

EL DESARROLLO DEL TRUEQUE, UN INSTRUMENTO DE CONSUMO COLABORATIVO Y SOSTENIBLE

Lívia Gaigher B. Campello¹

Mariana Ribeiro Santiago²

Fecha de publicación: 01/10/2014

THE RISE OF EXCHANGE, AN INSTRUMENT OF SUSTAINABLE AND COLLABORATIVE CONSUMPTION

SUMARIO: Introducción; **1.** Consumo, solidaridad y desarrollo y desarrollo sostenible; 1.1. Cultura de consumo; 1.2. Capitalismo y sostenibilidad – la *Triple Bottom Line*; 1.3. Solidaridad y consumo sostenible; **2.** La proliferación de los sitios web de trueque en *Internet* y su reflejo en el consumo colaborativo y sostenible; Conclusiones; Bibliografía.

RESUMEN: El presente artículo mira hacia el análisis de la evolución de la permuta, o trueque, en el marco del Derecho brasileño, así como su relación con el instituto de la compraventa, según el contexto del “consumo colaborativo”, que despliega directamente en la cuestión de la sostenibilidad. Con eso asentado, partimos del presupuesto de las actuales patologías de consumo en la sociedad moderna, verificando sus diferentes implicaciones en las cuestiones sociales, ambientales y económicas, hasta hallar el zénit en el análisis de las posibles alternativas bajo el presupuesto de solidaridad. En conclusión, será posible decir que el contrato de permuta de bienes aparece como un importante instrumento según los estándares de la economía colaborativa, para alcanzar la sostenibilidad

¹ Doutora em direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUCSP. Professora na Universidade Federal do Mato Grosso do Sul - UFMS.

² Doutora em direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUCSP. Professora na Universidade de Marília – UNIMAR.

socioambiental y económica que fomenta el desarrollo de una sociedad más justa, libre y solidaria.

PALABRAS CLAVE: permuta, consumo colaborativo, sostenibilidad.

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 solidarity society.*

KEYWORDS: *Exchange; collaborative consumption, sustainability.*

INTRODUCCIÓN

La calidad de consumidor es inherente al ser humano. El consumo como fenómeno no es una preocupación reciente de la humanidad, según el advenimiento de lo que predijo Zygmund Bauman³ como “variedad líquida” de la modernidad.

Muchos comportamientos típicos de los consumidores modernos, aunque deletéreos, ya se han enraizado en la manera de interrelacionarse de la sociedad, que ésta ya no está concienciada de los impactos que estos tipos de consumo pueden causar en la vida privada y a nivel social, y que cada vez más se está perdiendo de vista lo que los psicólogos llaman según su jerga “cárcel de consumo”⁴.

Este consumo, todavía que analizado bajo la luz de la cuestión social, teniendo en cuenta la característica de la sociedad de consumo, hay

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.

enseñado patologías que allá de las esferas individual y psicológica, también afectan a la sostenibilidad socioambiental y económica.

Un ejemplo emblemático de ello está exactamente flotando en estos momentos en pleno Océano Pacífico, entre los archipiélagos de Japón y Hawái. Con el tiempo se ha formado una monstruosa masa flotante de residuos sólidos, fruto de la sociedad de consumo moderna. Este “océano de basura” posee aproximadamente el doble del estado estadounidense del Texas y, en algunas partes de su bulto, como en un iceberg, más de 30 metros de profundidad, y está básicamente compuesto por materiales plásticos⁵.

Por otro lado, la “necesidad” de consumir se ha tornado una cuestión de inclusión y ascensión de clase, en una cultura que acentúa la desigualdad, el egoísmo, la competitividad, violencia, intolerancia, y aparta la sociedad del crecimiento sano y sostenible.

Como un pez que se come la propia cola, en el afán de consumir, el Estado brasileño ya presenta altas tasas de súper endeudamiento y de impagos, los cuales comprometen un desarrollo saludable de la economía nacional.

De modo que se pregunta si es realmente necesario consumir tanto ¿No hay otras maneras más responsables de consumo? ¿Comprar es la única manera posible de satisfacción del consumidor? ¿La adquisición de bienes es incompatible con la preservación del ambiente? ¿Genera la patología consumista una exclusión social, y cuáles son los efectos de esta posible exclusión? ¿Está la economía capitalista destinada a arruinarse frente a los altos índices de impago? ¿Estará cerca el colapso de la sociedad moderna?

Ahora bien, el actual panorama justifica el estudio profundizado del fenómeno del consumo según la perspectiva de una sostenibilidad no sólo ambiental sino también socioeconómica con el reto de verificar las opciones más equilibradas que ya existen, aunque de manera incipiente en varias partes del mundo sobre el trueque.

Desde las últimas décadas del siglo XX, la concienciación respecto las consecuencias sociales y ecológicas del modelo tradicional de comercio ha hecho con que surgiera y ganara cuerpo nuevas tomadas en consideración sobre las relaciones económicas, como es el caso de la teoría *Triple Bottom Line*, la cual plantea la necesidad de que las empresas estén atentas, tanto a

⁵ 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. 3.

los resultados económicos de sus actividades, como aquéllas de naturaleza social y ambiental, lo que permite la construcción de una especie de “capitalismo sostenible”, dentro de lo que cabe.

Para la investigación ahora planteada en este trabajo, el método elegido ha sido el dialéctico jurídico, el cual acobija el fenómeno, hecho concreto y teoría bajo el mismo paraguas, sin perder de vista el resultado del enfrentamiento entre la praxis y la teoría. En relación al desarrollo de la investigación propiamente dicha, se ha utilizado la combinación de los métodos histórico y funcionalista. Cuanto al método de la investigación, que corresponde a las fuentes de información seleccionadas para dar el abasto teórico necesario al trabajo, se ha tenido en cuenta la investigación Bibliohemerografía.

1. CONSUMO, SOLIDARIDAD Y DESARROLLO

1.1. CULTURA DE CONSUMO

Aún en tiempos de la Antigüedad Clásica el consumo ya era objeto de análisis según las preguntas y dudas sobre la satisfacción y necesidades de la vida. De acuerdo con Aristóteles, el ser humano no puede olvidar que los recursos naturales en el mundo son finitos, conllevando a una preocupación sobre el modo de vida en que la dependencia de artefactos y la acumulación económica-financiera estuvieran acompañadas por la efectiva contrapartida productiva⁶.

Para la cristiandad, hasta el siglo XVI con la Reforma Protestante, el consumo excesivo era concebido como pecado y malo para el *Principes*, por implicar supuestamente corrupción entre los hombres y la debilitación del carácter, y la Iglesia condenaba la usura⁷.

El *homo consumericus*, según expresión acuñada por Gilles Lipovetsky⁸, enfrenta desde un punto de vista individual y psicológico, una serie de problemas crecientes desde su surgimiento, especialmente a partir

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.

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.

de la fundación del taylorismo y del fordismo en principios del siglo XX⁹. La explotación del más débil por el más fuerte, es la patología más característica en las contrataciones masivas, en la cuales se prima por la despersonalización del contratante y la estandarización de las cláusulas contractuales, que por su vez limitan al extremo la autonomía privada de aquellos individuos que detienen menos acceso a recursos técnicos y económicos.

En este sentido, han surgido pensadores socialistas contra la omisión total de protección de los más débiles, como por ejemplo Comte, Saint-Simon y Marx, los cuales han denunciado los abusos de la libertad contractual¹⁰. El socialismo marxista, en su idea central, insiste en la tesis de que la revolución burguesa solo ha transferido el poder de los terratenientes para los industriales¹¹.

En el escenario brasileño el consumidor está, por lo menos en tesis, protegido por el “Código de Defesa do Consumidor” (en adelante CDC), que tiene en cuenta el reconocimiento de la desigualdad entre las partes contratantes, según su artículo 4º, y que consecuentemente protege el individuo menos favorecido, es decir, hiposuficiente, mediante las siguientes normas: nulidad de cláusulas abusivas (CDC, 6º, IV, 39, V, y 51, IV e §1º, III); imposibilidad de renuncia de garantías por el consumidor (CDC, 51, I); la inversión de la carga de la prueba a favor del consumidor (CDC, 6º, VIII); posibilidad de revisión contractual (CDC, 6º, V); responsabilidad civil objetiva del proveedor (CDC, 12 e 14), con excepción para los profesionales liberales, los cuales están responsabilizados sólo en los casos de culpa; solidaridad en la reparación de los daños causados al consumidor (CDC 18, 19, 25, §2º); desconsideración de la personalidad jurídica (CDC, 28).

Aunque el consumidor esté arropado por la protección jurídica, y en Brasil además, mediante legislación específica a ese respecto, la sensación que se tiene sobre el consumidor indica que las personas que adquieren y mantienen más bienes no están necesariamente más satisfechas o felices

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.

con sus vidas. Desde la década de los ochenta, problemas como depresión, soledad, ansiedad, insomnio, obesidad, enfermedades cardíacas, entre otras, vienen a caballo identificadas con el aumento desmesurado del consumo¹².

Todavía, como subraya Bauman¹³, es profundamente ineficiente y equivocado examinar la lógica del consumo como una actividad individual y solitaria, para intentar comprender el panorama actual de consumo. Según este autor, es necesario echar el foco en la naturaleza básicamente social del consumidor, la cual en el ambiente de la sociedad de consumidores es apenas secundaria para la vertiente psicológica.

Según Jean Baudrillard¹⁴,

El consumo constituye un mito. Es decir, se revela como palabra de la sociedad contemporánea sobre sí misma; es la manera de como nuestra sociedad habla. De cierto modo, la única realidad objetiva del consumo es la idea de consumo, la configuración reflexiva y discursiva, indefinidamente por el discurso cotidiano y por el discurso intelectual.

La sociedad de consumo está calcada en la idea de satisfacción de los deseos humanos. Sin embargo, esta promesa de realización de deseos, se muestra seductora apenas mientras el deseo permanece irrealizado, y de hecho, lo que se torna permanente es la insatisfacción¹⁵. La insatisfacción se instala a partir del momento en que los productos, justo después de su adquisición, son depreciados y pierden su valor por la propia dinámica del mercado, o aún, despiertan nuevos intereses y deseos por nuevos productos en un constante círculo vicioso de obsolescencia programada. La “necesidad” se torna, de esta forma, una compulsión y un vicio, mismo que inducido¹⁶.

De acuerdo con 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. La traducción del portugués al castellano es nuestra.

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. La traducción del portugués al castellano es nuestra.

Para que la búsqueda de la plenitud pueda continuar y nuevas promesas puedan resultar atractivas y cautivadoras, las promesas ya hechas necesitan ser rotas, y la esperanza de realizarla deben ser frustradas. Un mar de hipocresía se extiende desde las creencias populares hasta las realidades de la vida de los consumidores es una condición previa para que una sociedad de consumidores funcione correctamente. Cualquier promesa debe ser engañosa, o por lo menos exagerada, por lo que la búsqueda continúa.

A partir del momento de que no los bienes, sino sus imágenes, se tornan accesibles a toda la sociedad, resta caracterizado el indicio de la cultura de consumo. Toda un contexto de una inmensa gama de imágenes y símbolos pasan a ser criados y recriados para y por los bienes, lo que se refleje y despliega en nuevas formas de comportamiento, y que atinge directamente el modo de sentir y pensar de la inmensa mayoría de la sociedad occidental¹⁸.

La expresión “cultura de consumo” hace hincapié en la importancia del mundo de las mercancías y sus principios de estructuración para la comprensión de la sociedad contemporánea, dentro de un doble punto de vista, en el primer según el cual se verifica la dimensión cultural de la economía, por la utilización de los bienes materiales como símbolos de comunicación; y el segundo, pues según la economía de los bienes culturales, que se rigen se acuerdo los principios de mercado (oferta, demanda, acumulación de capital, competencia y monopolio), y que opera directamente en los estilos de vida¹⁹.

De esta manera, la cultura de consumo estimula el juego de las diferencias, haciendo creer que las diferencias deben ser reconocidas y legitimadas socialmente. Como consecuencia, la alteridad total y la individualidad total tienden a ya no reconocerse²⁰.

En este sentido, se puede afirmar que en la Edad del Consumo, calcada en la productividad acelerada bajo el signo del capital, se vive una era de alienación radical. La lógica de la mercancía predomina en la regulación de toda una cultura, desde los procesos de producción hasta la sexualidad, se pasa a creer que todo puede ser motivo para un espectáculo,

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.

orquestrado en imágenes, todo es consumible, nomás apenas bienes, sino también pensamientos y sentimientos²¹.

In summa, el proceso generalizado de consumo, convertido en espectáculo, atinge la imagen y la propia alma humana. Ya no resta el ser individual y sus reflexiones delante la recepción de los signos, a los humanos de la era del consumo ya no les interesa sus propias necesidades y su propia imagen, ya le es todo igual, todo es mercancía, y caso aún no lo sea, es pasible de serlo. La sociedad piensa y habla como una sociedad de consumo, y en la medida en que consume, se consume en idea, de la cual la publicidad es el himno²².

La sociedad de consumo se convierte, así, algo más grande que la suma de los consumidores individuales. Es una sociedad que juzga temeraria y peligrosamente, y evalúa sus miembros según sus posibilidades, principalmente por su conducta de consumo²³.

En este sentido, el término “sociedad de consumo” encarna más de la actitud de sus miembros a gastar tiempo y esfuerzos para ampliar sus placeres, lo que refleja la percepción de que la vida política de las personas tiende a ser remodelada a partir de medios y objetos consumo, en la línea del síndrome consumista²⁴.

Los individuos necesitan consumir para definir su papel en la sociedad, para lograr el estándar clavado por la cultura del consumo, están involucrados en las adquisiciones sin sentido, como resultado de una evaluación parcial de sus posibilidades y la mala gestión de sus finanzas, que ya produce efectos en la economía y la cuestión de la sostenibilidad.

1.2. CAPITALISMO Y SOSTENIBILIDAD – A TRIPLE BOTTOM LINE (TBL)

El sistema capitalista y sus mecanismos tradicionales de mercado se muestran incompatibles con una búsqueda sostenible para las necesidades individuales. Las relaciones económicas y el modelo tradicional de la riqueza es espectáculo altamente destructivo sobre el capital natural y social. Las sociedades industriales occidentales del siglo XXI están, por lo

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

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.

tanto, desafiadas al reto de explorar nuevas formas de cooperación con sus proveedores, accionistas, clientes e incluso competidores, para garantizar beneficios en términos de “ciudadanía corporativa”, mientras sigan siendo competitivas. G. Venkatesh²⁵ subraya esta búsqueda por nuevas ideas y el surgimiento del triple enfoque económico, social y ambiental, (TBL):

La ecología industrial se basa en analogías y en el pensamiento lateral, que copia y adapta, y abre las fronteras de la imaginación y de la innovación para hacer el camino hacia el desarrollo sostenible más pacífico. Al tratar el papel central que la humanidad debe ejercer para que el desarrollo sostenible sea una realidad, aparece una bella analogía: entre la visión holística del desarrollo humano individual y el *triple bottom line* (económico, social y ambiental) para el progreso humano sostenible como un todo en la superficie de la Tierra.

En este contexto que John Elkington²⁶ ha idealizado la teoría de *Triple Bottom Line* (TBL), cuyo abordaje objetiva agregar valores sociales y ambientales al comportamiento empresarial, sin que para tanto sea necesario sacrificar el lucro y la competitividad. De esta manera, las relaciones económicas pueden ser observadas a través de tres dimensiones interrelacionadas: la económica, la social y la ambiental. Los “Tres Pilares de la Sostenibilidad”²⁷.

La TBL parte del supuesto de que la gobernanza mundial ha experimentado un cambio importante, en la medida en que las instituciones económicas internacionales han adquirido más poder, mientras que los gobiernos han tenido su influencia disminuida. Además de su posición más central también aumentó la responsabilidad corporativa en sus propias actividades. Por lo tanto, la transición del capitalismo tradicional a una forma más sostenible depende del cambio de actitud de las empresas, de conformidad con los requisitos de esta nueva realidad, marcada por la posición central de este tipo de empresas en la gobernanza global.

²⁵ 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. La traducción del original en inglés al castellano es nuestra.

²⁶ 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.

²⁷ La perspectiva tridimensional de la actividad empresarial ya se podría definir ante la idea de Elkington con su teoría de “*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.

Así que Elkington desglosa “siete revoluciones”²⁸, que deben ser llevadas en cuenta por las empresas: (i) El comercio se lleva a cabo en mercados más abiertos a la competencia; (ii) valores humanos y sociales se convierten globalmente, y por ende la base en que se estructuran las empresas; (iii) con el apoyo de nuevos valores y de nuevas tecnologías de la información se exige cada vez más una mayor transparencia por parte de las empresas; (iv) las empresas también deben preocuparse con las implicaciones de la producción, transporte, uso, e incluso la gestión de la eliminación de sus productos una vez obsoletos; (v) aumentar la velocidad con la que las alianzas se forman entre las empresas y entre empresas y otras organizaciones con el fin de cumplir con las obligaciones sociales y ambientales; (vi) su propia manera de hacer frente a los cambios de hora, porque, por un lado, la velocidad de transmisión de información y, en segundo lugar, la necesidad de pensar a largo plazo para algunas cuestiones relacionadas con la sostenibilidad son urgentes, y, finalmente, (vii) preguntas en cuanto a la verdadera función en la economía surgen en la sociedad, el fortalecimiento de la noción de gobernanza corporativa en la escena política internacional.

Estos cambios, destinados a la construcción de un capitalismo verdaderamente sostenible deben ser vistos como relacionados entre sí, y es su observación conjunta que justifica un enfoque centrado no sólo en los valores económicos agregados por las empresas, sino también en los valores sociales y ambientales.

Como explica Timothy Slaper²⁹, este fenómeno no se limita a las empresas, después que la TBL haya ganado fuerza entre entidades sin ánimo de lucro y gubernamentales. Las organizaciones sin ánimo de lucro establecen intercambios con entidades empresariales para abordar las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad que afectan a los accionistas de ambas. Las entidades gubernamentales, a su vez, han adoptado el enfoque de TBL en sus actividades de toma de decisiones y seguimiento con el fin de verificar la conformidad de las personas con la sostenibilidad social. Para lograr un crecimiento económico sostenible real, el papel del gobierno debe ir más allá de las medidas tradicionales de protección ambiental y evolucionar en hombro-a-hombro con las empresas.

²⁸ 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.

²⁹ 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.

La TBL también se refiere a un nuevo marco para medir el desempeño de las empresas que van más allá de la tradicional simple verificación de beneficios, retorno de la inversión y el retorno de los accionistas, es decir, la evaluación del desempeño de las empresas con un enfoque en tres dimensiones interrelacionadas: económica, social y ambiental. El objetivo es hacer la evaluación de desempeño de las empresas basado en la TBL acercarse una herramienta importante hacia la sostenibilidad. Sin embargo, obviamente, las tres dimensiones no se miden con los mismos parámetros, y las medidas de carácter ecológico o social pueden ser difíciles de medir. Por otra parte, la flexibilidad de TBL permite a las organizaciones aplicar el concepto que mejor se adapten a sus necesidades específicas así como enseña Timothy Slaper³⁰:

No existe ningún método universal para el cálculo de la TBL. Tampoco hay un estándar universal para las medidas que componen cada una de las tres categorías de TBL. Esto puede ser visto como una ventaja, ya que permite la adaptación de la estructura global de las necesidades de las diferentes entidades (comerciales o sin fines de lucro), diferentes proyectos o políticas (inversiones en infraestructura o programas educativos) o diferentes fronteras (ciudad, región o país).

1.3. SOLIDARIDAD Y CONSUMO SOSTENIBLE

La percepción del impacto ambiental de los actuales patrones de consumo, desde los años 90, ha dado lugar a un nuevo discurso dentro del ecologismo internacional, la redefinición de las cuestiones ambientales en base a las relaciones de consumo, con miras a la sostenibilidad³¹.

La abundancia de bienes de consumo, símbolo del capitalismo moderno, que ya es objeto de críticas de que incrementan el consumismo como uno de los principales problemas de la sociedad moderna, y que afecta en gran medida de la crisis ambiental. Tratar del tema consumismo vino a significar también una contribución a la construcción de una sociedad más sostenible³².

La incorporación de los temas de consumo a los movimientos sociales en crecimiento, como el ecológico, encendió el debate sobre el consumidor

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, p. 5. La traducción del original en inglés al castellano es nuestra.

³¹ PORTILHO, Fatima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 2ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 39.

³² PORTILHO, Fatima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 2ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 67.

ambientalmente consciente, que más tarde se convirtió en la idea de un consumo social y políticamente responsable. El objetivo es colaborar para que la soberanía del consumidor, propagada por el neoliberalismo, convierta a la ciudadanía del consumidor un instrumento activo de la práctica social, política y ecológica³³.

Toda esta discusión muestra que la organización individualista del consumo desconecta miembros de la sociedad como ciudadanos, y que despliega sobre la cuestión de la solidaridad. Se nota cada vez más necesaria la creación de redes para el intercambio de información y el aprendizaje con un enfoque en las prácticas de consumo como una herramienta para la ciudadanía³⁴.

De hecho, la búsqueda de alternativas al consumismo tiene repercusiones en las cuestiones ambientales. Sin embargo, no se puede olvidar que los materiales de la solidaridad y la sostenibilidad extrapolan este sesgo, con claro impacto en temas como el desarrollo social y económico.

Según las encuestas realizadas por el Instituto Akatu, la tierra debe tener el 50% (cincuenta por ciento) más recursos para sostener los patrones de consumo actuales³⁵. Ya la Organización para la Agricultura y la Alimentación de las Naciones Unidas (FAO) encontró y advirtió de que a finales de 2009, el número de víctimas del hambre supera la marca de los mil millones de personas. Estos datos, se enfrentan, y muestran un patrón de consumo por encima de las necesidades, junto con una pavorosa falta de elementos básicos de supervivencia, como alimentos, generando una situación, sin lugar a dudas, en un contexto de desarrollo social inquietante³⁶.

³³ PORTILHO, Fatima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 2ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 218.

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

³⁵ 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-padro-de-consumo-atual>.

³⁶ 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.

Por otro lado, muestra el agobio de la deuda cada vez más una realidad en la sociedad brasileña. Según Lima Marques³⁷, se trata de una “imposibilidad global del deudor persona física, consumidores de buena fe, para pagar todas sus deudas actuales y futuras”.

El Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE) informó que en 2012, 14,1% de los hogares brasileños estaban súper endeudados. Ya el Instituto de Investigación Económica Aplicada (IPEA) informó que el 92,9% de estas familias no planea tomar el crédito y el 31,6% de las cuentas están en mora. Hechos alarmantes como estos hacen los economistas afirmar que las distorsiones en el sistema de intermediación ponen en peligro el suministro saludable de crédito, lo que provoca retraso en el crecimiento nacional³⁸.

En este contexto, es legítimo preguntarse si la economía en su sentido más amplio, como el conjunto de actividades que contribuyen a la producción y distribución de la riqueza, se puede resumir en el circuito clásico de la circulación de la riqueza constituida por las esferas del Estado y del mercado en las sociedades contemporáneas. ¿No sería posible una forma de economía alternativa?³⁹

Es cierto que en diferentes partes del mundo ya es realidad que otro tipo de economía, concebida en términos de iniciativas, principalmente mediante la naturaleza cooperativa y asociativa, que viene de la sociedad civil y los medios de comunicación populares, están logrando éxitos. Eso se demuestra bajo diferentes configuraciones: la creación colectiva del propio circuito de la producción y el consumo, lo que alimentó las cadenas socio-productivas autónomas y, en algunos casos, no monetizada, o diferentes tipos de asociaciones con las autoridades públicas. Es lo que se llama economía de colaboración solidaria. Como ejemplos, se protegen a los bancos populares, clubes de permuta y trueque y las cooperativas sociales⁴⁰.

³⁷ 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.

³⁸ 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.

³⁹ FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. p. 15.

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

De hecho, se verifica la necesidad de un cambio en la forma de pensar sobre el uso de productos y ya se ha extendido en todo el mundo apoyadores de la idea de que uno puede obtener beneficios de los bienes sin poseerlos definitivamente, lo que afecta sin lugar a dudas a los sistemas modelo de propiedad privada individual. Lo que vemos es que si un producto de una empresa es compartido entre los compañeros, maximiza su utilidad, sin que los usuarios tengan que soportar la carga de la propiedad, como pago completo por el valor del producto se da el mantenimiento o el seguro⁴¹.

Las motivaciones de quienes participan en este tipo de economía son diversas. Algunos, más altruistas, en defensa del “consumo verde”, parecen preocupados por las futuras generaciones, las cuestiones sociales o que simplemente buscan una relación más cercana con la gente, no las marcas. Otros se centran en una urgencia práctica para ahorrar dinero o tiempo, es decir, mantener la creencia en su propio interés⁴².

Las iniciativas de la economía solidaria y el consumo de colaboración en diferentes partes del mundo, de hecho, tienen similitudes con algunas tendencias históricas y culturales en la organización de los grupos sociales del pasado que resurgen o se revigoran en la modernidad, combinando la dimensión tradicional y moderna a la dimensión comunitaria pública en su acción⁴³.

No haciendo hincapié en una estrategia única, la creación de empleo, ingresos o de división y gestión del trabajo compartido, la economía solidaria se presenta como una estrategia para multiplicar las formas de trabajo, sin pretensión de ofrecer una solución mágica a la crisis, pero a costa de contribuir los esfuerzos de modelación, evaluación e intercambio, teniendo en cuenta una mayor visibilidad de las relaciones entre la economía y la sociedad como un reto democrático⁴⁴.

La vocación de este tipo de iniciativas se coincide exactamente con el tamaño de la economía pública en la fuerza de los lazos de la comunidad de

⁴¹ 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.

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. 60.

⁴³ FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. pp. 17-18.

⁴⁴ FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. p. 93.

la sociedad, lo que resulta en comunidad dinámica abierta a la alteridad y espacios públicos de proximidad⁴⁵.

En este paso, una especie de contrato en particular muestra en exacta armonía con los preceptos de la economía social y el consumo de colaboración: la permuta o más actualizado, el trueque. La comunidad de trueque en Internet está creciendo rápidamente. Hay alrededor de 500 (quinientos) trueques en línea de América del Norte y América Latina, entre las permutas más pequeñas, dirigidos a una comunidad específica, y las grandes permutas abiertas. Sólo en 2008, lo que equivale a más de U\$ 10.000.000.000,00 (diez mil millones de dólares estadounidenses) en bienes fueron canjeados por más de 400 (cuatrocientos) miles de empresas a nivel mundial⁴⁶.

Sin embargo, no hay cómo predecir las direcciones que siguen el consumo colaborativo. No se puede decir cuánto, qué tan lejos y qué tan rápido va a crecer, incluso de cara a las fuertes tendencias en este fenómeno socio-económico hasta el año 2015. No es, sin duda, una iniciativa que va en contra de las empresas, porque van a seguir vendiendo y la gente va a seguir comprando. Las expectativas son de una mejora en el perfil de los consumidores y en la forma en que consumen, así como una salida de la cultura hiperindividualista⁴⁷.

2. LA PROLIFERACIÓN DE LOS SITIOS WEB DE TRUEQUE EN INTERNET Y SU REFLEJO EN EL CONSUMO COLABORATIVO Y SOSTENIBLE

El contrato de permuta, se trata de aquel en el que cada parte cumple una obligación de la tradición de entregar la cosa concertada al otro. Según la tradición romano-germánica, se trata del principio de *rem pro re*⁴⁸, y no del de *rem pro pretio*⁴⁹, que se observa en la tradición de la compraventa⁵⁰.

⁴⁵ FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. p. 20.

⁴⁶ 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.

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. pp. 150-151.

⁴⁸ Uma coisa por outra (tradução livre).

⁴⁹ Coisa por dinheiro (tradução livre).

⁵⁰ 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 GULLÓN, Antonio. *Sistema de derecho civil: teoría general del*

Según las lecciones de Francesco Messineo⁵¹,

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)⁵².

El Código Civil brasileño en vigor trata de manera indistinta la permuta y el canje. Entretanto, en la práctica, la permuta está reservada para los casos que involucran bienes inmuebles, por ejemplo⁵³. Sin embargo, estos contratos podrían ser considerados aún como *escambo*, en lengua portuguesa, palabra que el legislador brasileño ha reservado para dar la idea de permuta internacional de bienes y servicios; y la palabra misma *cambio* para el intercambio de monedas⁵⁴.

Desde el punto de vista histórico, la permuta es considerada por muchos autores como la primera forma de contrato, que representa la evolución misma de las relaciones sociales, y que además, puede ser

contrato, la relación obligatoria en general, las relaciones obligatorias en particular. Madrid: Tecnos, Vol. II, 1976. p. 256. DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e práctico 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, Elpídio e QUINTELLA, Felipe. *Curso didático de direito civil*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2013. p. 549.

⁵¹ MESSINEO, Francesco Messineo. *Manuale di diritto civile e commerciale*. 8 ed. Milano: Dott. A. Giuffrè Editore, vol 4, 1954. p. 160.

⁵² “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).

⁵³ VENOSA, Sílvio de Salvo. *Direito civil: contratos em espécie*. 3 ed. São Paulo: Atlas, v.3, 2003, p. 117

⁵⁴ FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009, p. 504.

considerada como la operación que sustituye el arresto y el embargo directo del bien, acto de fuerza, que en sus orígenes daba la vitoria del más fuerte sobre el más débil, y que se desarrolla como instrumento de concienciación cooperativa, necesaria a la supervivencia humana⁵⁵. En este sentido, Paulo Nader, entiende, además, que la permuta y el trueque son precedentes a la donación⁵⁶.

Es menester que entre los autores estudiados, no obstante, la opinión de que la permuta precede la compraventa, exactamente a la raíz de la inexistencia de la moneda. A partir de la creación del dinero como valor aceptado como estándar para los negocios, la permuta pasa a ser parte de la etapa anterior a la economía monetaria⁵⁷.

En este sentido John Gilissen⁵⁸ observa que,

Los bienes de consumo corriente, principalmente los alimentos, parecen haber sido alienados relativamente temprano, pero sobretudo bajo la forma de permuta, una vez la moneda aún no había sido criada. Ciertas formas entre las más curiosas de

⁵⁵ 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.

⁵⁶ NADER, Paulo. *Curso de direito civil: contratos*. 4 ed. Rio de Janeiro: Forense, vol. 3, 2009, p. 211.

⁵⁷ 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.

⁵⁸ 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.

comercio-permuta son el llamado “comercio mudo” y el *potlatch*.

Sobre el comercio mudo, este consiste en el hecho de que un determinado grupo deposita en un determinado sitio los bienes que desea intercambiar y se retira, mientras que otro grupo al pasar por este sitio encuentra estos objetos y si por casualidad estos objetos les interesan depositan otros objetos al lado de aquéllos primeros objetos y también se retiran. El primer grupo vuelve y examina los bienes depositados por el segundo grupo, y si ellos les interesan, parten con los productos dejados por el segundo grupo, dejando, por supuesto, los objetos depositados inicialmente para el segundo grupo. Helas, está hecho el comercio mudo y se cierran las negociaciones⁵⁹.

Por su lado, el *potlatch*, conocido sobre todo como una práctica de los indígenas del continente Americano, pero también por los Bereberes, y con el nombre de *Kula* entre los Polinesios, es la dádiva pública, mística y ostentadora de bienes por un grupo ante otro. El *potlatch* funciona como si fuera un desafío, pues el grupo que lo recibe no puede rechazar la ofrenda del primero, dando en cambio bienes que sean por lo mínimo equivalentes, pero nunca inferiores. El *potlatch*, una vez desacralizado, parece estar en el génesis de las más bastas relaciones económicas y de poder⁶⁰.

Sobre las características jurídicas contemporáneas de la permuta, se puede afirmar que se trata de un contrato bilateral, según el cual, ambas partes poseen obligaciones onerosas por cumplir, porque cada parte obtiene una ventaja *vis-à-vis* el pacto común, siendo que cada uno de los contratantes tienen conocimiento sobre las obligaciones y ventajas bajo las cuales se vinculan desde la celebración del contrato, y de esta manera el riesgo es apartado, porque según la disciplina legal el contrato puede ser formal o solemne según su forma, caso se trate o no de negocio que involucre bienes inmuebles.

Todo lo que pueda ser objeto de compraventa también está pasible de ser permutado, independientemente de tratarse de bienes muebles o

⁵⁹ 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. (la traducción de la edición en portugués al castellano es nuestra, itálico en el original).

⁶⁰ 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. (idem).

inmuebles, corpóreo o incorpóreo, perecedero o duradero, es decir, bienes que están dentro del comercio, determinados o determinables⁶¹.

Aunque no exista la necesidad de que para que se configure el contrato de permuta, trueque o canje, que los bienes en cuestión sean de la misma especie o que tengan el mismo valor, siendo posible permutar bienes heterogéneos, como mueble por inmueble. Siendo jurídicamente imposible el cambio entre cosas y servicios⁶².

De plano, la permuta y el trueque no pierden su esencia por el complemento de un pago en dinero por el negocio, como se puede observar en la permuta con cambio a devolución, a menos que el montante en moneda pase a ser el objeto predominante del contrato. Pero si el objeto, está en según plan en relación al dinero, pasará entonces a existir una compraventa y no permuta, lo que altera las consecuencias jurídicas del hecho⁶³.

⁶¹ 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.

⁶² 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.

⁶³ 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*

En el Derecho brasileño, la disciplina jurídica sobre la permuta está materializada en el artículo 533, del Código Civil, por el cual “las disposiciones relativas a la compraventa de permuta se aplican con las siguientes modificaciones: I - a menos que se especifique lo contrario, cada contratista deberá pagar la mitad del costo del instrumento de intercambio II – La permuta de valores desiguales es anulable entre ascendientes y descendientes sin el consentimiento de los otros descendientes y del cónyuge del vendedor”⁶⁴.

Conforme enseña Maria Helena Diniz⁶⁵,

Ante la gran analogía entre estos dos institutos (permuta y canje o trueque), el legislador prescribe que se aplican a la transferencia de las mismas normas con respecto a la compraventa (CC, Art 533). Por lo tanto, los interesados (en la operación de permuta) tienen los mismos deberes que la garantía de la evicción, vicios ocultos, y los defectos, peligros etc.

Todo lo antedicho ocurre, efectivamente, respetándose las adaptaciones supervenientes, pues es menester que en la permuta no existe el elemento precio convenionado entre las partes. Lógicamente, caso sean identificados vicios ocultos en la operación, la única opción de restitución del objeto es bajo la extinción del pacto inicial, no hay alternativas como la rebaja del precio, por ejemplo. La evicción, por otro lado, alcanzará todo el contrato, cabe al demandante, en estos casos, la restitución de la cosa

relaciones obligatorias en 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.

⁶⁴ La traducción es nuestra. Original en lengua portuguesa en: Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos, LEI No 10.406, DE 10 DE JANEIRO DE 2002. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm

⁶⁵ DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*. 6 ed. ver. ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2º Vol., 2006, p. 38.

permutada, indemnización por pérdidas y daños y costes procesales, bien como la restitución de los costes con el contrato⁶⁶.

En relación a la relación entre aplicación de las cláusulas especiales de compraventa sobre la permuta, César Fiúza⁶⁷ afirma que, no obstante se reconozca que las opiniones dividen la doctrina jurídica especializada “solo son aplicadas sobre la permuta las cláusulas que sean compatibles con el hecho, es decir, prácticamente todas”.

En el Derecho interno brasileño, las diferencias entre los regímenes de permuta y de la compraventa están expresadas en los siguientes apartados del artículo 533, del Código Civil, que en su original trae que: “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 expreso consentimento dos outros descendentes e do cônjuge do permutante, é anulável apenas no contexto de coisas com valores desiguais*”⁶⁸.

El análisis de esta desigualdad entre los bienes en la operación de permuta posee la clara intención de proteger los herederos y evitar la

⁶⁶ 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.

⁶⁷ FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009, p. 504. La traducción del original en lengua portuguesa al castellano es nuestra.

⁶⁸ 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. ⁶⁸ FIÚZA, César. *Direito civil: curso completo*. 13. ed. rev. atual. e ampl. 2ª tir. Belo Horizonte: Del Rey, 2009, p. 504.

simulación. De modo que, se presupone una evaluación objetiva de los bienes según los estándares del mercado⁶⁹.

Todavía, se habrá de subrayar que la equivalencia de valores citada ulteriormente se trata de un concepto relativo, pues se habrá de tener en cuenta las calidades abstractas o indirectas del bien para cada contratante, o cómo cada contratante podrá valorarlo o deprecíalo de acuerdo su entendimiento y juicio personal. Por ejemplo, una joya que es fruto de una herencia de un ente querido, tendrá para su propietario un valor sentimental inestimable allá del valor de mercado.

Algunos teóricos sobre la materia, acertadamente subrayan que aún que reinen diferencias entre la compraventa y la permuta, en este último caso con la materialización de la tradición de la entrega del objeto, el contratante podrá requerir la devolución de ello como consecuencia del impago, lo que no es posible en la compraventa.⁷⁰

Después de haber investigado entre la bibliografía jurídica brasileña especializada sobre el contrato de permuta, se puede decir que el tema é tratado de manera desinteresada y muy superficialmente, remitiendo el investigador siempre a la compraventa, la cual, históricamente ha asumido el rol de gran promotor de circulación y generación de riqueza.

De acuerdo con el jurista brasileño Barros Monteiro⁷¹, actualmente sería sorprendente un contraste entre la compraventa, con la “casi desaparición de la compra y el triunfo de la venta”.

Otro gran jurista brasileño, Orlando Gomes⁷², asevera sobre la permuta que “hoy día se la usa raramente, por ser ínfimo su interés del punto de vista práctico. Bajo el aspecto teórico, la permuta carece de gran relieve en vista que los legisladores la han dispensado trato análogo al de la compraventa”.

⁶⁹ 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.

⁷⁰ DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*. 6 ed. ver. ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2º Vol., 2006, p. 112.

⁷¹ MONTEIRO, Washington de Barros. *Curso de direito civil*. São Paulo: Saraiva, 2001, p. 117. La traducción del original en lengua portuguesa al castellano es nuestra.

⁷² GOMES, Orlando Gomes. *Contratos*. 17 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997, p. 268. La traducción del original en lengua portuguesa al castellano es nuestra.

Otros juristas como Araken de Assis, Alves de Andrade y Pessoa Alves⁷³, también disminuyen la importancia de la permuta, como se podrá observar:

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.

Es cierto que el contexto histórico bajo el cual la permuta ha perdido espacio e importancia para la compraventa está desfasada, y viene sufriendo innumerables modificaciones en el transcurso de los siglos XX y XXI. Está surgiendo un nuevo modelo de capitalismo, en el cual la propiedad inmobiliaria, la tierra en sentido amplio como sinónimo de riqueza y poder, pierde la importancia como fuente de riqueza ante los bienes inmateriales y los valores mobiliarios. La nueva sociedad viene se impregnando de un consumismo fugaz en la era de la comunicación en tiempo real, sufriendo un estímulo constante de los medios de comunicación, principalmente de la red mundial de ordenadores, la *Internet*, lo que conlleva a desarrollar una nueva mirada sobre el contrato de permuta, y repensar en valorarlo como instrumento jurídico adecuado para este nuevo tiempo.

La historia de la teoría jurídica de la permuta doctrinal supera el estudio histórico de que se trata de un simple contrato menor. De hecho, durante mucho tiempo la permuta no ha sido considerada como un contrato, sino como un concepto más amplio que abarca todas las transacciones bilaterales. Este concepto fue abandonado por los juristas y fue tomada por los economistas⁷⁴.

Conforme Jacques Ghestin y Bernard Desché⁷⁵,

⁷³ 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.

⁷⁴ GHESTIN, Jacques e DESCHÉ, Bernard. *Traité des contrats: la vente*. Paris : Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1990. p. 33.

⁷⁵ GHESTIN, Jacques e DESCHÉ, Bernard. *Traité des contrats: la vente*. Paris : Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1990. p. 33.

*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*⁷⁶.

Para los economistas, el contratante de la permuta es menos un ser con voluntad que una persona dotada de deseos y necesidades. Cada uno permuta voluntariamente, pero sobre todo para satisfacer sus deseos personales, y los economistas de guardia, ha recuperado esta idea, que estaba abandonada por los juristas, de que la permuta es la búsqueda de satisfacción de una necesidad y-o deseo. Los economistas completan esta idea con la noción de valor, para completar todo el cambio es una transferencia recíproca de valores, no de objetos, el objeto no existe en sí mismo, sino como un valor. (...) Esta amplia definición de la permuta permite a los economistas para reconstituir el derecho contractual. Las distinciones del derecho civil, compraventa, arrendamiento, préstamo, desaparecen para combinar la definición de los valores de intercambio intrínsecos a la idea de permuta⁷⁷.

En situaciones de crisis económica, cuando la rápida depreciación de la moneda de un país pasa por un período de inflación galopante, hay una seguridad indiscutible sobre la permuta, la Francia de Vichy, por ejemplo, es un caso reciente en que la permuta relativamente reciente en que la permuta estaba *pari passu* en relación la compraventa⁷⁸.

Para comprender la permuta como instrumento de solidaridad y del consumo cooperativo y sostenible, es indispensable el estudio asociado de su dimensión en el ámbito de *Internet*.

La *Internet* surgió a finales de los años 1960, desarrollada por los científicos del CERN, la Organización Europea para la Investigación Nuclear, como mecanismo de comunicación interna en este gigante centro de investigaciones, sin embargo, ha sido en el principio de los 90 que esta importante herramienta se ha abierto para el mercado comercial, generando una expansión superior a todos los otros medios de comunicación

⁷⁶ “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).

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

⁷⁸ GHESTIN, Jacques e DESCHÉ, Bernard. *Traité des contrats: la vente*. Paris : Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1990. p. 40.

conocidos hasta entonces, y que atingen los cuatro puntos cardinales del globo.

En los días actuales, esta gran red permite el acceso a cualquier producto sobre el cual se tenga interés en cualquier parte del mundo, lo que facilita sobremanera la actividad del comercio y la simplificación de las relaciones mercantiles, pues a la medida que se disminuye la importancia de los intermediarios en el negocio, las consecuencias sobre el precio final de la mercancía es directamente proporcional⁷⁹.

En Brasil, por ejemplo, de acuerdo con la “*Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2011 (PNAD/2011)*”, divulgada por el “*Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)*”, en 2011, cerca de 77 millones de brasileños con más de 10 años de edad han accedido *Internet* en el referido periodo, es decir, 46,5% de toda la población brasileña en aquel año⁸⁰.

En *Internet*, los sitios web de permuta vienen recibiendo cada vez más visitas y destaque⁸¹, y envuelven cada vez más grandes conglomerados e

⁷⁹ 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.

⁸⁰ Dados obtidos em 25 de agosto de 2013, no endereço eletrônico:
<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acesoainternet2011/default.shtm>.

⁸¹ Direccionados al franco desarrollo del trueque de libros, por ejemplo, merecen la atención los sitios de dominio australianos *Textbookexchange* (www.textbookexchange.com.au) y *Thebookswap* (www.thebookswap.com.au), y los estadounidenses *Paperbackswao* (www.paerbackswap.com), *BookMooch* (www.bookmooch.com) y *BookHopper* (www.bookhopper.com), así como el británico *ReadItSwapt* (www.readitswapit.co.uk/TheLibrary.aspx). En el campo de los juguetes para niños han surgido los sitios web estadounidenses *ToySap* (www.toyswap.com) y *thredUP* (www.thredUP.com), los australianos *Swapitbaby* (www.swapitbaby.com.au), *Mumswap* (www.mumswap.com.au) y *Swapkidsclotters* (www.swapkidsclotters.com.au). En el área del trueque de prendas lideran los sitios web británicos *Swapstyle* (www.swapstyle.com) y *BigWardrobe* (www.bigwarrobe.com), y los australianos *Threadswap* (www.threadswap.com.au), *Swapmystyle* (www.swapmystylke.com.au), *Swapatfrock* (www.swapatfrock.com.au), *ClothingExchange* (www.clothingexchange.com.au) y *99Dresses* (www.99dresses.com). En el campo de medios de comunicación se ha podido identificar los siguientes: *Swap* (www.swap.com), *SwapSimple* (www.swapsimple.com), *Dig 'N' Swap* (www.dignswap.com) y *Swapace* (www.swapace.com), el neozelandés *Swapster* (www.swapster.com.nz) y el australiano *Swap Australia* (www.swapaustralia.com). El trueque de *eBooks* es posible a través de los sitios web estadounidenses *Amazon Kindle Lending* (www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=20549320), *Booklending* (www.booklending.com), *Lendle* (www.lendle.me) y *eBook Fling* (www.ebookfling.com) (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. 190-191).

importante detentores de capital, apenas a título de ejemplo se podrá citar *Craigslist* (www.craigslist.com), *Gumtree* (www.gumtree.com), *eBay* (www.ebay.com), *Freecycle* (www.freecycle.org) y el sitio *Freally* (www.freally.com). Específicamente en el mercado estadounidense, por ejemplo, se destacan además *Kashless* (www.kashless.org) y *AroundAgain* (www.aroundagain.org)⁸².

Para no quedar apenas en el universo dominado por los anglosajones, en Brasil, por ejemplo, el trueque a través la *Internet* puede se dar por ejemplo en los sitios web Xcambo (www.xcambo.com.br), TomaLáDáCá! (www.tomaladaca.com.br), Trocashop (www.trocashop.com), Bom de Troca (www.bomdetroca.com.br), Descola Aí (www.descolaaai.com.br), Troca Tudo (www.aquitrocatudo.com.br). Además en el sitio web Cubocard.blogspot.com es posible hacer el trueque de partituras musicales, y músicas, en relación a libros existe el sitio Trocandolivros.com.br.

Se habrá de subrayar que nada impide que los productos permutados lo sean por otros de diferente mena, no existe ninguna imposibilidad de que el trueque se dé entre objetos diferentes, la idea es permutar lo que ya no cumplen con sus dueños, en sus deseos consumistas.

La diferencia sistemática este tipo de negocio es la siguiente: La gente cede unos productos que ya poseen, buscando por lo tanto, a través del trueque, el ahorro para todas las partes y la satisfacción personal, huyendo de un posible endeudamiento y reduciendo al mínimo el impacto ambiental.

En algunos casos, el mercado se base enteramente en permutas libres (*Freecycle, Kashless, Around Again*); en otros, hay un sistema de puntos que intermedia la transacción (*Barterquest, UISwap*). Productos como de maquillaje, accesorios, libros, etc., pueden ser intercambiados por otros productos semejantes y análogos. (*thredUP, MakeupAlley, Swapstyle, Toyswap, 'N' Dig Swap*), o por productos de valores semejantes (*SwapTree, SwapSimple*). El negocio podrá ser relaizado entre desconocidos o entre personas que ya se conocen (*Share Some Sugar, Neighbor Goods*)⁸³.

En este sentido las redes sociales poseen un papel que no puede ser menospreciado en todo el proceso, porque son ellas que permiten, a cierta

⁸² 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.

⁸³ 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.

medida que los objetos sean fácilmente redistribuidos, incluso por iniciativas no habituales.

La red social *Facebook* es un claro ejemplo de ello. Uno de sus fundadores Chris Hughes, diferentemente de sus otros socios, Mark Zuckerberg y Dustin Moskivitz, ha declarado que nunca se ha interesado en el *software* mismo, sino en descubrir como las personas podrían conectarse y compartir cosas unas con las otras, y en cómo una comunidad en línea podría enriquece la vida de sus usuarios⁸⁴.

Hughes ha dejado *Facebook* en febrero de 2007, justo en el comienzo de su gran expansión con 10 millones de usuarios activos, para liderar la campaña electrónica de Barack Obama a la Presidencia de los EEUU, por compartir con el entonces candidato su creencia en el colectivo⁸⁵.

Por otro lado, no se puede negar que la permuta o trueque, como instrumento de consumo colaborativo levanta algunos problemas que deben ser enfrentados, principalmente en relación a la satisfacción del consumidor y la confianza del mismo, lo que involucra la superación de muchos perjuicios.

Para competir con la compraventa convencional, el consumo colaborativo debe proporcionar suficientes opciones para que el consumidor quede satisfecho con los productos que se le dispone. Un ejemplo que puede ser levantado, es en el caso del trueque de prendas, en el cual si las personas involucradas visten tamaños y poseen gustos diferentes la satisfacción de la transacción puede no llegar a ser éxito⁸⁶. En la tentativa de superar éstos, así como otros inconvenientes, paralelo a las quedadas privadas entre los pequeños grupos de amigas que hacen trueque de prendas, surgen empresas especializadas en el intercambio de prendas, y que están invirtiendo en eventos bien organizados y de alto estándar, que en Brasil ya se ha moteado de “*Escambo Fashion*”. Conforme el número de participantes se incrementa, la probabilidad de insatisfacción disminuye. La empresa *Clothing Exchange*, por ejemplo, alcanza este punto recibiendo prendas para trueque que son destinadas a sectores bien determinados,

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. pp. 43-44.

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. pp. 43-44.

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. 64.

como adolescentes, mujeres embarazadas, y personas mayores de 65 años⁸⁷.

A caballo de ello, como una en la mayoría de las veces las formas de consumo colaborativo se realiza en línea, y exige la confianza de alguien muchas veces desconocido, es necesaria la confianza en el sitio web, y por ello que los sistemas de evaluación de los usuarios es tan importante para este nicho del mercado⁸⁸.

Con la intención de fortalecer la confianza de los usuarios, un equipo de sitio web *thredUP*, como del *eBay*, ha empezado a utilizar tres herramientas de evaluación en hasta cuatro estrellas, como en los casos de las personas usuarias del sistema mismo, la fase pos realización de la operación y la puntualidad de la entrega de la encomienda⁸⁹.

Lo que se puede concluir de los llamados sistemas de reputación es que la clasificación por estrellas de los usuarios de los servicios funciona como una especie de marketing de los productos permutados, que por ende, atraerán más usuarios y convencerán a otros más a confiar y seguir confiando en el sitio web. En contra partida, los usuarios mal evaluados acaban por ser banidos del sistema, y mismo que incurran a volver con nuevos perfiles, acaban por ser descubiertos con el tiempo, en una especie de “autopoliciamiento” corporativo-comunitario de los otros usuarios, y sus ofertas dejarán de ser buscadas⁹⁰.

Este sistema de contratación tácita conllevada por la esencia de la permuta está en perfecta sintonía con los ideales del consumo colaborativo y sostenible. Se habrá de subrayar que la concepción del contrato como instrumento de circulación de riquezas, en el cual se vislumbra el nexo de subordinación y decisión establecidos entre el contrato y la propiedad, aún en el diploma legal burgués, el Código de Napoleón, se trata de una concepción típica de un capitalismo naciente, y que actualmente resta desactualizado del contexto de la actual economía contemporánea⁹¹.

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. 65.

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. 77.

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. 118.

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. 119.

⁹¹ ROPPO, Enzo. *O contrato*. Trad. Ana Coimbra e M. Januário C. Gomes. Coimbra: Almedina, 1988pp. 63-64.

Por supuesto que no es la intención de este estudio proponer la extinción de la compraventa, sin embargo, o que se desea es pulverizar y multiplicar la idea de un rescate de la valorización de una vía alternativa de adquisición de bienes, más compatible con los paradigmas de sustentabilidad económica, social y ambiental.

A tenor de la verdad, independientemente de las especificidades de la permuta o del trueque moderno, un mercado con redistribución estimula la reutilización de objetos obsoletos para unos, pero útiles para otros, desviándoles la suerte de convertirse en desecho prematuramente, allá de reducir significativamente el desperdicio y los recursos necesarios para una nueva producción. Tratase de los cinco “R”: reducir, reciclar, reutilizar, reformar y redistribuir, lo que es considerado una manera sostenible de comercio⁹².

La preservación ambiental, aunque eventualmente no se configure como una consecuencia no intencional del consumo colaborativo, es una consecuencia intrínseca, pues la sostenibilidad y comunidad son partes inherentes e inseparables del sistema, y no una reflexión tardía o un suplemento⁹³.

Desde el punto de vista de la solidaridad y del desarrollo social, se puede visualizar los individuos involucrándose voluntariamente en proyectos colectivos concretos, emanados del seno de la sociedad civil, y no meramente asistencialistas y pasivos, lo que también representa un avance en relación la solidaridad tradicional, típica de grupos primarios, en la medida que la organización no se cierra en un pequeño grupo de beneficiados⁹⁴. La permuta resurge, pues, en la contemporaneidad como un importante instrumento de una nueva conciencia social.

CONCLUSIÓN

El consumo degenerado en consumismo ha transformado el perfil de la sociedad contemporánea de una manera preocupante, lo que demanda un análisis apurado allá del punto de vista individual y psicológico, y sí desde un enfoque social, al considerar la consecuencia deletérea del consumismo

⁹² 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.

⁹³ 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.

⁹⁴ FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de e LAVILLE, Jean-Louis. *A economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004, p. 20.

sobre el ambiente, las relaciones humanas, así como las implicaciones económicas nocivas como el endeudamiento y el impago, por ejemplo.

Si es verdad que el ser humano necesita consumir, no se puede negar el hecho de que este movimiento puede ocurrir de maneras más responsables, según las cuales aun es posible alcanzar la satisfacción personal del consumidor.

En este contexto, se merece destacar las iniciativas de solidaridad del consumo colaborativo, según el cual la permuta y el trueque ha sido fomentada en gran medida por *Internet*. El actual estado del uso de la permuta y del trueque contrarían todas las previsiones de la doctrina clásica jurídica, que considera estas formas de contrato como de segunda categoría o de poca importancia para el Derecho contractual.

El consumo colaborativo, mediante la permuta y el trueque, genera un impacto incontestable y considerable en materia de preservación ambiental, una vez que estimula la reutilización de objetos que han perdido el interés de sus propietarios, evitando de esta manera, su descarte prematuro, allá de reducir significativamente el desperdicio y los recursos necesarios a la línea de producción. Cuanto al desarrollo social, renace una nueva conciencia colectiva a través de la permuta y del trueque, según la cual los consumidores se tornan compañeros solidarios en el acto de consumir y no competidores voraces, de una manera mucho más ciudadana, sin exclusión social y sus nefastos efectos para la sociedad.

Por otro lado, la economía capitalista contemporáneo pasa por un súper endeudamiento, en un sistema en que se gasta el dinero que no se posee para comprar lo que no es necesario, para impresionar a quien no importa; conllevando a altos índices de impago. De esta manera el consumo colaborativo surge como una respuesta para estabilizar la oferta sana del crédito y de esta manera, permitiendo la retomada del crecimiento económico.

Además de ello, el consumo colaborativo materializado en la permuta y el trueque, puede ser concebido como respuesta a las necesidades de reestructuración del tradicional modelo capitalista. Ello ocurre en razón de que el consumo colaborativo se caracteriza por establecer relaciones que garantizan tanto los valores económicos, como los valores sociales y ambientales, mostrándoles compatibles con un desarrollo efectivamente y no virtualmente sustentable.

Lejos de la ineficiencia inquebrantable, el trueque vía *Internet* también enfrenta problemas, en general relacionados a la cuestión de la confianza y

satisfacción del consumidor, para los cuales ya se han desarrollado sistemas de minimización de riesgos con miras a proteger el consumidor.

El trueque y la permuta, además de especies de consumo colaborativo y sostenible, tienden a ser cada vez más valoradas por el mercado capitalista y a convivir en armonía con la compraventa, equilibrio este que seguramente desdibujará el desarrollo de una sociedad más saludable, sana *per se*, verdaderamente libre, justa y solidaria.

BIBLIOGRAFÍA

- 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.