

# SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS.....	5
PREFÁCIO À 1. <sup>a</sup> 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

<b>CAPÍTULO III - TRANSFORMAÇÕES GERAIS NO DIREITO COMERCIAL.....</b>	<b>87</b>
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
<b>CAPÍTULO IV - OS PERFIS DO MERCADO .....</b>	<b>149</b>
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
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>		<b>189</b>
<b>OBRAS DA AUTORA.....</b>		<b>207</b>