

AS RELAÇÕES DE CONSUMO, O CONTEÚDO FINALÍSTICO DA ATIVIDADE EMPRESARIAL E UM NOVO PARADIGMA DE EVOLUÇÃO SOCIAL

Mariana Mendes Cardoso Oikawa*

RESUMO

Em linhas gerais, o liberalismo individualista que caracterizou o Estado Moderno acabou por determinar uma atuação empresarial voltada essencialmente ao lucro. Com o advento do Estado Social, sob a égide do princípio proprietário da funcionalização social, às empresas passa a ser atribuída uma nova racionalidade, agora voltada aos interesses de toda a sociedade e não apenas de seus proprietários. Esta racionalidade acaba por atribuir à atividade empresarial um conteúdo finalístico social, o qual acaba por determinar importantes reflexos nas relações de consumo, dentre os quais, destaca-se, o reconhecimento legal da vulnerabilidade do consumidor dentro do contexto de uma sociedade definida pelo ato de consumir. Emerge, neste contexto, um importante dever aos empresários, o de promoção da conscientização do consumidor e da sustentabilidade das relações de consumo. Em uma sociedade identificada pelo consumo desenfreado, a efetiva observância do citado conteúdo finalístico da atividade empresarial é capaz de instaurar um novo paradigma de evolução social, fundado, essencialmente, na noção de reconhecimento do indivíduo como cidadão.

PALAVRAS-CHAVE

Atividade empresarial; racionalidade empresarial; função social da empresa; relações de consumo; consumo consciente; consumo sustentável; evolução social; intersubjetividade.

ABSTRACT

In general, the individualistic liberalism that characterized the Modern State, has determinate a business activity oriented primarily for profit. With the advent of the welfare state, now under the aegis of the social function idea, the companies shall be required of a new rationality, this time turned to the interests of the whole society and not just their

* Mestranda em Direito Empresarial e Cidadania do Centro Universitário Curitiba (UNICURITIBA) e membro do Grupo de Pesquisas “A Regulação Contemporânea do Direito de Propriedade Empresarial e Estado, Modelo Econômico e Apropriação de Bens na Sociedade Pós-Moderna”.

owners. This content finalistic of the company ultimately determine important influences in consumer's relations, among which stands out the legal recognition of the vulnerability of the consumer within the context of a society defined by the act of consuming. In a society identified by unbridled consumerism, the effective observance of that content finalistic business activity is able to establish a new paradigm of social evolution, based essentially on the recognition of the individual as a citizen.

KEYWORDS

Business activity; business rationality; social function of the companies; consumer's relations; conscious consumption; sustainable consumption; social evolution; intersubjectivity.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo demonstrar que as relações de consumo são diretamente influenciadas pelo conteúdo finalístico da atividade empresarial, o qual tem origem na nova racionalidade que a esta foi imposta com a derrocada do Estado Moderno. Além disso, pretende-se destacar que, no que tange às relações de consumo, a real observância deste conteúdo é capaz de inaugurar um novo paradigma social, delineado pela ideia de intersubjetividade.

A propriedade privada, absoluta e intocável, era um dos pilares do Estado Liberal. O declínio deste e a ascensão do Estado Social acabam por determinar o abandono do individualismo, o que atingiu frontalmente o instituto da propriedade. O fim da cultura liberal individualista faz emergir o princípio da função social da propriedade, dando a esta novas feições, das quais não mais pode ela se afastar.

A mudança da concepção proprietária atinge, por óbvio, a empresa. Uma vez que o exercício da atividade empresarial confunde-se com o exercício do direito de propriedade privada, certo que as mudanças que sobre este incidem, também nela refletem. Assim, a cultura empresarial individualista, voltada apenas para a busca do lucro e do enriquecimento proprietário, não se mostra admissível no novo contexto que se apresenta. Os ideais que hoje norteiam o nosso Estado, os quais, positivados em nossa Constituição Federal, fundam-se na ideia de funcionalização, impõem a mudança do modo de atuação empresária, a qual deve ter por escopo a satisfação dos interesses de toda a sociedade, considerados os proprietários, assim como os não-proprietários.

Inegável é que esta nova racionalidade reflete em todos os ramos de atuação empresarial. Desta conclusão, partem os problemas sobre os quais se debruça o presente estudo: De que forma o atual conteúdo finalístico da atividade empresária atinge as relações de consumo? Em uma sociedade caracterizada pelo consumo, quais os efeitos sociais destas relações celebradas sob a égide de tal conteúdo?

A fim de desenvolver tal problemática, valendo-se do método dedutivo, delinear-se-ão os principais aspectos do princípio da função social e seus reflexos na criação de uma nova racionalidade empresarial, e, após, passar-se-á à análise do seu impacto sobre as relações de consumo neste contexto estabelecidas, para, ao final, correlacioná-las com a possibilidade de estabelecimento de uma nova conformação social.

1. A NOVA RACIONALIDADE EMPRESÁRIA E O ATUAL CONTEÚDO FINALÍSTICO DA ATIVIDADE EMPRESARIAL

O estabelecimento de uma nova racionalidade empresária tem origem na passagem do Estado Liberal para o Estado Social. Por esta razão, mostra-se importante analisar, ainda que brevemente, tal marco histórico, considerados os seus aspectos políticos, sociais e jurídicos.

Em oposição aos arbítrios típicos da Idade Média, o movimento revolucionário burguês, cujo ápice certamente foi a Revolução Francesa iniciada em 1789, buscou por fim às instituições absolutistas feudais. Alicerçado nos ideais teóricos de liberdade, igualdade e fraternidade, foi este movimento capaz de colocá-las abaixo, dando início a uma nova concepção de Estado.

A ideologia da modernidade, sob a rubrica da igualdade dos indivíduos, pregava a sucessão do “homem-súdito” pelo “homem-cidadão”¹. Este, ao contrário daquele, teria a sua igualdade legalmente reconhecida, o que lhe garantiria cidadania e imunidade frente aos arbítrios estatais, estes típicos do feudalismo.

Além disso, o pensamento individualista liberal considerava ser o Estado a maior afronta à liberdade individual, de forma que somente seria esta alcançada se observada fosse a necessária separação entre Estado e sociedade.

Assim, a tão propalada liberdade passa a fundamentar a nova relação entre Estado e indivíduos. Para tanto, consolida-se, em uma evidente oposição ao posicionamento estatal na

¹BONAVIDES, Paulo. **Do estado liberal ao estado social**. 6. ed. rev. e ampl. São Paulo: Malheiros, 1996, p. 30.

Idade Média, a figura de um Estado mínimo, inadmitidas ingerências na esfera privada, aceitando-se apenas o exercício de uma atividade estatal organizadora. Nasce o denominado “Estado jurídico”².

Este Estado jurídico ergue-se, portanto, com base nos princípios individualistas, os quais foram propositadamente por esta generalizados de forma a abranger, inicial e teoricamente, toda a sociedade. Entretanto, após a burguesia assumir o controle político e econômico deste Estado, o alcance principiológico que a colocou no poder deixa de a ela interessar. É em especial a ideia de igualdade material que passa, como adiante será melhor elucidado, a afrontar os reais interesses burgueses.

O quadro socioeconômico que decorre da apropriação ilimitada de bens do capitalismo liberal e da atuação estatal mínima, especialmente no período que sucede a Revolução Industrial, acaba por destacar o aspecto meramente formal da tão propalada igualdade burguesa. No mundo real, a liberdade, assim como a igualdade, apresenta-se apenas formalmente, uma vez que são desconsideradas as desigualdades fáticas existentes. Tal quadro determina, inevitavelmente, um novo contexto de opressão, agora capitaneado pela burguesia dominante.

Em um contexto de igualdade meramente formal, no qual cada vez mais se evidenciavam as desigualdades materiais, a liberdade também existe apenas formalmente, sendo que a materialidade é informada por um contexto de tirania exercida pelos burgueses, proprietários dos bens de produção, em face daqueles que nada ou pouco possuíam.

Esta realidade de desigualdades materiais limitadoras da liberdade individual acaba por conclamar uma nova forma de atuação estatal, agora ativa, fundada no reconhecimento das reais desigualdades e na busca pela justiça social e econômica. Daí o advento do Estado Social³. Sobre esta transição, destaque merecem as palavras de Erolths Cortiano Junior⁴:

Os mecanismos de desenvolvimento da economia capitalista geram condições estruturais e conjunturais de desagregação de um quadro no qual se confinava o Estado a ser mero garantidor da segurança política, social e jurídica das relações de troca regidas pelo direito privado. Esses mecanismos – por exemplo, a acumulação de capital, o controle monopolístico dos mercados, a dificuldade de acesso à riqueza – geram um déficit que opera sobre os planos econômico e social, de tal forma que o Estado se vê compelido a atuar em dois sentidos: em direção ao econômico, por meio de mecanismos de correção de mercado, e em direção ao social, pela recuperação dos excluídos ao sentido social do instituído.

²BONAVIDES, 1996, p. 31.

³BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992, p. 42.

⁴CORTIANO JUNIOR, Erolths. **O discurso jurídico da propriedade e suas rupturas**. Rio de Janeiro: Renovar, 2002, p. 138.

A nova concepção estatal abandona os principais paradigmas individualistas. Reaproximam-se Estado e sociedade, passando esta a exigir daquele uma posição mais ativa na busca da redução das reais desigualdades, proporcionando assim real liberdade aos indivíduos. Assim, em oposição ao Estado Liberal, caracterizado pelas tais constituições de caráter programático e pela economia de mercado, alvo de pouquíssima ingerência estatal, constrói-se o Estado Social, o qual é pelos direitos fundamentais delineado e para a sua concretização voltado⁵.

Este Estado Social de Direito nasce, portanto, objetivando conciliar a economia capitalista e o bem estar social, o que o faz por meio do reconhecimento constitucional dos direitos sociais fundamentais e da regular intervenção estatal na economia e na propriedade privada⁶.

Uma vez que a propriedade privada configura um dos principais pilares do Estado Moderno, o declínio deste certamente impõe, como acima já mencionado, mudanças no instituto em questão.

A concepção liberal de propriedade é construída sob a influência dos ideais jusnaturalistas. Destes decorre o entendimento de que “tanto quanto a vida, a propriedade é um direito natural – direito que decorre da própria natureza humana, o qual se legitima pelo trabalho de cada indivíduo”⁷. Desta feita, no ideário liberal, juntamente com a própria vida e a liberdade, considerava-se a propriedade um direito fundamental e absoluto do indivíduo⁸.

Este caráter absoluto e inviolável do direito de propriedade no Estado Liberal servia, obviamente, aos interesses da burguesia. A apropriação ilimitada de bens mostrava-se imprescindível à manutenção de sua hegemonia no contexto capitalista liberal inaugurado pelos revolucionários.

Ora, uma vez que o direito fundamental, absoluto e inviolável à propriedade privada configurava um dos pilares do Estado na Modernidade, foi frontalmente atingido com a derrocada deste. Assim, na ânsia de promover a igualdade material até então ignorada, o Estado Social assume uma nova posição em relação à propriedade privada, cuja intangibilidade suportava o Estado Liberal.

⁵BONAVIDES, 1996, p. 31.

⁶SILVA, José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. 24. ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2005, p.11.

⁷BESSA, Fabiane Lopes Bueno Netto. **Responsabilidade social das empresas: práticas sociais e regulação jurídica**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006, p. 9.

⁸FRANCISCO, Caramuru Afonso. A propriedade urbana na nova ordem constitucional. In: BITTAR, Carlos Alberto. **A propriedade e os direitos reais na Constituição de 1988**. São Paulo: Saraiva, 1991. p. 19.

Com o advento do Estado Social, o exercício da propriedade passa a sofrer a intervenção de ideias que, progressivamente, constroem a doutrina da função social da propriedade, a qual toma corpo a partir deste momento.

O direito rompe, portanto, com o modelo liberal individualista até então vigente, assumindo novo viés no que se refere ao tratamento do instituto da propriedade privada. A nova concepção de Estado não mais suporta uma percepção de propriedade estritamente privada, passando esta a ser socialmente funcionalizada, de forma que seu uso passa a ser relacionado com o bem-estar de toda a comunidade, e não apenas o do seu proprietário⁹.

Em suma, condiciona-se o direito de propriedade a uma finalidade, finalidade esta, obviamente social. Diante deste princípio, confere-se à propriedade privada a função de consecução do bem-estar coletivo, considerados aqui aspectos sociais, econômicos e ambientais¹⁰.

Já adentrando na análise da atividade empresarial, é possível afirmar que o exercício do direito proprietário conforme a sua função social, esta hoje entendida como essência daquele, legitima a propriedade capitalista no contexto da democracia social, o qual caracteriza o nosso sistema político, nos termos previstos em nossa Constituição Federal.

Intrinsecamente ligada à propriedade privada, a empresa também se caracterizava sob a égide do Estado Moderno, pelos ideais individualistas e liberais da burguesia. E da mesma forma que a propriedade privada, servia a empresa aos interesses burgueses de manutenção do seu poder econômico, político e social.

Conforme tratado, evidenciado o contexto de extrema opressão criado pela burguesia dominante, acabou o Estado por intervir nas bases do sistema por ela estabelecido, o que determinou mudanças não só no âmbito da propriedade privada, mas também, por via de consequência, no da atividade empresarial.

Indiscutível é a importância socioeconômica da atividade empresarial. Esta é, desde a Revolução Industrial, o grande motor da economia e, conseqüentemente, da sociedade. Para promover as mudanças pretendidas e exigidas pelos cidadãos, ao Estado Social mostrou-se necessário dar novos contornos ao exercício da atividade empresária, atribuindo-se a ela, na esteira do direito proprietário, uma função social.

Em um panorama liberal, a empresa, como um reflexo do exercício do direito proprietário privado, voltava-se apenas ao incremento de seus ganhos na busca pelo enriquecimento de seus proprietários. À medida que este panorama se mostra contrário aos

⁹FRANCISCO, 1991, p. 20.

¹⁰CORTIANO JUNIOR, 2002, p. 143.

interesses sociais buscados pelo Estado, passa este a intervir na atividade econômica, na busca da alteração do seu escopo. Esta intervenção determina o abandono da premissa liberal de atividade empresarial voltada apenas para a maximização dos lucros em prol de seus proprietários. São atribuídos, desta feita, papéis sociais à empresa.

Assim, impõe-se à atividade econômica um conteúdo finalístico, comprometido com as questões afeitas à sociedade como um todo considerada, não mais se limitando aos interesses de lucro proprietários. Sobre a questão, nos ensina Francisco Cardozo Oliveira¹¹:

A atividade empresarial, desta forma, deve ter comprometimento finalístico com a resolução de problemas que a alocação de recursos humanos e materiais provoca para a sociedade.

A empresa precisa incorporar a ideia de que a redução das desigualdades sociais é, antes de qualquer coisa, tarefa da administração da atividade empresarial. A empresa deve gerar renda e riqueza para proprietários (acionistas) e não-proprietários. Precisa ter comprometimento efetivo com a redução do desemprego e com a eliminação dos efeitos nocivos para a sociedade, provocados pela alocação de recursos e pelas crises do processo de acumulação de capital.

Deve-se observar que a imposição deste novo conteúdo finalístico à empresa dá-se por meio do princípio da funcionalização social, que esta também atinge. Acerca de tal princípio, cumpre destacar ser ponto de divergência a questão da origem. Em linhas gerais, se aceita que este decorre da funcionalização da propriedade. É inegável, afirma o já citado Francisco Cardozo Oliveira, a íntima relação entre empresa e propriedade privada, constituindo aquela no “principal modo de exercício” desta¹². É em razão desta estreita ligação que se afirma que a funcionalização da propriedade atinge e orienta a atividade empresarial. Sobre este ponto, merece ser enunciada a obra de Eros Roberto Grau¹³:

O princípio da função social da propriedade ganha substancialidade precisamente quando aplicado à propriedade dos bens de produção, ou seja, na disciplina jurídica da propriedade de tais bens, implementada sob o compromisso com a sua destinação. A propriedade sobre a qual os efeitos do princípio são refletidos com maior grau de intensidade é justamente a propriedade, em dinamismo, dos bens de produção. Na verdade, ao nos referirmos à função social dos bens de produção em dinamismo, estamos a aludir à função social da empresa.

Outrossim, justifica-se a incidência sobre a empresa do princípio da função social pela sua importância na sociedade. Desde a Revolução Industrial, ocupa a empresa papel

¹¹OLIVEIRA, Francisco Cardozo. Uma nova racionalidade administrativa empresarial. In: GEVAERD, Jair & TONIN, Marta Marília. **Direito empresarial & cidadania: questões contemporâneas**. Curitiba: Juruá, 2006. p. 120.

¹²Ibidem, p. 124.

¹³GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. 13ª ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros Editores, 2008. p. 238.

central na sociedade, concentrando a prestação de serviços, o fornecimento de bens, a geração de empregos, o recolhimento de valores para o Estado etc. A posição por ela ocupada lhe confere um poder, do qual decorrem direitos e, também, deveres. Dentre tais deveres pode-se alocar a preocupação social.

Em resumo, o princípio da função social da empresa determina que a exploração da atividade empresária seja realizada não apenas de acordo com o interesse de seu titular, na busca desenfreada por resultados econômicos, mas observados os interesses de toda a sociedade. Determina o princípio, reflexamente ao que opera com a propriedade privada, o abandono do individualismo liberal em favor do atendimento das necessidades sociais.

Destaque-se que permanece a função econômica da empresa de produção de riquezas, afinal interessa ao Estado a manutenção da atividade empresária ante a sua já citada importância. Em resumo, verifica-se a necessidade da empresa desempenhar, juntamente com a sua função econômica, uma função social, de forma que a produção de riquezas, principal objetivo empresarial, deve englobar proprietários e não-proprietários, além de observar os interesses que perpassam a questão econômica.

Anote-se aqui que a função social da empresa reflete na sua própria atividade, não exigindo, ao contrário do que muitas vezes se pensa, a prestações de natureza social. A função social orienta a atividade empresária, de forma que seu exercício deva observar a preservação ambiental, o cumprimento da legislação trabalhista, o respeito aos direitos do consumidor, aos direitos dos seus acionistas, à legislação concorrencial etc.

No que se refere à realidade legislativa nacional, a Constituição Federal de 1988 estabelece um marco no que se refere à função social da propriedade. O mesmo faz com a ordem econômica e financeira, dando a esta os contornos típicos do Estado Social de Direito.

O artigo 170 da Carta Magna estabelece que a ordem econômica deve promover a valorização do trabalho humano e da livre iniciativa, de forma a assegurar a dignidade humana e a justiça social. É neste sentido que deve ser entendida a função social da empresa. Sobre a questão, reproduzem-se os ensinamentos de José Afonso da Silva¹⁴:

A iniciativa econômica privada é amplamente condicionada no sistema da constituição econômica brasileira. Se ela se implementa na atuação empresarial, e essa se subordina ao princípio da função social, para realizar ao mesmo tempo o desenvolvimento nacional, assegurada a existência digna de todos, conforme os ditames da justiça social, bem se vê que a liberdade de iniciativa só se legitima quando voltada à efetiva consecução destes fundamentos, fins e valores da ordem econômica.

¹⁴José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. 24. ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2005. p. 794.

Observe-se que a função social da empresa, assim como a da propriedade privada já estudada, assume constitucionalmente posição de princípio fundamental, passando a informar, desta feita, todo o ordenamento. Assim, na busca da dignidade humana e da justiça social, todos os ramos de atuação empresarial são atingidos pelo princípio constitucional da funcionalização.

Uma vez que da atividade empresária emergem, inevitavelmente, relações de consumo, são estas, obviamente, informadas pelo princípio da função social da empresa. O que se pretende desenvolver na sequência é de que forma tal princípio, o qual determina uma nova forma de atuação empresarial, atinge a disciplina das relações de consumo, alterando a maneira como eram estas tratadas até então.

2. A SOCIEDADE DE CONSUMO SOB A PERSPECTIVA DO CONSUMIDOR HIPOSSUFICIENTE

Com o advento da Revolução Industrial, inaugura-se uma nova forma de produção. Fala-se, a partir de então, em produção em massa, a qual necessitava, para garantir os interesses dos industriais burgueses, ávidos pelo lucro, de um consumo igualmente massificado. Assim, visando fomentar a demanda pelos produtos produzidos pela burguesia industrial, passa-se a induzir a mudança de hábitos nos indivíduos, introduzindo-os na era do consumo em larga escala.

O consumo, dada à proporção que assume, para além de se tornar motor da economia, passa a alterar os contornos da própria sociedade. Nas palavras de Jean Baudrillard, “o consumo surge como modo ativo de relação, como modo de atividade sistemática e resposta global, que serve de base a todo o nosso sistema cultural”. Emerge, neste contexto, o que o Autor pioneiramente denominou de “sociedade de consumo”¹⁵.

Sobre esta sociedade de consumo, reveste-se também de suma importância a análise da obra de Zygmunt Baumann. Segue abaixo excerto de seu estudo, o qual evidencia os contornos desta nova conformação social¹⁶:

O que temos em mente é que a nossa é uma “sociedade de consumo” no sentido, similarmente profundo e fundamental, de que a sociedade dos nossos predecessores, a sociedade moderna nas suas camadas fundadoras, na sua fase industrial, era uma

¹⁵ BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981. p. 11.

¹⁶ BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999. p. 87 e 88.

“sociedade de produtores”. Aquela velha sociedade moderna engajava seus membros primordialmente como produtores e soldados; a maneira como moldava seus membros, a “norma” que colocava diante de seus olhos e os instava a observar, era ditada pelo dever de desempenhar esses dois papéis. A norma que aquela sociedade colocava para seus membros era a capacidade e a vontade de desempenhá-los. Mas no seu atual estágio final moderno (Giddens), segundo estágio moderno (Beck), supramoderno (Balandier) ou pós-moderno, a sociedade moderna tem pouca necessidade de mão-de-obra industrial em massa e de exércitos recrutados; em vez disso, precisa engajar seus membros pela condição de consumidores. A maneira como a sociedade atual molda seus membros é ditada primeiro e acima de tudo pelo dever de desempenhar o papel de consumidor. A norma que nossa sociedade coloca para seus membros é a da capacidade e vontade de desempenhar esse papel.

A chamada “sociedade de consumo” considera os indivíduos pura e simplesmente consumidores. Cria-se neles um novo processo de identificação, afastado de toda e qualquer individualidade, segundo o qual o “ser” confunde-se com o “consumir”, vigorando a lógica de que se é o que se compra.

Não é difícil inferir que neste contexto social, em que se confundem identidade e consumo, a ideia de pertencimento está umbilicalmente ligada ato de consumir. Ora, em uma sociedade reconhecida como de consumo, aquele que não pode consumir, dela não faz parte.

Sobre tal questão, importante é a obra de Erich Fromm, cuja análise faz-se obrigatória para o enfrentamento da questão. De acordo com o Autor, na sociedade hodierna o consumo é de tal forma valorizado que “tem-se a impressão de que a própria essência de ser é ter, de que se alguém nada tem, não é”¹⁷.

Conforme explicação anterior, os ideais individualistas pugnavam pelo afastamento do Estado e da sociedade, uma vez que consideravam a intervenção estatal na esfera privada uma das grandes ameaças à liberdade individual. Neste contexto, ao Estado Liberal foi conferida uma esfera mínima de atuação, deixando teoricamente livres sociedade e economia, instaurando-se, como discorrido em momento anterior, o denominado Estado jurídico¹⁸.

Neste contexto de mínima atuação estatal, regiam-se as relações contratuais pela autonomia da vontade, segundo preconizado pela teoria contratual tradicional. Nas palavras de Alinne Arquette Leite Novais, durante este período, “a vontade das partes era a única fonte criadora das obrigações contratuais, sendo que as leis tinham como objetivo resguardar essa vontade autônoma e assegurar a realização de seus efeitos”¹⁹.

¹⁷ FROMM, Erich. **Ter ou ser**. Rio de Janeiro: LTC, 1987. p. 35.

¹⁸BONAVIDES, 1996, p. 30.

¹⁹NOVAIS, Alinne Arquette Leite. **A teoria contratual e o Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: RT, 2001, p. 48.

Como consequência lógica do papel mínimo ocupado pelo Estado na Idade Moderna, caracterizava-se a lógica contratual liberal pelo caráter supletivo da aplicação das leis em benefício da plena aplicação da teoria da autonomia da vontade das partes na relação comercial.

Importante salientar que esta nova sociedade de consumo pós-Revolução Industrial deve ser entendida segundo a lógica liberal, de acordo com a qual a empresa servia apenas aos interesses de seus proprietários, voltando seus esforços apenas ao incremento de seus ganhos na busca pelo enriquecimento de seus proprietários. A premissa liberal de atividade empresarial voltava-se apenas para a maximização dos lucros em prol deles, inobservados quaisquer outros interesses, inclusive os dos consumidores.

A teoria contratual vivia, em decorrência do afastamento do Estado, sob a égide da autonomia da vontade. Contudo, diante deste panorama de consumo massificado informado pela lógica empresarial liberal de atividade empresária voltada unicamente aos interesses proprietários, a vontade dos consumidores torna-se cada vez mais irrelevante.

Com o agigantamento do número de relações comerciais, os termos dos contratos passam a ser impostos pelos fornecedores, sem que a eles possam se opor os consumidores. Passa-se a questionar, desta feita, a existência de uma real autonomia da vontade de todas as partes envolvidas nestas relações consumeristas.

Frente a este panorama, parte da doutrina chega inclusive a afirmar a substituição da teoria da vontade pela teoria da declaração. Sobre este entendimento, segue novo excerto da obra de Alinne Arquette Leite Novais²⁰:

(...) essa importância dada à vontade interna, ao individualismo, que, a princípio, era compatível com o fenômeno do liberalismo, tornou-se incompatível com uma inicial, porém crescente, economia de massa, caracterizada pela impessoalidade e pela estandardização das relações contratuais. (...) Não é, portanto, a vontade que constitui a essência do negócio jurídico, sua força criadora. Não se deve levar em conta a vontade do efeito senão a da declaração. Esta é que se torna indispensável. A vontade interna não chega a ser sequer um elemento componente do negócio jurídico, porque não passa de parte passageira de sua gênese, sendo apenas um causa e não um dos seus elementos constitutivos.

Na verdade, contrariamente ao acima enunciado, entende-se que não há a substituição das teorias acima indicadas. Em verdade, a chamada teoria da declaração nada mais é do que o viés assumido pela teoria da vontade frente à nova sociedade de consumo que a ela se apresentou.

O panorama que se apresenta é o que segue: a produção massificada determinou o estabelecimento de uma sociedade de consumo igualmente massificado; o consumo

²⁰NOVAIS, 2001, p. 49.

massificado, por sua vez, altera a forma de estabelecimento de relações contratuais, as quais passam a desconsiderar cada vez mais a real vontade dos consumidores, impondo a estes seus termos no momento da contratação. Alia-se à desconsideração do aspecto volitivo dos consumidores na relação contratual, um contexto de mínima intervenção estatal e de máxima profusão dos interesses burgueses, mostrando-se consequência natural a colocação do consumidor em uma posição de extrema vulnerabilidade.

Esta lógica de consumo massificado acaba por tomar proporções nunca antes vistas. É conferido ao fornecedor um poder de proporções agigantadas, o que determina o aumento progressivo da situação vulnerável em que o consumidor é colocado. Sobre este aspecto, interessante transcrever o seguinte excerto da já citada obra de Maria Antonieta Zanardo Donato²¹:

O consumidor, destinatário de todo esse processo altamente produtivo, deveria configurar-se como o maior beneficiário dessas transformações econômicas. “É para ele e pensando nele que se produz. É a ele que se vendem produtos e serviços; é a ele que se busca seduzir com a publicidade. É o consumidor, enfim, quem paga a conta da produção e é dele que vem o lucro do produtor”.

Tudo demonstrava que ele, consumidor, torna-se-ia o “rei do sistema”. Entretanto, em face das extraordinárias proporções alcançadas por esse processo produtivo, cada vez mais fortalecido, o consumidor, já imbuído do espírito consumerista que esse mesmo processo produtivo veio a impingir-lhe, tornava-se vulnerável.

Inegável é a posição de vulnerabilidade em que é o consumidor colocado dentro da sociedade de consumo massificado, a qual faz perfeita correspondência com o espírito individualista liberal. E esta vulnerabilidade, dentro de um contexto de busca desenfreada do lucro, leva a um quadro de abusos cometidos em detrimento dos consumidores.

É com a substituição deste espírito liberal individualista por outro, agora vinculado ao Estado Social, que é reconhecida a hipossuficiência do consumidor, o que determina a construção de um sistema normativo para a sua proteção.

Inaugura-se, com o fim da era liberal e o advento do Estado Social, uma nova teoria contratual. É evidente que a ideia de que unicamente por meio da vontade das partes criam-se relações contratuais, estabelecendo-se direitos e obrigações sobre as quais não é permitido ao Estado interferir, não coaduna com a nova realidade.

Esta nova realidade exige que todas as relações pela empresa estabelecidas fundem-se, como visto em momento anterior, na busca da satisfação dos interesses sociais. As

²¹DONATO, Maria Antonieta Zanardo. **Proteção ao consumidor: conceito e extensão**. São Paulo: RT, 1993. p. 17 e 18.

relações contratuais passam, desta feita, a assumir nova feição, preocupadas com os reflexos na sociedade. Neste sentido, afirma Cláudia Lima Marques²²:

A nova concepção de contrato é uma concepção social deste instrumento jurídico, para a qual não só o momento da manifestação da vontade (consenso) importa, mas onde também e principalmente os efeitos do contrato na sociedade serão levados em conta e onde a condição social e econômica das pessoas nele envolvidas ganha em importância.

No campo das relações contratuais, supera-se, portanto, o dogma liberal da autonomia da vontade. Em um novo contexto, segundo o qual deve a atividade econômica ser exercida conforme a sua função social, certo é que devem os contratos celebrados observarem tal princípio. É esta nova concepção contratual que passa a informar as relações estabelecidas entre fornecedores e consumidores.

Ainda no que tange à superação do dogma da autonomia da vontade, adota-se nas relações de consumo o dirigismo contratual público, que é considerado um dos principais avanços na proteção do consumidor. Em outras palavras, como uma consequência imediata da nova concepção de Estado, impõe-se às relações contratuais de consumo a ingerência estatal, justificando-se esta pela necessidade de proteção dos direitos das partes mais débeis de tais relações²³.

Igualmente, a nova concepção estatal acaba por exigir, como reflexo da atividade empresarial finalística, o reconhecimento jurídico da hipossuficiência do consumidor frente ao fornecedor. Tal reconhecimento, na medida em que visa restabelecer o equilíbrio da relação contratual existente e promover a igualdade material entre os contratantes, é também considerado um dos pilares da tutela do consumidor²⁴. Sobre o surgimento da tutela, escreve João Batista de Almeida²⁵:

A tutela não surgiu assim aleatória e espontaneamente. Trata-se, como se vê, de uma reação a um quadro social, reconhecidamente concreto, em que se vislumbrou a posição de inferioridade do consumidor em face do poder econômico do fornecedor; bem como a insuficiência dos esquemas tradicionais do direito substancial e processual, que já não mais tutelavam novos interesses identificados como coletivos e difusos. A seu turno, o Estado abandonou sua posição individualista liberal para assumir um papel social mais intenso, intervindo na economia para garantir os direitos e interesses dos consumidores. A tutela surge e se justifica, enfim, pela busca do equilíbrio entre as partes envolvidas.

²²MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: RT, 1999. p. 101.

²³Ibidem, p. 91.

²⁴NOVAIS, 2001, p. 88.

²⁵ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 21 e 22.

Reconhecida a necessidade de tutela do consumidor, fala-se no estabelecimento de um sistema normativo. O problema, por óbvio, não é nacional, atingindo, especialmente, os países ocidentais. Assim, o estabelecimento de um sistema normativo para a tutela do consumidor é, há muito, tema de discussões em âmbito supranacional. Segundo João Batista de Almeida, desde 1969 a Organização das Nações Unidas, a ONU, se ocupa da questão. Entretanto, destaca, tal preocupação não deve ser considerada uma iniciativa pioneira e isolada, parte ela do problema que anos antes já era enfrentado pelos seus membros²⁶.

No que tange à realidade brasileira, pode-se afirmar que, como tema específico, a defesa do consumidor é relativamente nova. Em que pese terem sido travadas, no âmbito do Congresso Nacional, discussões sobre a questão desde 1971, somente em 1993 foi promulgado o primeiro instrumento normativo sobre a questão (o Decreto nº 22.626 de 07 de abril de 1993, editado com objetivo de reprimir a usura)²⁷.

A grande revolução legislativa no que tange à tutela do consumidor deu-se com a inserção da proteção do consumidor na Constituição Federal de 1988 entre as garantias individuais dos cidadãos (art. 5º) e como princípio regeedor da ordem econômica e financeira (art. 170). Seguindo este mesmo viés, em 1990 promulga-se no Brasil o Código de Defesa do Consumidor, o qual, ainda em vigor, tem por fim consolidar estes novos paradigmas que passaram a informar as relações consumeristas, afirmando-se, assim, o atual papel regulador do Estado.

3. AS RELAÇÕES DE CONSUMO, A PERSPECTIVA FINALÍSTICA DA ATIVIDADE EMPRESARIAL E A INAUGURAÇÃO DE UM NOVO PARADIGMA SOCIAL

Verifica-se que o advento do Estado Social de Direito reflete diametralmente no tratamento legislativo das relações de consumo estabelecidas. No caso brasileiro, tal reflexo acaba por determinar, conforme enunciado no tópico a este antecedente, o reconhecimento constitucional da necessidade de proteção do consumidor como um direito fundamental, bem como a promulgação de uma lei específica sobre a questão, a qual é até hoje considerada marco legislativo mundial no tratamento de tal questão.

²⁶ALMEIDA, 2002, p. 4 e 5.

²⁷Ibidem, p. 10.

Dentro desta estrutura normativa reconhece-se a hipossuficiência do consumidor perante o fornecedor e a conseqüente necessidade de intervenção do Estado nas relações entre eles travadas. São o reconhecimento do consumidor hipossuficiente e o dirigismo contratual público os pilares da tutela jurídica do consumidor, os quais evidenciam os novos paradigmas adotados pelo Estado na Pós-Modernidade.

De acordo com fundamentação anteriormente tecida, decorre do advento do Estado Social uma nova racionalidade empresarial. Esta racionalidade que se apresenta dá à empresa um conteúdo finalístico, efetivando-se por meio da incidência do princípio da função social da propriedade.

Em um panorama liberal, a empresa, como um reflexo do exercício do direito proprietário privado, voltava-se apenas ao incremento de seus ganhos na busca pelo enriquecimento de seus proprietários. Superado tal panorama, adotada uma nova concepção de Estado, passa este a intervir na atividade econômica, na busca da alteração do seu escopo. Esta intervenção determina o abandono da premissa liberal de atividade empresarial voltada apenas para a maximização dos lucros em prol de seus proprietários, atribuindo-se, desta feita, papéis sociais à empresa.

À atividade econômica é imposto um conteúdo finalístico, comprometido com as questões afeitas à sociedade como um todo considerada, não mais se limitando aos interesses de lucro proprietários. Esta nova racionalidade empresarial, exige que, quando da realização de suas atividades, sejam observados os interesses dos proprietários e dos não proprietários, os quais abarcam os interesses a toda sociedade difuso, o que certamente inclui a questão das relações de consumo. Sobre este tema, retoma-se a lição de Francisco Cardozo Oliveira²⁸:

O conteúdo finalístico da atividade empresarial somente pode ser delimitado mediante a consideração de elementos concretos da situação de atividade empresarial e de exercício de direito de empresa. De qualquer modo, é possível afirmar que a atividade empresarial, no quadro de princípios reitores da Constituição Federal de 1988, não pode deixar de pautar-se pelo respeito à dignidade da pessoa humana e pela busca da justiça social.

O caráter finalístico da atividade empresarial, tomado na perspectiva do exercício dos poderes proprietários, ganha contornos nítidos no quadro pautado pela concretização da justiça social e de vida digna em sociedade.

Os parâmetros de justiça social e de vida digna devem ser tomados a partir do arcabouço de princípios e regras da Constituição de 1988, que procura conciliar, em linha de complementaridade, a garantia dos direitos fundamentais de cidadania e a tutela do modelo de economia de mercado.

No plano de conciliação de interesses e de complementaridade de direitos e deveres, é possível conceber o princípio de direito à vida digna como aquela situação teórico

²⁸OLIVEIRA, Francisco Cardozo. Uma nova racionalidade administrativa empresarial. In: GEVAERD, Jair & TONIN, Marta Marília. **Direito empresarial & cidadania: questões contemporâneas**. Curitiba: Juruá, 2006. p.124.

prática em que, na atividade administrativa empresarial, resultam preservados os interesses de trabalhadores, consumidores e, de maneira mais ampla, os interesses difusos das pessoas em sociedade.

A fim de melhor explicar o alcance desta nova racionalidade empresarial, vale utilizar o termo *stakeholder*. Típico da administração de empresas, entende-se serem *stakeholders* de uma empresa todos aqueles que são por sua atividade empresarial influenciados, sejam eles indivíduos, grupos, instituições, meio ambiente etc. A nova racionalidade empresária exige que, quando do exercício de sua atividade, o empresário atue não apenas no seu interesse, mas também dos seus *stakeholders*, incluídos aqui, claro, os consumidores²⁹.

Especificamente com referência às relações de consumo, diferentemente do que ocorria sob a égide do Estado Liberal, no qual aos indivíduos era imposta a vontade dos fornecedores, sem que lhes fosse permitida qualquer interferência na relação estabelecida, deve o empresário buscar, com base na nova racionalidade empresarial, o estabelecimento de relações que observem os interesses de todos os nela envolvidos.

Ainda vive-se na sociedade de consumo massificado. Em que pese, conforme demonstrado anteriormente, terem as relações contratuais adquirido feições diversas daquelas assumidas no período imediatamente após Revolução Industrial, ainda são elas estabelecidas massificadamente. Estas relações massificadas acabam, como já visto, determinando um sem número de contratações sobre as quais não cabe qualquer ingerência do consumidor. São os contratos postos conforme, teoricamente, a legislação aplicável, cabendo aos consumidores apenas aceitá-los ou não.

Igualmente, uma vez que, pode-se afirmar, inexistente a possibilidade de discussão das cláusulas previstas nos contratos que envolvem as relações de consumo, devem as empresas, informadas pela sua nova racionalidade, conscientizar o consumidor acerca da contratação, expondo, com a devida transparência, todos os seus termos.

Neste contexto, o grande reflexo decorrente da nova racionalidade da atividade empresária, informada pelo reconhecimento de sua função social, deve ser no sentido de informar o consumidor acerca do que lhe está sendo oferecido, tornando o ato de consumo um ato consciente.

Deve-se, em suma, proporcionar ao consumidor a real possibilidade de opção de consumir ou não consumir, incentivando-se um esforço de reflexão acerca das suas reais necessidades. O ato de consumir deve ser repensado, cabendo ao próprio fornecedor,

²⁹PEREIRA, 2010, p. 82.

possuidor de uma racionalidade que perpassa o seu ávido interesse por lucro, proporcionar e estimular tal comportamento.

Depois disto, feita a opção consciente pelo consumo, deve ser ao consumidor possibilitado, por meio da mais ampla e correta informação, escolher o produto ou o serviço de acordo com os reflexos destes não só em sua esfera pessoal, mas considerados também seus reflexos sociais, econômicos e ambientais.

O consumidor, dentro desta nova ótica, não mais pode ser visto pelo fornecedor como um simples meio de satisfação dos interesses empresários de lucro. Ele deve ser visto como o cidadão que é, com as garantias que lhe são conferidas e com as necessidades que lhe são inerentes. A ele não devem ser apresentadas, a todo minuto, novas necessidades com o único fito de estimular o consumo desenfreado.

Fala-se, neste sentido, da promoção ao direito à educação para consumo. É fundamental, no novo quadro social que se apresenta, que seja o consumidor educado para os atos de consumos, seja formal ou informalmente³⁰. A obrigação de dotar o consumidor de conhecimento acerca da fruição de bens e de serviços pelo consumo determinada não recai somente sobre o próprio consumidor e sobre o Estado, mas também sobre a figura do empresário.

Verifica-se que o conteúdo finalístico da empresa, se levado a efeito, pode determinar um movimento de consumo cidadão, de consumo consciente. E este movimento de conscientização pode ser capaz de colorir as relações consumeristas de sustentabilidade, esta considerada nos mais diversos aspectos (econômicos, sociais, ambientais etc.). Abre-se, aqui, a possibilidade de instauração de um novo paradigma de evolução social.

O reconhecimento do indivíduo como cidadão, desvinculada a sua subjetividade do ato de consumo, pode ser um dos pilares de um processo evolutivo da sociedade. À medida que se volte o exercício da atividade empresária para a conscientização do indivíduo, em um movimento de ampla conscientização acerca do consumo, produz-se uma sociedade sustentável em todos os seus aspectos, em um movimento evolutivo e inclusivo.

CONCLUSÃO

Conforme inicialmente enunciado, o objetivo do presente trabalho monográfico é demonstrar que as relações de consumo são diretamente influenciadas pela nova racionalidade

³⁰ ALMEIDA, 2002, p. 49.

que foi imposta à atividade empresarial com o advento do Estado Social de Direito, bem como que os reflexos decorrentes desta influência são capazes de alterar a atual conformação social, fundada essencialmente no consumo.

Nos termos analisados, a ideia de lucro pelo lucro, a qual durante muito tempo informou a atividade empresária, não mais tem lugar no Estado em que se vive. Não é mais possível conceber um modelo de empresa individualista, cuja atividade esteja exclusivamente voltada ao enriquecimento proprietário.

Hoje, por meio da funcionalização social, exige-se que a empresa atinja outros fins além dos econômicos, de forma a beneficiar com a sua atividade toda a coletividade, e não a ela apenas. A função social orienta a atividade empresária, de forma que seu exercício deva observar a preservação ambiental, o cumprimento da legislação trabalhista, o respeito aos direitos do consumidor, aos direitos dos seus acionistas e à legislação concorrencial etc.

Observe-se que permanece a função econômica da empresa, a função de produção de riquezas, afinal interessa ao Estado a manutenção da atividade empresária ante a sua inegável importância. Contudo, este processo de produção de riquezas deve beneficiar a todos, proprietários e não-proprietários, em busca pela redução das desigualdades e pela dignidade humana.

A Constituição Federal, abarcando as mudanças informadas pelo advento do Estado Social, determina expressamente a necessidade de promoção da dignidade humana e da justiça social pela atividade empresária. Diante deste contexto, certo é que tais objetivos não podem ser pelas empresas atingidos caso ajam estas em flagrante desrespeito os seus consumidores. Insere-se, assim, nesta nova racionalidade empresarial a questão consumerista.

Desta feita, passa a relação de consumo a ser observada com outros olhos pelo Estado. Reconhece-se em favor do consumidor o desequilíbrio da relação, determinando-se a ingerência estatal no sentido de equilibrá-la. O reconhecimento da hipossuficiência do consumidor e o dirigismo contratual público são os grandes reflexos legislativos da nova racionalidade empresarial nas relações consumeristas.

Deve-se observar que os reflexos acima indicados fazem referência ao tratamento do Estado às relações de consumo. Contudo, a funcionalização social da empresa a obriga a ter comportamentos positivos no sentido de promover o bem-estar social, independentemente da atuação estatal direta.

Em um contexto de massificação do consumo, o qual acaba por determinar a celebração de contratos sem a possibilidade de discussão do seu teor no momento de sua

perfectibilização, entende-se que a nova racionalidade da empresa impõe a esta o dever de promover o consumo consciente.

O consumidor não pode mais ser visto como um elemento carente de vontade e senso crítico no jogo do consumo massificado. Deve este ser encarado como um cidadão, cujo consumo serve à satisfação das suas reais necessidades. Neste sentido, visando desconstituir a lógica liberal, deve a atividade empresarial promover a conscientização daquele.

Observe-se aqui que, contrariando a lógica que ainda informa muitas empresas, não é só do Estado e do consumidor o dever de promover uma política de consumo racional. Também devem, por força das disposições constitucionais, ser a atividade empresarial desenvolvida com tal objetivo.

Por fim, faz-se de suma importância destacar que o consumo consciente deve ser encarado pelas empresas como um dever seu para toda a sociedade e também para o próprio sistema econômico. Recentemente vivenciou o mundo uma grave crise fundada no consumo desenfreado, cuja raiz era a falta de consciência da população agregada aos interesses meramente comerciais dos fornecedores.

É neste contexto que se afirma a possibilidade de inauguração de um novo paradigma social. As relações de consumo, se efetivamente informadas pelo conteúdo finalístico que se espera terem as empresas, podem alterar as bases nas quais se funda a sociedade hodierna. Certamente, por meio da conscientização para o consumo é possível destacar indivíduo e consumidor, dando destaque ao cidadão. Outrossim, por meio da conscientização cria-se um movimento amplo de sustentabilidade, considerados aqui os aspectos econômicos, sociais, ambientais etc.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2002.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BENJAMIN, Antônio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Claudia Lima. **Manual de Direito do Consumidor**. 3 ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

_____ ; MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

BESSA, Fabiane Lopes Bueno Netto. **Responsabilidade social das empresas: práticas sociais e regulação jurídica**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BONAVIDES, Paulo. **Do estado liberal ao estado social**. 6. ed. rev. e ampl. São Paulo: Malheiros, 1996.

CHESNAIS, François. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

CORTIANO JUNIOR, Erolths. **O discurso jurídico da propriedade e suas rupturas**. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.

DONATO, Maria Antonieta Zanardo. **Proteção ao consumidor: conceito e extensão**. São Paulo: RT, 1993.

EFING, Antônio Carlos. **Fundamentos do Direito das Relações de Consumo**. Curitiba: Juruá, 2003.

FACHIN, Luiz Edson. **A função social da posse e a propriedade contemporânea**. Porto Alegre, 2003.

FRANCISCO, Caramuru Afonso. A propriedade urbana na nova ordem constitucional. In: BITTAR, Carlos Alberto. **A propriedade e os direitos reais na Constituição de 1988**. São Paulo: Saraiva, 1991.

FROMM, Erich. **Ter ou ser**. Rio de Janeiro: LTC, 1987.

GOMES, Daniela Vasconcellos. Função social do contrato e da empresa: aspectos jurídicos da responsabilidade social empresarial nas relações de consumo. In: **Desenvolvimento em questão**, jan./ jun., ano/ vol. 4, n. 7, p. 127 a 152.

GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. 13ª ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros Editores, 2008.

LEITE, Eduardo de Oliveira. **A Monografia Jurídica**. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2003.

LISBOA, Roberto Senise. A livre iniciativa e os direitos do consumidor. In: SIMÃO FILHO, Adalberto e DE LUCCA, Newton (org.). **Direito empresarial contemporâneo**. 2. ed. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2004. p. 143 a 192.

OLIVEIRA, Francisco Cardozo. Direito à cidade: moradia, atividade empresarial e sustentabilidade. In: **Revista Jurídica Curitiba**, n. 23.

_____. **Hermenêutica e tutela da posse e da propriedade**. Rio de Janeiro: Forense, 2006.

_____. Uma nova racionalidade administrativa empresarial. In: GEVAERD, Jair & TONIN, Marta Marília. **Direito empresarial & cidadania: questões contemporâneas**. Curitiba: Juruá, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: RT, 1999.

_____. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de créditos e securitários e o código de defesa do consumidor: informação, cooperação e renegociação. In: **Revista de Direito do Consumidor**, jul./ set. 2002, v. 11, n. 43. p. 215 a 257.

NALIN, Paulo. **Princípios de Direito Contratual**. Curitiba: Juruá, 2004.

NOVAIS, Alinne Arquette Leite. **A teoria contratual e o Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: RT, 2001.

REQUIÃO, Rubens. A função social da empresa no estado de direito. In: **Anais da Conferência Nacional da Ordem dos Advogados do Brasil**. Curitiba, 1978.

SILVA, José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. 24. ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2005.

_____. **Aplicabilidade das normas constitucionais**. 3. ed. São Paulo: Malheiros, 1999.