentais do século XXI são desafiadas, assim, a estudar novas formas de cooperação com seus fornecedores, consumidores acionistas e mesmo competidores, para garantir benefícios em termos de “cidadania corporativa”²⁵, ao mesmo tempo em que se mantêm

²² BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. S/L: Edições 70, 2010. pp. 261-262, 264.

²³ BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. p. 109.

²⁴ BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. p. 109.

²⁵ ELKINGTON, John. Towards the suitable corporation: win-win-win business strategies for sustainable development. *California management review*, v. 36, n. 2, 1994, p. 90.

competitivas. G. Venkatesh²⁶ ressalta essa busca por novas ideias e o surgimento da TBL nesse contexto,

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

Foi nesse contexto que John Elkington²⁷ idealizou a *Triple Bottom Line* (TBL), uma abordagem cujo objetivo é adicionar valores sociais e ambientais à atuação das empresas, sem sacrificar seu intuito lucrativo e sua natureza competitiva. Dessa forma, as relações econômicas são observadas a partir de três dimensões inter-relacionadas: a econômica, a social e a ambiental, os “Três Pilares da Sustentabilidade”²⁸.

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

Nesse sentido, Elkington enumera as ditas “sete revoluções”²⁹, a serem assimiladas pelas empresas: (i) as relações comerciais são realizadas em mercados mais abertos à competição; (ii) os valores humanos e sociais se transformam a nível mundial,

²⁶ VENKATESH, G. Triple Bottom Line Approach to Individual and Global Sustainability *Problems of Sustainable Development*, v. 5, n. 2, European Academy of Science and Arts, 2010, p. 29. (tradução nossa)

²⁷ John Elkington deu vida ao princípio da TBL em seu livro *Cannibal with forks: The triple bottom line of 21st century business*, lançado em 1997. BERKOVICS, Dalma. Fiche de Lecture: Cannibals with forks. *Observatoire du Management Alternatif*, École des hautes études commerciales de Paris, abril de 2010, p. 5.

²⁸ A perspectiva tridimensional da atuação empresarial já podia ser identificada no pensamento de Elkington em sua “*win-win-win business strategy*”: ELKINGTON, John. Towards the suitable corporation: win-win-win business strategies for sustainable development. *California management review*, v. 36, n. 2, 1994, p. 99.

²⁹ ELKINGTON, John. Enter the triple bottom line. In: HENRIQUES, Adrian; RICHARDSON, Julie (Org.). *The triple bottom line: does it all add up?* Earthscan, 2004, pp. 3-6.

modificando as bases nas quais se estruturam as empresas; (iii) amparadas pelos novos valores e por novas tecnologias de informação, é exigida cada vez maior transparência por parte das empresas; (iv) as empresas também são cobradas quanto às implicações da produção, do transporte, do uso e mesmo do descarte de seus produtos; (v) aumenta a velocidade com que são formadas parcerias entre empresas, e entre estas e outras organizações, a fim de cumprir com obrigações sociais e ambientais; (vi) a própria maneira de lidar com o tempo muda, devido, por um lado, à velocidade da transmissão de informações e, por outro, à necessidade de pensamento a longo prazo para algumas questões relacionadas à sustentabilidade; e, por fim, (vii) questionamentos quanto à verdadeira função da economia surgem na sociedade, fortalecendo a noção de governança corporativa no cenário político internacional.

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

Como explica Timothy Slaper³⁰, esse fenômeno não se restringe às empresas, tendo a TBL ganhado força entre entidades sem fins lucrativos e governamentais. As entidades sem fins lucrativos entram em parceria com entidades empresariais para tratar de assuntos relacionados à sustentabilidade que afetem os acionistas de ambas. Entidades governamentais, por sua vez, vêm adotando a abordagem da TBL em suas tomadas de decisões e no monitoramento de atividades, afim de verificar a conformidades destas com a sustentabilidade social. Para alcançar um verdadeiro crescimento econômico sustentável, o papel do governo deve ir além das medidas tradicionais de proteção ambiental e evoluir, tal como o das empresas.

A TBL também se refere a uma nova estrutura de medição do desempenho das empresas, que vai além da tradicional verificação do lucro, do retorno de investimento e da rentabilidade dos acionistas, avaliando a atuação das companhias com foco nas três dimensões inter-relacionadas: a econômica, a social e a ambiental. O objetivo é tornar a avaliação dos resultados das empresas com base na abordagem da TBL uma importante ferramenta em direção à sustentabilidade. No entanto, as três dimensões obviamente não são medidas segundo os mesmos parâmetros, e as medidas de caráter ecológico ou social podem se mostrar difíceis de serem mensuradas. Por outro lado, a flexibilidade da

³⁰ SLAPER, Timothy; HALL, Tanya J. The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work?. *Indiana Business Review*, v. 86, n. 1, 2011, pp. 4-7.

TBL permite às organizações aplicar o conceito da maneira mais adequada às suas necessidades específicas, como leciona Timothy Slaper³¹:

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

1.3. SOLIDARIEDADE E CONSUMO SUSTENTÁVEL

A percepção do impacto ambiental dos atuais padrões de consumo, desde a década de 90, tem ocasionado um novo discurso dentro do ambientalismo internacional, redefinindo a problemática ambiental com base nas relações de consumo, visando à sustentabilidade³².

A abundância dos bens de consumo, símbolo do capitalismo moderno, já é objeto de críticas que alçam o consumismo como um dos principais problemas da sociedade moderna, repercutindo fortemente na crise ambiental. Tratar do consumismo passou a significar também uma contribuição para a construção de uma sociedade mais sustentável³³.

A incorporação das questões relacionadas ao consumo aos crescentes movimentos sociais, como o ecológico, acendeu o debate sobre o consumo ambientalmente consciente que, posteriormente, evoluiu para a ideia de consumo social e politicamente responsável. O objetivo é colaborar para que a soberania do consumidor, propagada pelo neoliberalismo, converta-se em cidadania do consumidor, instrumento de ativa prática social, política e ecológica³⁴.

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

³¹ SLAPER, Timothy; HALL, Tanya J. The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work? *Indiana Business Review*, v. 86, n. 1, 2011, p. 5. (Tradução nossa)

³² PORTILHO, Fatima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 2ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 39.

³³ PORTILHO, Fatima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 2ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 67.

³⁴ PORTILHO, Fatima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 2ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 218.

informação e aprendizagem com foco nas práticas de consumo enquanto ferramenta para o exercício da cidadania³⁵.

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

Segundo pesquisas realizadas pelo Instituto Akatu, a terra precisaria ter 50% (cinquenta por cento) mais recursos para sustentar o padrão de consumo atual³⁶. Já a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e alimentação (FAO) constatou e alertou que, ao final de 2009, o número de vítimas da fome ultrapassaria a marca de um bilhão de pessoas. Tais dados, confrontados, demonstram um padrão de consumo acima das necessidades, a par de uma ausência assustadora de itens básicos de sobrevivência, como alimento, situação a gerar, fora de dúvida, um contexto de desenvolvimento social preocupante³⁷.

Por outro lado, o superendividamento se mostra, cada vez mais, uma realidade na sociedade brasileira. Segundo Cláudia Lima Marques³⁸, trata-se uma “impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas suas dívidas atuais e futuras de consumo”.

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

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

³⁶ Informação obtida em 25 de agosto de 2013, no site: <http://www.akatu.org.br/Temas/Sustentabilidade/Posts/Terra-precisaria-ter-50-mais-recursos-para-sustentar-padrao-de-consumo-Atual>.

³⁷ SOARES-BAPTISTA, Rozália Del Gáudio. Sociedade do consumo e gestão de desejos: marcas e publicidade face à sustentabilidade. In: PIMENTA, Solange Maria *et al.* (coord.). *Sociedade e consumo: múltiplas dimensões na contemporaneidade*. Curitiba: Juruá, 2010, p. 363.

³⁸ MARQUES, Cláudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI; Rosângela Lunardelli (Coord). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 256.

risco a oferta saudável de crédito, gerando, conseqüentemente, atraso no crescimento nacional³⁹.

Nesse contexto, é legítimo pensar se a economia, no seu sentido amplo, como o conjunto das atividades que contribuem para a produção e a distribuição de riquezas, pode resumir-se ao circuito clássico da circulação de riquezas constituído pelas esferas do Estado e do mercado nas sociedades contemporâneas. Não seria possível uma forma alternativa de economia?⁴⁰

Já é realidade, em diferentes partes do mundo, uma outra espécie de economia, gestada a partir de iniciativas, sobretudo de natureza cooperativista e associativista, oriundas da sociedade civil e dos meios populares. Mostra-se sob diferentes configurações: criação coletiva do próprio circuito de produção e consumo, alimentando cadeias socioprodutivas autônomas e, em alguns casos, não-monetarizadas, ou diferentes tipos de parcerias com os poderes públicos. É o que se chama de economia colaborativa-solidária. Como exemplos, projetam-se os bancos populares, clubes de trocas e as cooperativas sociais⁴¹.

De fato, mostra-se necessária uma mudança na mentalidade sobre o uso de produtos e já se difundem mundialmente sistemas lastreados na ideia de que se pode obter benefícios dos bens sem possuí-los definitivamente, o que repercute no modelo de propriedade privada individual. O que se percebe é que, se um produto de uma empresa é compartilhado entre pares, isso maximiza a sua utilidade, sem que os usuários devam arcar com o ônus da propriedade, como pagar completamente pelo valor do produto, manutenção ou seguro⁴².

As motivações daqueles que participam desse tipo de economia são diversas. Alguns, mais altruístas, na defesa do “consumo verde”, mostram-se preocupados com as gerações futuras, os aspectos sociais ou simplesmente buscam um relacionamento mais estreitos com pessoas e não marcas. Outros estão focados numa urgência prática de economizar dinheiro ou tempo, ou seja, mantendo a crença no interesse próprio⁴³.

³⁹ Informação obtida em 25 de agosto de 2013, no site: http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=14604.

⁴⁰ FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. p. 15.

⁴¹ FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. p. 15.

⁴² BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 61.

⁴³ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 60.

As iniciativas de economia solidária e consumo colaborativo em diferentes partes do mundo, em verdade, apresentam semelhanças com algumas tendências históricas e culturais de organização de grupos sociais do passado, que ressurgem ou se revigoram na modernidade, combinando a dimensão comunitária tradicional e a moderna dimensão pública na sua ação⁴⁴.

Sem focar numa estratégia única, de criação de emprego, de direto à renda ou de repartição do trabalho, a economia solidária apresenta-se como uma estratégia de multiplicação das formas de trabalho, sem a pretensão de oferecer uma solução mágica de saída da crise, mas contribuindo à custa de esforços de modelização, de avaliação, de trocas, considerando uma maior visibilidade das relações entre a economia e a sociedade, como um desafio democrático⁴⁵.

A vocação de tais iniciativas é exatamente combinar a dimensão pública da economia com a força dos laços comunitários da sociedade, resultando em dinâmicas comunitárias abertas à alteridade e espaços públicos de proximidade⁴⁶.

Nesse passo, uma espécie de contrato em particular se mostra em exata sintonia com os preceitos da economia solidária e do consumo colaborativo: a troca. A comunidade de escambo na *Internet* vem crescendo rapidamente. São cerca de 500 (quinhentos) escambos *online* na América do Norte e na América Latina, entre intercâmbios menores, voltados para uma comunidade específica, e grandes intercâmbios abertos. Apenas em 2008, o equivalente a mais de US\$10.000.000.000,00 (dez bilhões de dólares americanos) em mercadorias foram trocados por mais de 400 (quatrocentas) mil empresas globalmente⁴⁷.

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

⁴⁴ FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. pp. 17-18.

⁴⁵ FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. p. 93.

⁴⁶ FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. p. 20.

⁴⁷ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 132.

perfil dos consumidores e na maneira de consumir, bem como um afastamento da cultura hiperindividualista⁴⁸.

2. A PROLIFERAÇÃO DOS SITES DE TROCA NA *INTERNET* E O SEU REFLEXO NO CONSUMO COLABORATIVO E SUSTENTÁVEL.

O contrato de troca ou permuta é aquele pelo qual cada uma das partes realiza uma obrigação de dar coisa em face da outra. Trata-se de *rem pro re*⁴⁹, ao invés de *rem pro pretio*⁵⁰, que se observa na compra e venda⁵¹.

No magistério de Francesco Messineo⁵²,

*La permuta é un contratto affine ala vendita, dalla quale si distingue, perchè, in luogo di constare di uno scambio de cosa contro prezo, consta di scambio (...) di cosa contro cosa, mobile o immobile (1552)*⁵³.

⁴⁸ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 150-151.

⁴⁹ Uma coisa por outra (tradução livre).

⁵⁰ Coisa por dinheiro (tradução livre).

⁵¹ GHESTIN, Jacques e DESCHÉ, Bernard. *Traité des contrats: la vente*. Paris : Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1990. p. 35. MEDICUS, Dieter. *Tratado de las relaciones obligacionales*. Trad. Ángel Martínez Sarrión. Barcelona: Bosch, vol. 1, 1995. p. 457. DIEZ-PICAZO, Luis e GULLON, Antonio. *Sistema de derecho civil: teoría general del contrato, la relación obligatoria em general, las relaciones obligatorias en particular*. Madri: Tecnos, Vol. II, 1976. p. 256. DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*. 6 ed. ver. ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2º Vol., 2006. p. 35. VENOSA, Sílvio de Salvo. *Direito civil: contratos em espécie*. 3 ed. São Paulo: Atlas, v.3, 2003. P.109. ROCHA, Sílvio Luis Ferreira da. *Curso avançado de direito civil: contratos*. Everaldo Augusto Cambler (coord.). São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, vol. 3, 2002. pp. 164-165. COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de direito civil*. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2005. p. 162. FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009. p. 504. GAGLIANO, Pablo Stolze e PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo curso de direito civil: contratos: contratos em espécie*. 6 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, vol. 4, tomo II, 2013. p. 113. MONTEIRO, Washington de Barros. *Curso de direito civil*. São Paulo: Saraiva, 2001. p. 117. GOMES, Orlando Gomes. *Contratos*. 17 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997. p. 268. GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012. p. 271. PEREIRA, Caio Mario da Silva. *Instituições de direito civil: contratos*. 14 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. III, 2010. p. 169. NADER, Paulo. *Curso de direito civil: contratos*. 4 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. 3, 2009. p. 211. ASSIS, Araken de; ANDRADE, Ronaldo Alves de; ALVES, Francisco Glauber Pessoa. Do direito das obrigações. In *Comentários ao Código Civil Brasileiro*. Arruda Alvim e Thereza Alvim (coord.). Rio de Janeiro: Forense, v. 5, 2007. p. 842. DONIZETTI, Elpidio e QUINTELLA, Felipe. *Curso didático de direito civil*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2013. p. 549.

⁵² MESSINEO, Francesco Messineo. *Manuale di diritto civile e commerciale*. 8 ed. Milano: Dott. A. Giuffrè Editore, vol 4, 1954. p. 160.

⁵³ “A permuta é um contrato afim à venda, da qual se distingue, pois, em lugar de constar o escambo de coisa por preço, consta de escambo de coisa por outra coisa, móvel ou imóvel (1552)” (tradução livre).

O Código Civil usou, indistintamente, os termos troca e permuta. Na prática, contudo, este último está reservado para os casos que envolvem imóveis⁵⁴. Tal contrato pode ser, ainda, identificado como escambo ou câmbio, sendo que o uso reservou a palavra escambo para a troca internacional de bens e serviços⁵⁵; e câmbio, para a troca de moedas⁵⁶. Permutação e barganha são outros sinônimos utilizados na doutrina⁵⁷.

Do ponto de vista histórico, a troca é considerada, por muitos autores, como a primeira modalidade de contrato, representando uma evolução nas relações sociais, se considerado que tal operação substituiu a apreensão direta, ato de força que consagrava a vitória do mais forte sobre o mais fraco, instaurando a consciência da cooperação, necessária para a sobrevivência humana⁵⁸. Paulo Nader, todavia, entende precedência da doação⁵⁹.

⁵⁴ VENOSA, Sílvio de Salvo. *Direito civil: contratos em espécie*. 3 ed. São Paulo: Atlas, v.3, 2003, p. 117

⁵⁵ Segundo Maria Helena Diniz, “a troca internacional (*countertrade*) não caiu em desuso apesar de dificuldade de, no cotejo das mercadorias, fazer com que tenham o mesmo valor, exigindo, na maioria das vezes, uma complementação de preço. Isto é assim porque apenas países ricos dispõem de numerário para pagar preço de mercadorias adquiridas no mercado internacional. As nações em desenvolvimento procuram aumentar a sua produção agrícola e industrial para trocá-la por produtos que lhes faltam. Na seara internacional, a troca é valiosa para operar a transferência de mercadorias e serviços. A *countertrade* apresenta-se sob diversas modalidades de operações, como: a) *Barter*, simples troca direta e simultânea de bens ou serviços por outros, sem que haja qualquer pagamento em dinheiro, mediante contrato e sem saldo devedor; b) *Compensation*, pela qual o valor da mercadoria exportada pelo vendedor ao comprador é lançado a débito deste para que venha, posteriormente exportar ao credor outras mercadorias com o mesmo valor debitado, encerrando a conta corrente. Há duas operações de troca, com a possibilidade de o exportador poder transferir sua obrigação de compra a um terceiro. Logo, para o devedor-importador pouco importa quem irá comprar dele, uma vez que pretende, tão-somente, liberar-se da dívida; c) *Counterpurchase (countdelivery, paraleltrade ou reciprocal trade)*, que requer dois contratos simultâneos e independentes compra recíproca. Um deles registra a venda de um produto ou serviço pelo exportador a um importador e o outro, a obrigação de compra pelo exportador de mercadorias ou serviços do importador. O pagamento pelo importador pode ser feito por etapas e em prazo futuro; d) *Buy-back*, contrato em que o exportador fornece ao importador uma instalação industrial com tecnologia em troca de mercadorias produzidas por tal instalação, durante certo prazo; e e) *Switch*, que é similar à *compensation*, sendo que o pagamento feito pelo importador não é constituído por mercadorias, mas por papéis de crédito” (DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*. 6 ed. ver. ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2º Vol., 2006, pp. 35-36).

⁵⁶ FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009, p. 504.

⁵⁷ GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012, p. 271. PEREIRA, Caio Mario da Silva. *Instituições de direito civil: contratos*. 14 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. III, 2010, p. 170. DONIZETTI, Elpídio e QUINTELLA, Felipe. *Curso didático de direito civil*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2013, p. 549.

⁵⁸ ROCHA, Sílvio Luis Ferreira da. *Curso avançado de direito civil: contratos*. Everaldo Augusto Cambler (coord.). São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, vol. 3, 2002, p. 164. VENOSA, Sílvio de Salvo. *Direito civil: contratos em espécie*. 3 ed. São Paulo: Atlas, v.3, 2003, p. 271. PEREIRA, Caio Mario da Silva. *Instituições de direito civil: contratos*. 14 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. III, 2010, p. 169. ASSIS, Araken de; ANDRADE, Ronaldo Alves de; ALVES, Francisco Glauber Pessoa. Do direito das obrigações. *In Comentários ao Código Civil Brasileiro*. Arruda Alvim e Thereza Alvim (coord.). Rio de Janeiro: Forense, v. 5, 2007, p. 840-841. DONIZETTI, Elpídio e QUINTELLA, Felipe. *Curso didático de direito civil*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2013, p. 549.

⁵⁹ NADER, Paulo. *Curso de direito civil: contratos*. 4 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. 3, 2009, p. 211.

É unanimidade entre esses autores, contudo, a opinião que a troca precedeu a compra e venda exatamente pela dificuldade inicial de se constituir uma moeda na sociedade, um valor aceito coletivamente como padrão para os negócios, ou seja, a troca é anterior à economia monetária⁶⁰.

John Gilissen⁶¹ assevera que,

Os bens de consumo corrente, sobretudo os alimentos, parecem terem sido alienados relativamente cedo, mas sobretudo sob a forma de troca, uma vez que a moeda ainda não existia. Certas formas entre as mais curiosas são o comércio dito “mudo” e o *potlatch*.

No comércio mudo, um grupo deposita num dado lugar os bens que deseja trocar e retira-se, enquanto outro grupo, ao passar pelo local, examina o que foi oferecido e, se as coisas forem do seu interesse, põe outras mercadorias ao lado, retirando-se em seguida. Após isso, o primeiro grupo volta, examina a mercadoria depositada em contrapartida. Se o primeiro grupo levar a mercadoria do segundo grupo, a troca está terminada; se a deixar no local, o outro grupo volta e, ou leva o que tinha oferecido, encerrando as negociações, ou oferece coisa diversa, e assim sucessivamente⁶².

Já o *potlatch*, conhecido sobretudo dos Índios da América, mas também dos Berberes, e sob o nome de *Kula* entre os Polinésios, é a dádiva pública, mística e ostentatória de bens por um grupo a outro. Funciona como um desafio, pois o segundo grupo não pode recusar a oferta do primeiro, entregando a este bens do valor pelo menos equivalente. O *potlatch*, uma vez dessacralizado, parece estar na origem de relações econômicas de poder mais vastas⁶³.

⁶⁰ GHESTIN, Jacques e DESCHÉ, Bernard. *Traité des contrats: la vente*. Paris : Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1990. p. 31. ROCHA, Sílvio Luis Ferreira da. *Curso avançado de direito civil: contratos*. Everaldo Augusto Cambler (coord.). São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, vol. 3, 2002, p. 164. MONTEIRO, Washington de Barros. *Curso de direito civil*. São Paulo: Saraiva, 2001, p. 117. GOMES, Orlando Gomes. *Contratos*. 17 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997, p. 268. GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012, p. 271. PEREIRA, Caio Mario da Silva. *Instituições de direito civil: contratos*. 14 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. III, 2010, p. 169. NADER, Paulo. *Curso de direito civil: contratos*. 4 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. 3, 2009, p. 211. ASSIS, Araken de; ANDRADE, Ronaldo Alves de; ALVES, Francisco Glauber Pessoa. Do direito das obrigações. In *Comentários ao Código Civil Brasileiro*. Arruda Alvim e Thereza Alvim (coord.). Rio de Janeiro: Forense, v. 5, 2007, p. 840-841. DONIZETTI, Elpídio e QUINTELLA, Felipe. *Curso didático de direito civil*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2013, p. 549.

⁶¹ GILISSEN, John. *Introdução histórica ao direito (Introduction historique au droit)*. 4 ed. Trad. A M. Hespanha e L. M. Macaísta Malheiros. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003, p. 44.

⁶² GILISSEN, John. *Introdução histórica ao direito (Introduction historique au droit)*. 4 ed. Trad. A M. Hespanha e L. M. Macaísta Malheiros. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003, p. 44.

⁶³ GILISSEN, John. *Introdução histórica ao direito (Introduction historique au droit)*. 4 ed. Trad. A M. Hespanha e L. M. Macaísta Malheiros. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003, p. 44.

Sobre as características jurídicas atuais da troca, pode-se afirmar que se trata de contrato bilateral, no qual ambas as partes possuem obrigações a cumprir; oneroso, pois cada parte obtém uma vantagem em face do pacto; comutativo, visto que cada um dos contratantes, desde a celebração, tem conhecimento acerca das obrigações e vantagens a que estão vinculados, não havendo risco; típico, haja vista a disciplina legal; podendo ser formal ou solene, quanto à forma, caso se trate ou não de negócio envolvendo imóvel.

Tudo aquilo que puder ser objeto de compra e venda, também é passível de troca, independentemente de se tratar de coisa móvel ou imóvel, corpórea ou incorpórea, fungível ou infungível, ou seja, trata-se de bens no comércio, determinados ou determináveis⁶⁴.

Não há necessidade, ainda, para configuração do contrato em tela, que os objetos a serem trocados sejam da mesma espécie ou tenham igual valor, sendo possível permutar bens heterogêneos, como móvel por imóvel. Não é possível, juridicamente, entretanto, a troca de coisa por serviço⁶⁵.

A troca não se mostra descaracterizada, de pronto, pela complementação do pagamento em dinheiro no negócio, como se observa na troca com torna, a menos que o montante em moeda passe a ser o objeto predominante no contrato. Se a coisa estiver

⁶⁴ MEDICUS, Dieter. *Tratado de las relaciones obligacionales*. Trad. Ángel Martínez Sarrión. Barcelona: Bosch, vol. 1, 1995, p. 457. DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*. 6 ed. ver. ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2º Vol., 2006, p. 37. VENOSA, Sílvio de Salvo. *Direito civil: contratos em espécie*. 3 ed. São Paulo: Atlas, v.3, 2003, pp. 109-110. ROCHA, Sílvio Luis Ferreira da. *Curso avançado de direito civil: contratos*. Everaldo Augusto Cambler (coord.). São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, vol. 3, 2002, p. 165. MONTEIRO, Washington de Barros. *Curso de direito civil*. São Paulo: Saraiva, 2001, p. 117. GOMES, Orlando Gomes. *Contratos*. 17 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997, p. 269. GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012, p. 271. PEREIRA, Caio Mario da Silva. *Instituições de direito civil: contratos*. 14 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. III, 2010, p. 170. NADER, Paulo. *Curso de direito civil*, pp. 211-212. ASSIS, Araken de; ANDRADE, Ronaldo Alves de; ALVES, Francisco Glauber Pessoa. Do direito das obrigações. In *Comentários ao Código Civil Brasileiro*. Arruda Alvim e Thereza Alvim (coord.). Rio de Janeiro: Forense, v. 5, 2007, p. 844-845.

⁶⁵ MEDICUS, Dieter. *Tratado de las relaciones obligacionales*. Trad. Ángel Martínez Sarrión. Barcelona: Bosch, vol. 1, 1995, p. 457. DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*. 6 ed. ver. ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2º Vol., 2006, p. 37. VENOSA, Sílvio de Salvo. *Direito civil: contratos em espécie*. 3 ed. São Paulo: Atlas, v.3, 2003, pp. 109-110. ROCHA, Sílvio Luis Ferreira da. *Curso avançado de direito civil: contratos*. Everaldo Augusto Cambler (coord.). São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, vol. 3, 2002, p. 165. GOMES, Orlando Gomes. *Contratos*. 17 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997, pp. 269-270. GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012, p. 272. PEREIRA, Caio Mario da Silva. *Instituições de direito civil: contratos*. 14 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. III, 2010, p. 170. NADER, Paulo. *Curso de direito civil: contratos*. 4 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. 3, 2009, pp. 211-212. ASSIS, Araken de; ANDRADE, Ronaldo Alves de; ALVES, Francisco Glauber Pessoa. Do direito das obrigações. In *Comentários ao Código Civil Brasileiro*. Arruda Alvim e Thereza Alvim (coord.). Rio de Janeiro: Forense, v. 5, 2007, p. 844-845.

em segundo plano em relação ao dinheiro, ter-se-á compra e venda, não troca, alterando-se, assim, as consequências jurídicas⁶⁶.

A disciplina jurídica da troca está materializada no artigo 533, do Código Civil, pelo qual “aplicam-se à troca as disposições referentes à compra e venda, com as seguintes modificações: I - salvo disposição em contrário, cada um dos contratantes pagará por metade as despesas com o instrumento da troca; II - é anulável a troca de valores desiguais entre ascendentes e descendentes, sem consentimento dos outros descendentes e do cônjuge do alienante”.

Conforme ensina Maria Helena Diniz⁶⁷,

Ante a grande analogia existente entre esses dois institutos, o legislador prescreve que se apliquem à permuta as mesmas normas relativas à compra e venda (CC, art. 533). Desse modo, os permutantes terão os mesmos deveres do vendedor quanto à garantia de evicção, aos vícios redibitórios, aos perigos e cômodos etc.

Tudo isso ocorre, de fato, respeitando-se as devidas adaptações, tendo em vista que na troca não há o elemento preço convencionado entre as partes. Logicamente, verificando-se o vício redibitório, a única opção será a restituição da coisa e extinção do pacto, não cabendo a alternativa do abatimento no preço. A evicção, por outro lado, atingirá todo o contrato, cabendo ao evicto a restituição da coisa permutada, indenização

⁶⁶ MESSINEO, Francesco Messineo. *Manuale di diritto civile e commerciale*. 8 ed. Milano: Dott. A. Giuffrè Editore, vol 4, 1954, p. 160. DIEZ-PICAZO, Luis e GULLON, Antonio. *Sistema de derecho civil: teoría general del contrato, la relación obligatoria em general, las relaciones obligatorias em particular*. Madri: Tecnos, Vol. II, 1976, p. 256. VENOSA, Sílvio de Salvo. *Direito civil: contratos em espécie*. 3 ed. São Paulo: Atlas, v.3, 2003, p.110. COELHO, Fábio Ulhoa Coelho. *Curso de direito civil*. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2005, p. 163. GAGLIANO, Pablo Stolze e PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo curso de direito civil: contratos: contratos em espécie*. 6 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, vol. 4, tomo II, 2013, pp. 116-117. ROCHA, Sílvio Luis Ferreira da. *Curso avançado de direito civil: contratos*. Everaldo Augusto Cambler (coord.). São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, vol. 3, 2002, p.165. DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*. 6 ed. ver. ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2º Vol., 2006, p. 39. MONTEIRO, Washington de Barros. *Curso de direito civil*. São Paulo: Saraiva, 2001, p. 117. GOMES, Orlando Gomes. *Contratos*. 17 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997, pp. 268-269. GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012, p. 272. PEREIRA, Caio Mario da Silva. *Instituições de direito civil: contratos*. 14 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. III, 2010, pp. 171-172. NADER, Paulo. *Curso de direito civil: contratos*. 4 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. 3, 2009, p. 214. ASSIS, Araken de; ANDRADE, Ronaldo Alves de; ALVES, Francisco Glauber Pessoa. Do direito das obrigações. In *Comentários ao Código Civil Brasileiro*. Arruda Alvim e Thereza Alvim (coord.). Rio de Janeiro: Forense, v. 5, 2007, p. 845-846.

⁶⁷ DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*. 6 ed. ver. ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2º Vol., 2006, p. 38.

por perdas e danos e custas processuais, bem como restituição de despesas com o contrato⁶⁸.

Com relação à aplicação das cláusulas especiais da compra e venda à troca, César Fiúza⁶⁹ afirma, embora reconheça que as opiniões se dividem, que “só se aplicam à troca aquelas cláusulas que com ela forem compatíveis, o que redundaria em, praticamente, todas”.

As distinções entre os regimes da troca e da compra e venda estão expressas nos incisos do referido artigo 533, do Código Civil: a) salvo disposição em sentido contrário, os permutantes devem ratear igualmente as despesas da troca, sendo que, na compra e venda, as custas da escritura ficam a cargo do comprador; e as da tradição, por conta do vendedor; b) a troca entre ascendente e descendentes, sem o expresse consentimento dos outros descendentes e do cônjuge do permutante, é anulável apenas no contexto de coisas com valores desiguais⁷⁰.

Essa análise da desigualdade dos bens na troca tem a intenção clara de proteger a descendência e evitar a simulação. Pressupõe-se, assim, uma avaliação objetiva dos bens pelos padrões do mercado⁷¹.

É de se salientar, todavia, que a equivalência de valores citada é um conceito relativo, tendo em vista as qualidades abstratas ou indiretas do bem para cada contratante, o qual pode valorizá-lo ou depreciá-lo de acordo com seu entendimento pessoal. Por exemplo: uma joia, sendo herança de um ente querido, terá para o seu proprietário, além do valor de mercado, um valor sentimental inestimável.

⁶⁸ GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012, p. 273. GAGLIANO, Pablo Stolze e PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo curso de direito civil: contratos: contratos em espécie*. 6 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, vol. 4, tomo II, 2013, p. 117. NADER, Paulo. *Curso de direito civil: contratos*. 4 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. 3, 2009, p. 215.

⁶⁹ FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009, p. 504.

⁷⁰ DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*. 6 ed. ver. ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2º Vol., 2006, pp. 38-39. COELHO, Fábio Ulhoa Coelho. *Curso de direito civil*. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2005, p. 163. VENOSA, Sílvio de Salvo. *Direito civil: contratos em espécie*. 3 ed. São Paulo: Atlas, v.3, 2003, p. 112. ROCHA, Sílvio Luis Ferreira da. *Curso avançado de direito civil: contratos*. Everaldo Augusto Cambler (coord.). São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, vol. 3, 2002, pp. 165-166. GAGLIANO, Pablo Stolze e PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo curso de direito civil: contratos: contratos em espécie*. 6 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, vol. 4, tomo II, 2013, pp. 117-118. MONTEIRO, Washington de Barros. *Curso de direito civil*. São Paulo: Saraiva, 2001, pp. 118-199. GOMES, Orlando Gomes. *Contratos*. 17 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997, pp. 270-271. GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012, pp. 272-273. ⁷⁰ FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009, p. 504.

⁷¹ VENOSA, Sílvio de Salvo. *Direito civil: contratos em espécie*. 3 ed. São Paulo: Atlas, v.3, 2003, pp. 110-111. COELHO, Fábio Ulhoa Coelho. *Curso de direito civil*. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2005, p. 163.

Alguns doutrinadores, acertadamente, ressaltam, ainda, como uma diferença entre a troca e a compra e venda, o fato de que, na primeira, uma vez entregue a coisa, o contratante poderá requerer a devolução do objeto em face da inadimplência do outro, o que não é possível na segunda⁷².

Ao se pesquisar na doutrina nacional acerca do contrato de troca, nota-se claramente que o assunto é tratado de forma desinteressada, como tema de segunda categoria, remetendo-se o leitor simplesmente à compra e venda, a qual, historicamente, assumiu o papel do grande promotor da circulação da riqueza.

De acordo com Washington de Barros Monteiro⁷³, atualmente seria gritante o contraste entre a troca e a compra e venda, com “o quase desaparecimento da primeira e o triunfo decisivo da segunda”.

Em Orlando Gomes⁷⁴, pode-se ler sobre a troca que “hoje usa-se raramente, diminuto sendo seu interesse do ponto de vista prático. Sob o aspecto teórico, carece também de maior relevância em vista de lhe dispensarem as legislações tratamento análogo ao da compra e venda”.

Conforme Araken de Assis, Ronaldo Alves de Andrade e Francisco Glauber Pessoa Alves⁷⁵,

O desuso histórico da troca ao longo dos anos resultou na pouca importância legislativa que o instituto tem hoje. À evidência, os textos normativos dispensam-lhe escassos dispositivos, tendo-se como geral a aplicabilidade daqueles regedores da compra e venda. No Projeto do Código das Obrigações de 1965 a troca era inclusive tratada dentro do capítulo da Compra e Venda. E isso já foi sentido no código civil revogado. Aliás, José Xavier Carvalho de Mendonça já dizia que melhor o Código Comercial (que é de 1850) nem sequer houvesse gasto tempo regulando o assunto.

O contexto histórico em que a troca perdeu tamanho espaço perante a compra e venda, entretanto, sofreu profundas modificações no decorrer dos séculos XX e XXI. Surgiu um novo capitalismo, em que a propriedade imóvel perdeu importância como fonte de riqueza em face de bens imateriais e valores mobiliários. A sociedade

⁷² DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*. 6 ed. ver. ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2º Vol., 2006, p. 112.

⁷³ MONTEIRO, Washington de Barros. *Curso de direito civil*. São Paulo: Saraiva, 2001, p. 117.

⁷⁴ GOMES, Orlando Gomes. *Contratos*. 17 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997, p. 268.

⁷⁵ ASSIS, Araken de; ANDRADE, Ronaldo Alves de; ALVES, Francisco Glauber Pessoa. Do direito das obrigações. In *Comentários ao Código Civil Brasileiro*. Arruda Alvim e Thereza Alvim (coord.). Rio de Janeiro: Forense, v. 5, 2007, p. 843.

impregnou-se de um consumismo fugaz, sofrendo amplo estímulo do poder da mídia e da *Internet*, o que demanda um novo olhar acerca do contrato de troca.

A história doutrinária da troca ultrapassa o simples estudo histórico de um contrato menor. Com efeito, por muito tempo a troca não foi considerada como um contrato, mas como um conceito mais amplo que engloba todas as transações bilaterais. Essa concepção, abandonada pelos juristas, foi retomada pelos economistas⁷⁶.

Conforme Jacques Ghestin e Bernard Desché⁷⁷,

*Ce sont les économistes qui, dès le XVIIIème siècle, ont réhabilité le concept d'échange. Leur point de départ a été précisément celui que les juristes avaient délaissé, l'aspect réaliste et large de l'échange, à partir duquel ils vont reconstruire le droit*⁷⁸.

Para os economistas, o permutante é menos um ser de vontade do que uma pessoa dotada de desejos e necessidades. Cada um troca voluntariamente, mas sobretudo para realizar seus desejos. Os economistas recuperaram assim a ideia, vista, e em seguida abandonada pelos juristas, de que a troca é a busca do necessário. Eles completam essa ideia pela noção de valor, para concluir que toda troca é uma transferência recíproca de valores, não de objetos; o objeto não existe mais nele mesmo, mas como valor. (...) Essa definição larga da troca permite aos economistas reconstituir o direito dos contratos. As distinções do direito civil, da venda, da locação, do empréstimo, desaparecem para se fundir na definição de troca de valores⁷⁹.

Em situações de crise econômica, quando da depreciação rápida da moeda de um país, em período de inflação galopante, há na troca uma segurança inegável. Na França, o período compreendido entre 1940 e 1946 deu um exemplo relativamente recente de tal situação⁸⁰.

⁷⁶ GHESTIN, Jacques e DESCHÉ, Bernard. *Traité des contrats: la vente*. Paris : Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1990. p. 33.

⁷⁷ GHESTIN, Jacques e DESCHÉ, Bernard. *Traité des contrats: la vente*. Paris : Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1990. p. 33.

⁷⁸ “Foram os economistas que, a partir do século XVIII, restauraram o conceito de troca. Seu ponto de partida foi precisamente o que os juristas tinham abandonado, o aspecto realista e amplo de troca, de onde eles vão reconstruir o direito” (tradução livre).

⁷⁹ GHESTIN, Jacques e DESCHÉ, Bernard. *Traité des contrats: la vente*. Paris : Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1990. p. 33.

⁸⁰ GHESTIN, Jacques e DESCHÉ, Bernard. *Traité des contrats: la vente*. Paris : Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1990. p. 40.

Para a compreensão da troca, como instrumento da solidariedade e do consumo cooperativo e sustentável, faz-se indispensável o estudo associado da sua disseminação no campo da *Internet*.

A *Internet* surgiu no final dos anos 60, criada pelos norte-americanos, visando fins militares. Nos anos 80 começou a ser utilizada no meio educativo, impulsionando diversas áreas do conhecimento. Foi no início dos anos 90 que esta importante ferramenta abriu-se ao mercado comercial, ocasionando uma expansão superior a todos os outros meios de comunicação conhecidos até hoje, que atinge até mesmo países que ainda vivem em regime totalitário⁸¹.

Atualmente, a grande rede permite o acesso a qualquer produto que se tenha interesse, em qualquer parte do mundo, facilitando a atividade do comércio e a simplificando, à medida que diminui o papel dos intermediários no negócio, o que também repercute em matéria de preço⁸².

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2011 (PNAD/2011), divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, em 2011, cerca de 77 (setenta e sete) milhões de brasileiros acima de 10 (dez) anos de idade acessaram a *Internet* no período de referência, ou seja, 46,5% da população à época⁸³.

Na *Internet*, entre os *sites* de troca com destaque no mundo inteiro, envolvendo grandes mercados, podemos citar o *Craigslist* (www.craigslist.com), o *Gumtree* (www.gumtree.com), o *eBay* (www.ebay.com), o *Freecycle* (www.freecycle.org) e o *Freally* (www.freally.com). Especificamente no mercado norte-americano, destacam-se o *Kashless* (www.kashless.org) e o *AroundAgain* (www.aroundagain.org)⁸⁴.

Direcionados para a troca de livros, merecem menção os australianos *Textbookexchange* (www.textbookexchange.com.au) e *Thebookswap* (www.thebookswap.com.au), os americanos *Paperbackswao* (www.paerbackswap.com), *BookMooch* (www.bookmooch.com) e *BookHopper*

⁸¹ GONÇALVES, Sérgio Ricardo Marques. O comércio eletrônico e suas implicações jurídicas: a defesa do consumidor. In: *Direito Eletrônico: a Internet e os Tribunais*. Renato M. S. Opice Blum (coord.). Bauru, SP: Edipro, 2001. pp. 224-225.

⁸² GONÇALVES, Sérgio Ricardo Marques. O comércio eletrônico e suas implicações jurídicas: a defesa do consumidor. In: *Direito Eletrônico: a Internet e os Tribunais*. Renato M. S. Opice Blum (coord.). Bauru, SP: Edipro, 2001, p. 225.

⁸³ Dados obtidos em 25 de agosto de 2013, no endereço eletrônico: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet2011/default.shtm>.

⁸⁴ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 190.

(www.bookhopper.com), e o inglês *ReadItSwapIt* (www.readitwapit.co.uk/TheLibrary.aspx)⁸⁵.

Na seara da troca de brinquedos infantis, surgem os americanos *ToySwap* (www.toyswap.com) e *thredUP* (www.thredUP.com), e os australianos *Swapitbaby* (www.swapitbaby.com.au), *Mumswap* (www.mumswap.com.au) e *Swapkidsclothers* (www.swapkidsclothers.com.au)⁸⁶.

As trocas de roupas são alavancadas pelos ingleses *Swapstyle* (www.swapstyle.com) e *BigWardrobe* (www.bigwarrobe.com), e os australianos *Threadswap* (www.threadswap.com.au), *Swapmystyle* (www.swapmystylke.com.au), *Swapatfrock* (www.swapatfrock.com.au), *ClothingExchange* (www.clothingexchange.com.au) e *99Dresses* (www.99dresses.com)⁸⁷.

Os que têm interesse em troca de mídia podem acessar os americanos *Swap* (www.swap.com), *SwapSimple* (www.swapsimple.com), *Dig'N'Swap* (www.dignswap.com) e *Swapace* (www.swapace.com), o neozelandês *Swapster* (www.swapster.com.nz) e o australiano *Swap Australia* (www.swapaustralia.com)⁸⁹.

Troca de *eBooks* são possíveis pelos americanos *Amazon Kindle Lending* (www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=20549320), *Booklending* (www.booklending.com), *Lendle* (www.lendle.me) e *eBook Fling* (www.ebookfling.com)⁹⁰.

No Brasil, a troca de produtos se observa, por exemplo, no *Xcambo* (www.xcambo.com.br), *TomaLáDáCá!* (www.tomaladaca.com.br), *Trocashop* (www.trocashop.com), *Bom de Troca* (www.bomdetroca.com.br), *Descola Aí* (www.descolai.com.br), *Troca Tudo* (www.aquitrocatudo.com.br). Pelo *Cubocard.blogspot.com* são possíveis as trocas entre músicos e pessoas que trabalhavam nesse meio. Para os livros, tem-se o *Trocandolivros.com.br*.

⁸⁵ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 190.

⁸⁶ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 190.

⁸⁷ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 191.

⁸⁸ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 191.

⁸⁹ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 191.

⁹⁰ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 191.

Note-se que nada impede que os produtos sejam trocados por outros de outra espécie, não havendo também nenhuma impossibilidade de se trocar coisas novas, mas que não mais satisfazem os seus proprietários, nos seus desejos consumistas.

A sistemática diferencial desse tipo de negócio é a seguinte: pessoas se desfazem de produtos que já possuem, alcançando-se, assim, através troca, economia para todas as partes e satisfação pessoal, fugindo do superendividamento e minimizando-se o desgaste ambiental.

Em alguns casos, o mercado baseia-se inteiramente em trocas livres (*Freecycle, Kashless, Around Again*); em outros, existe uma troca de pontos que intermedeia a transação (*Barterquest, UISwap*). Mercadorias como maquiagem, acessórios, roupas, livros etc. podem ser trocadas por produtos semelhantes (*thredUP, MakeupAlley, Swapstyle, Toyswap, 'N' Dig Swap*), ou por mercadorias de valor semelhante (*SwapTree, SwapSimple*). O negócio pode se realizar entre desconhecidos ou entre pessoas que já se conhecem (*Share Some Sugar, Neighbor Goods*)⁹¹.

Nesse sentido, as redes sociais têm um papel que não pode ser menosprezado em todo esse ciclo, por permitirem que mercadorias usadas sejam facilmente redistribuídas, inclusive por iniciativas não habituais.

O *Facebook* é um exemplo. Um dos seus fundadores, Chris Hughes, diferentemente dos seus sócios, Mark Zuckerberg e Dustin Moskivitz, declarou que nunca esteve interessado no *software* em si, mas em descobrir como as pessoas poderiam se conectar e compartilhar coisa umas com as outras e como uma comunidade *online* poderia enriquecer as vidas dos seus usuários⁹².

Hughes saiu do *Facebook* em fevereiro de 2007, no início da sua grande expansão, com mais de 10 (dez) milhões de usuários ativos, para liderar a, na época, despreziosa campanha *online* de Barack Obama à presidência dos Estados Unidos da América, por acreditar na crença de Obama na forma coletiva⁹³.

Não se pode negar, por outro lado, que a troca, enquanto instrumento do consumo colaborativo, suscita problemas que precisam ser enfrentados, principalmente afetos à satisfação do consumidor e à questão da confiança, que envolve a superação de preconceitos.

⁹¹ BOTSCHAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 61-62.

⁹² BOTSCHAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 43-44.

⁹³ BOTSCHAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 43-44.

Para competir com a compra e venda convencional, o consumo colaborativo deve proporcionar opções suficientes para que o consumidor esteja satisfeito com os produtos que estão disponíveis. Na troca de roupas, por exemplo, se as pessoas envolvidas vestem tamanhos diferentes e têm gostos diversos, a sua satisfação com o negócio será improvável⁹⁴.

Na tentativa de driblar esse inconveniente, paralelamente aos encontros privados entre pequenos grupos de amigas, surgem empresas especializadas em trocas de roupas estão investindo em eventos pagos de alta moda, realizados em armazéns com DJs, bares abertos e vendedores de comida, capazes de atrair multidões de todas as idades, tamanhos e gostos, no que já se denomina de “escambo fashion”. A medida que o número de participantes aumenta, a probabilidade de insatisfação diminui. A *Clothing Exchange* alcança este ponto mais rapidamente recebendo trocas para nichos específicos, como adolescentes, mulheres grávidas e pessoas com mais de 65 (sessenta e cinco) anos⁹⁵.

A par disso, a troca, como forma de consumo colaborativo, mormente se realizada via *Internet*, exigindo a confiança em alguém que, na maioria das vezes, é desconhecida. É preciso confiar que o item que a outra parte entregará está nas condições que ela descreveu, ou seja, possui uma boa qualidade⁹⁶.

No intuito de fortalecer o vínculo de confiança entre os usuários, a equipe do *thredUP*, a semelhança do *eBay*, passou a utilizar três ferramentas num denominado sistema de reputação: a classificação das pessoas, com até quatro estrelas, após a realização do negócio, de acordo com a qualidade dos itens enviados; uma avaliação subjetiva pelos usuários de acordo com a elegância dos itens que receberam (pontos style); e uma nota pela pontualidade da entrega⁹⁷.

O que se pode concluir dos chamados sistemas de reputação é que a classificação por estrelas dos usuários funciona como um marketing dos produtos que pretende trocar, atraindo mais interessados. Em contrapartida, os usuários mal avaliados

⁹⁴ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 64.

⁹⁵ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 65.

⁹⁶ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 77.

⁹⁷ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 118.

acabam sendo banidos do sistema ou, simplesmente, não há procura para as suas ofertas⁹⁸.

Tal sistemática de contratação ensejada pela troca está em perfeita sintonia com os ideais do consumo colaborativo e sustentável. Vale ressaltar que a concepção de contrato apenas como instrumento de circulação de riquezas, que vislumbrava um nexo de subordinação e instrumentalidade estabelecido entre contrato e propriedade no primeiro grande Código burguês, o Código de Napoleão, é uma concepção típica de um capitalismo nascente, restando desatualizada no contexto da atual economia⁹⁹.

Obviamente, não se prega, através deste estudo, a extinção da compra e venda, o que seria incompatível com o sistema capitalista, mas apenas o resgate e a valorização de uma via alternativa de aquisição de bens, mais compatível com os paradigmas da sustentabilidade econômica, social e ambiental.

A bem da verdade, independentemente das especificidades da troca, um mercado de redistribuição estimula a reutilização de itens antigos, desviando-os do descarte prematuro, além de reduzir significativamente o desperdício e os recursos que acompanham uma nova produção. Trata-se do quinto “R”: reduzir, reciclar, reutilizar, reformar e redistribuir, o que é considerado uma forma sustentável de comércio¹⁰⁰.

A preservação ambiental, ainda que eventualmente não se configure como uma consequência não intencional do consumo colaborativo, é uma consequência intrínseca, pois sustentabilidade e comunidade são partes inerentes e inseparáveis desse sistema, e não uma reflexão tardia ou um suplemento¹⁰¹.

Do ponto de vista da solidariedade e do desenvolvimento social, pode-se visualizar indivíduos engajando-se voluntariamente em projetos coletivos concretos, emanados do seio da sociedade civil, e não meramente assistencialistas e passivos, o que também representa um avanço em relação à solidariedade tradicional, típica de grupos primários, a medida que a organização não se fecha num pequeno grupo de

⁹⁸ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 119.

⁹⁹ ROPPO, Enzo. *O contrato*. Trad. Ana Coimbra e M. Januário C. Gomes. Coimbra: Almedina, 1988pp. 63-64.

¹⁰⁰ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 61-62.

¹⁰¹ BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 62-63.

beneficiários¹⁰². A troca ressurgiu, assim, como importante instrumento de uma nova consciência social.

CONCLUSÃO

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

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

Nesse contexto, merecem destaque as iniciativas de solidariedade do consumo colaborativo, no qual a troca foi alavancada, mormente por influência da *Internet*, destacando-se como principal vertente, contrariando todas as previsões da doutrina jurídica sobre a utilização moderna de tal espécie de contrato.

O consumo colaborativo, através da troca, gera impacto incontestável e considerável em matéria de preservação ambiental, uma vez que estimula a reutilização de itens antigos, evitando o descarte prematuro, além de reduzir significativamente o desperdício e os recursos que acompanham uma nova produção.

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

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

Dentro desse novo paradigma, o consumo colaborativo e a troca podem ser concebidos como respostas à necessidade de reestruturação do modelo tradicional de capitalismo. Isso porque caracterizam relações que garantem a realização tanto de

¹⁰² FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004, p. 20.

valores econômicos quanto de valores sociais e ambientais, se mostrando compatíveis com um desenvolvimento verdadeiramente sustentável.

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

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

REFERÊNCIAS

- ASSIS, Araken de; ANDRADE, Ronaldo Alves de; ALVES, Francisco Glauber Pessoa. Do direito das obrigações. *In Comentários ao Código Civil Brasileiro*. Arruda Alvim e Thereza Alvim (coord.). Rio de Janeiro: Forense, v. 5, 2007.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. S/L: Edições 70, 2010.
- BAUMAN, Zygmund. *Vida Líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- BERKOVICS, Dalma. Fiche de Lecture: Cannibals with forks. Observatoire du Management Alternatif, École des hautes études commerciales de Paris, abril de 2010.
- BOTSMAN, Rachel e ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- COELHO, Fábio Ulhoa Coelho. *Curso de direito civil*. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2005.
- DIEZ-PICAZO, Luis e GULLON, Antonio. *Sistema de derecho civil: teoría general del contrato, la relación obligatoria en general, las relaciones obligatorias en particular*. Madri: Tecnos, Vol. II, 1976.
- DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*. 6 ed. ver. ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2º Vol., 2006.
- DONIZETTI, Elpídio e QUINTELLA, Felipe. *Curso didático de direito civil*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2013.

- ELKINGTON, John. Enter the triple bottom line. In: HENRIQUES, Adrian; RICHARDSON, Julie (Org.). *The triple bottom line: does it all add up?*. Earthscan, 2004.
- ELKINGTON, John. Towards the suitable corporation: win-win-win business strategies for sustainable development. *California management review*, v. 36, n. 2, 1994.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. Trad. Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009.
- FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.
- GAGLIANO, Pablo Stolze e PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo curso de direito civil: contratos: contratos em espécie*. 6 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, vol. 4, tomo II, 2013.
- GHESTIN, Jacques e DESCHÉ, Bernard. *Traité des contrats: la vente*. Paris : Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1990.
- GILISSEN, John. *Introdução histórica ao direito (Introduction historique au droit)*. 4 ed. Trad. A M. Hespanha e L. M. Macaísta Malheiros. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.
- GOMES, Orlando Gomes. *Contratos*. 17 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997.
- GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro: contratos e atos*. 9 ed. São Paulo: Saraiva, vol. 3, 2012.
- GONÇALVES, Sérgio Ricardo Marques. O comércio eletrônico e suas implicações jurídicas: a defesa do consumidor. In: *Direito Eletrônico: a Internet e os Tribunais*. Renato M. S. Opice Blum (coord.). Bauru, SP: Edipro, 2001.
- LASKI, Harold J. *O liberalismo europeu (The rise of european liberalism)*. Trad. Álvaro Cabral. São Paulo: Mestre Jou, 1973.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- MARQUES, Cláudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli

- (Coord). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.
- MEDICUS, Dieter. *Tratado de las relaciones obligacionales*. Trad. Ángel Martínez Sarrión. Barcelona: Bosch, vol. 1, 1995.
- MESSINEO, Francesco Messineo. *Manuale di diritto civile e commerciale*. 8 ed. Milano: Dott. A. Giuffrè Editore, vol 4, 1954.
- MONTEIRO, Washington de Barros. *Curso de direito civil*. São Paulo: Saraiva, 2001.
- NADER, Paulo. *Curso de direito civil: contratos*. 4 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. 3, 2009.
- PEREIRA, Caio Mario da Silva. *Instituições de direito civil: contratos*. 14 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. III, 2010.
- PORTILHO, Fatima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 2ed. São Paulo: Cortez, 2010.
- ROCHA, Sílvio Luis Ferreira da. *Curso avançado de direito civil: contratos*. Everaldo Augusto Cambler (coord.). São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, vol. 3, 2002.
- ROPPO, Enzo. *O contrato*. Trad. Ana Coimbra e M. Januário C. Gomes. Coimbra: Almedina, 1988.
- SLAPER, Timothy; HALL, Tanya J. The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work?. *Indiana Business Review*, v. 86, n. 1, 2011.
- SOARES-BAPTISTA, Rozália Del Gáudio. Sociedade do consumo e gestão de desejos: marcas e publicidade face à sustentabilidade. *In: PIMENTA, Solange Maria et al.* (coord.). *Sociedade e consumo: múltiplas dimensões na contemporaneidade*. Curitiba: Juruá, 2010, pp. 363-378.
- TASCHNER, Gisela. *Cultura, consumo e cidadania*. Bauru, SP: EDUSC, 2009.
- VENKATESH, G. Triple Bottom Line Approach to Individual and Global Sustainability Problems of Sustainable Development, v. 5, n. 2, *European Academy of Science and Arts*, 2010.
- VENOSA, Sílvio de Salvo. *Direito civil: contratos em espécie*. 3 ed. São Paulo: Atlas, v.3, 2003.