

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS.....	5
PREFÁCIO À 1.^a EDIÇÃO	7
CAPÍTULO I - PRESSUPOSTOS PARA O ENTENDIMENTO DO DIREITO EMPRESARIAL MODERNO.....	13
CAPÍTULO II - AS DIRETRIZES DO DIREITO MERCANTIL BRASILEIRO: ATO, ATIVIDADE E MERCADO. A LÓGICA PRÓPRIA DO DIREITO EMPRESARIAL	31
II.1 Primeiro período: a ênfase do direito comercial sobre o ato de intermediação	32
II.1.1 A doutrina brasileira do primeiro período. Os clássicos	38
II.2 Segundo período: direito comercial e atividade empresarial. Do ato de comércio à atividade de produção	45
II.2.1 Ainda sobre o segundo período: empresa e dirigismo econômico	53
II.2.2 Segue. A disciplina da empresa via Carta del Lavoro.....	55
II.2.3 Segue. A empresa como instituição	58
II.2.4 A neutralização do conceito de empresa	61
II.2.5 Empresa e liberdade econômica. A nova visão europeia.....	63
II.2.6 A complementação do conceito de empresa na doutrina brasileira. A macroempresa	67
II.2.7 Ainda sobre a complementação do conceito de empresa no Brasil. O traçado de sua função social pela jurisprudência	69
II.3 Da empresa ao mercado. Um novo período de evolução do direito comercial	75
II.4 Os grandes cismas do direito privado. A matéria do Direito Empresarial moderno	78
II.5 A lógica própria do Direito Empresarial	83
II.6 A moderna definição de Empresa, Mercado e Direito Empresarial	84

CAPÍTULO III - TRANSFORMAÇÕES GERAIS NO DIREITO COMERCIAL.....	87
III.1 Introdução. O palimpsesto do direito comercial	87
III.2 Superação da elegante discussão sobre a dicotomia entre direito civil e direito comercial pela realidade.....	89
III.3 A derrocada dos privilégios	92
III.4 Imposição de escrituração a terceiros	93
III.5 Jurisdição especial.....	95
III.6 Proteção contra crises econômicas e falências.....	97
III.7 A questão da agricultura.....	98
III.8 Unificação das obrigações	100
III.9 Locações comerciais	101
III.10 A que vem a noção de empresa?.....	102
III.11 Empresa como centro de imputação.....	104
III.12 Empresa como agente econômico e a importância dos contratos	106
III.13 O surgimento do direito do consumidor	109
III.14 A nova dicotomia: direito do consumidor e direito comercial	113
III.15 A redescoberta dos contratos mercantis: um efeito da consolidação do direito do consumidor	115
III.16 Contraponto. As relações empresariais hoje disciplinadas pelo direito mercantil como resultado de sua evolução histórica	119
III.17 Ascensão das sociedades e sua redução a dois tipos	124
III.18 Concentração econômica. Novos arranjos societários	127
III.19 Desverticalização dos grupos empresariais.....	130
III.20 Ascensão dos contratos de colaboração.....	131
III.21 A força motriz da propriedade intelectual.....	133
III.22 O novo papel do Estado e a privatização. As agências reguladoras.....	139
III.23 Organização do sistema sobre leis específicas. O incremento da decodificação do direito comercial	140
III.24 Nova disciplina de velhas externalidades	142
III.25 Repressão ao abuso do poder econômico.....	143
III.26 Repressão ao abuso de dependência econômica	145
III.27 O espraiamento da arbitragem comercial	146
CAPÍTULO IV - OS PERFIS DO MERCADO	149
IV.1 Introdução. O mercado como fenômeno poliédrico	149

IV.2	A dimensão econômica do mercado. Mercado e arena de trocas.....	151
IV.3	A dimensão política do mercado	154
IV.3.1	O mercado liberal. Mercado, concorrência e liberdade.....	157
IV.3.2	Os princípios constitucionais econômicos e sua instrumentalidade para o funcionamento do mercado	161
IV.3.2.1	Livre-iniciativa.....	161
IV.3.2.2	Livre-concorrência.....	163
IV.3.2.3	Liberdade de contratar. Os espaços deixados às vontades.....	165
IV.3.2.4	Direito de propriedade	171
IV.3.2.5	Proteção ao consumidor	172
IV.3.3	Quadro dos princípios constitucionais econômicos como garantias de atuação no mercado	173
IV.3.4	Efeitos autodestrutíveis, falhas de mercado e correção do sistema.....	173
IV.4	A dimensão social do mercado. Instrumentalidade dos princípios econômicos	177
IV.5	A dimensão jurídica do mercado (a ordem jurídica do mercado)	179
IV.5.1	Por que o mercado é uma ordem?	180
IV.5.2	A composição da ordem jurídica do mercado no que tange ao direito comercial: normas exógenas e endógenas. Os usos e costumes	182
BIBLIOGRAFIA.....		189
OBRAS DA AUTORA.....		207