

ORGANIZADORES

Gustavo Tepedino
Luiz Edson Fachin



PENSAMENTO CRÍTICO DO DIREITO CIVIL BRASILEIRO

COLABORADORES

Ana Amélia Ribeiro Sales
Ana Carla Harmatiuk Mattos
Ana Carolina Brochado Teixeira
Anderson Schreiber
Carlos Eduardo Pianovski Ruzyk
Cláudia Elisabeth Pozzi
Daniele Pontes
Danilo Doneda
Eroulths Cortiano Junior
Felipe Bley Folly
Fernanda Paes Leme Peyneau Rito
Gabriel Schulman
Giovanna Bonilha Milano
Glenda Gonçalves Gondim
Juliano Marcondes Paganini
Jussara Meirelles
Katya Isaguirre
Marcos Alves da Silva

Maria Cândida do Amaral Kroetz
Marilia Pedroso Xavier
Mario Viola
Micheli Mayumi Iwasaki
Norberto Nuno Gomes de Andrade
Pablo Malheiros da Cunha Frota
Pablo Rentería
Paula Moura Francesconi de Lemos Pereira
Paulo Nalin
Pedro Henrique Gallotti Kenicke
Rafael da Silva Rocha
Rafael Esteves
Ricardo H. Weber
Ricardo Lucas Calderon
Rosalice Fidalgo Pinheiro
Rose Melo Vencelau Meireles
Sergio Manuel Fialho Lourinho
Silvana Carbonera
Thaís Braga Bertassoni

WURUA
EDITORA

CONSELHO EDITORIAL:

Adel El Tasse
Alessandra Galli
Ana Paula Gualarte Liberato
Antonio Carlos Efig
Carlyle Popp
Claudia Maria Barbosa
Eduardo Biacchi Gomes
Elizabeth Accioly
Francisco Carlos Duarte
Helena de Toledo Coelho Gonçalves
Ivo Dantas
James Marins
Jane Lúcia Wilhelm Berwanger
João Bosco Lee
José Antonio Savaris

José Augusto Delgado
José Renato Gaziero Cella
José Renato Martins
Luís Alexandre Carta Winter
Luiz Antonio Câmara
Marcos Wachowicz
Melissa Folmann
Néfi Cordeiro
Paulo Gomes Pimentel Júnior
Paulo Nalin
Rainer Czajkowski
Roberto Catalano Botelho Ferraz
Roland Hasson
Silma Mendes Berti
Vladimir Passos de Freitas

- Obra realizada no âmbito de Projeto de Cooperação Interinstitucional do Programa Nacional de Cooperação Acadêmica – PROCAD – mantido pela CAPES, desenvolvido nos Programas de Pós-graduação das Faculdades de Direito da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

ISBN: 978-85-362-3376-5



Brasil – Av. Munhoz da Rocha, 143 – Juvevê – Fone: (41) 3352-3900
Fax: (41) 3252-1311 – CEP: 80.030-475 – Curitiba – Paraná – Brasil

Europa – Escritório: Av. da República, 47 – 9º Dtº – 1050-188 – Lisboa – Portugal
Loja: Rua General Torres, 1.220 – Loja 15 – Centro Comercial D'Ouro –
4400-096 – Vila Nova de Gaia/Porto – Portugal

Editor: José Ernani de Carvalho Pacheco

Tepedino, Gustavo (org.).

T314 Pensamento crítico do direito civil brasileiro./ Gustavo
Tepedino, Luiz Edson Fachin (orgs.)./ Curitiba: Juruá, 2011.
404p.

1. Direito civil. 2. Pensamento crítico. I. Fachin, Luiz
Edson (org.). II. Título.

0049

CDD 347(22.ed)

CDU 357

Visite nossos sites na internet: www.juruia.com.br e www.editorialjuruia.com
e-mail: editora@juruia.com.br

Gustavo Tepedino
Luiz Edson Fachin
Organizadores

PENSAMENTO CRÍTICO DO DIREITO CIVIL BRASILEIRO

Colaboradores

Ana Amélia Ribeiro Sales	Marilia Pedroso Xavier
Ana Carla Harmatiuk Mattos	Mario Viola
Ana Carolina Brochado Teixeira	Micheli Mayumi Iwasaki
Anderson Schreiber	Norberto Nuno Gomes de Andrade
Carlos Eduardo Pianovski Ruzyk	Pablo Malheiros da Cunha Frota
Cláudia Elisabeth Pozzi	Pablo Rentería
Daniele Pontes	Paula Moura Francesconi de Lemos Pereira
Danilo Doneda	Paulo Nalin
Eroulths Cortiano Junior	Pedro Henrique Gallotti Kenicke
Felipe Bley Folly	Rafael da Silva Rocha
Fernanda Paes Leme Peyneau Rito	Rafael Esteves
Gabriel Schulman	Ricardo H. Weber
Giovanna Bonilha Milano	Ricardo Lucas Calderon
Glenda Gonçalves Gondim	Rosalice Fidalgo Pinheiro
Juliano Marcondes Paganini	Rose Melo Vencelau Meireles
Jussara Meirelles	Sergio Manuel Fialho Lourinho
Katya Isaguirre	Silvana Carbonera
Marcos Alves da Silva	Thaís Braga Bertassoni
Maria Cândida do Amaral Kroetz	

Curitiba
Juruá Editora
2011

A METAMORFOSE DO SUJEITO NA CONTEMPORANEIDADE: DE PROPRIETÁRIO A CONSUMIDOR – UMA LEITURA A PARTIR DA OBRA DE PIETRO BARCELLONA

Gabriel Schulman¹
Ricardo H. Weber²

Sumário: 1 Introdução – Contexto das reflexões; 2 Perfil do sujeito de direito na modernidade e sua transformação; 3 A sociedade de consumo e seus paradoxos; 3.1 Necessidades supérfluas e o marketing dos desejos; 3.2 A sedução do consumidor e a obsolescência dos produtos; 4 O crédito como combustível do mercado; 4.1 Crise do sujeito e o crédito abundante; 4.2 Esvaziamento da autonomia e da liberdade: estabilidade na passagem do individualismo proprietário ao individualismo consumidor; 5 Finalização (atribuição de finalidades aos institutos jurídicos); 6 Referências.

RESUMO

O texto desenvolve reflexão, a partir do pensamento de Pietro Barcellona, acerca da metamorfose do sujeito na sociedade de consumo. Exami-

¹ Mestre em Direito das Relações Sociais na UFPR. Membro do Núcleo de Estudos de Direito Civil do Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal do Paraná (UFPR) – Projeto “Virada de Copérnico”. Professor da Universidade Positivo e UniBrasil. Professor em cursos de especialização e extensão da Escola Superior da Advocacia (OAB/PR), UniCuritiba e ABDConst (Academia Brasileira de Direito Constitucional). Coordenador do Núcleo de Estudos “*Dignidade Humana e Direito Patrimonial: Pessoa, Saúde, Consumo, Contratualidade e Danos do Grupo de Pesquisa Liberdades Públicas e Direitos Econômicos*” da Universidade Positivo. Advogado.

² Mestre em Direito das Relações Sociais na UFPR. Membro do Núcleo de Estudos de Direito Civil do Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal do Paraná (UFPR) – Projeto “Virada de Copérnico”. Advogado.

na-se tal transformação, sintetizada na passagem do indivíduo proprietário da Modernidade a pessoa na condição de consumidor, sublinhando-se a profunda alteração do papel do agente central da organização do sistema. Para tanto, explora-se a sociedade de consumo e suas características (culto ao consumo, fetiche do produto, obsolescência programada, marketing de sedução, hipervelocidade, criação de necessidades). Contextualizada a sociedade de consumo, são analisadas as transformações na estrutura e na função da figura do sujeito de direito, enfocando-se o distanciamento do papel de titular da propriedade ao assumir a condição de mero destinatário dos produtos postos a circulação. Empreende-se, portanto, uma análise crítica da realidade e dos institutos jurídicos, de maneira a repensar a dialética do ter e do ser, de forma a assegurar a proteção da pessoa concreta e sua dignidade.

PALAVRAS-CHAVE

Sociedade de Consumo. Sujeito. Proprietário. Transformação. Contemporaneidade. Consumidor. Pietro Barcellona.

1 INTRODUÇÃO – CONTEXTO DAS REFLEXÕES

A revista *Veja* relata que centenas de pessoas fizeram fila em frente a uma loja no Shopping Eldorado, em São Paulo, para comprar determinado telefone celular (o *iPhone 4*). Apesar de o lançamento iniciar à meia-noite, alguns entusiastas chegaram 5 horas antes³. A *Folha de São Paulo* noticia o caso de um funcionário público que possui oito celulares, com dívidas que chegam a dez vezes o valor de seu salário e narra o prazer da secretária que se “*sentia a dona do mundo quando saía para comprar*”⁴.

Dados mais precisos corroboram o cenário. De acordo com o Banco Central, a quantidade de cartões de crédito no Brasil aumentou de “53,5 milhões (média de 1 cartão para cada 3,4 habitantes), em 2004, para 137,8 milhões em 2008 (média de 1 cartão para cada 1,4 habitante), com variação da ordem de 157,6%”⁵. Segundo a Fundação Getúlio Vargas, pesquisa realizada sobre o uso de cartões de crédito sugere ser “*possível que os jovens com*

³ (Veja Digital. *Revista Veja*. São Paulo: Abril, 17.09.2010).

⁴ GENESTRI, Guilherme. A doença da dívida. *Folha de S. Paulo*. São Paulo: Folha da Manhã, 23.12. 2010, Caderno Cotidiano, Coluna Saúde, C6.

⁵ BRASIL. Banco Central. *Instrumentos de pagamento*. Disponível em: <www.bcb.gov.br/?SPBEST2005>.

o perfil de comprador compulsivo comprem sem levar em conta a utilidade das aquisições ou seus limites de orçamento”⁶.

A massificação, a sedução pelo produto, a busca incessante pelo novo, a satisfação no ato de comprar⁷, a obsessão pela marca, a ampla oferta de crédito, o culto ao supérfluo, “*a velocidade atordoante da circulação*”⁸; o *design*, a obsolescência, o *marketing*, a criação de ‘necessidades’, os *gadgets*, o vício pela novidade, tais elementos, assim como as situações acima descritas, são ilustrativos de um novo arranjo econômico e social, ao qual se costuma chamar de *sociedade de consumo*.

Dos exemplos extremos, às mudanças facilmente perceptíveis, a emergência desse novo modelo se faz acompanhar de importantes repercussões na esfera jurídica, não apenas por conta da conhecida relação entre *direito e mercado*, mas também em face do modo como se estrutura o sistema jurídico.

Nesse contexto, redesenha-se a dialética entre *ser e ter*, o que corresponde à atribuição de nova significação à noção de *sujeito de direito*. Encontra-se distanciado de seu papel de titular da propriedade, para assumir a condição de destinatário dos produtos postos em circulação⁹. À luz dessas ideias, tomando-se por base o pensamento de Pietro Barcellona¹⁰, procura-se refletir acerca da metamorfose do *sujeito*, sintetizada na passagem do indivíduo proprietário da modernidade ao *sujeito consumidor*.

Para tanto, organizou-se o presente texto em três momentos. Em primeiro, versa-se sobre os traços do *sujeito de direito* moderno. Em seguida, esboçam-se elementos que identificam a sociedade de consumo para, ao final, examinar a metamorfose do sujeito e suas perspectivas.

Toma-se como premissa que o estudo da propriedade envolve “*especular de irradiações que vão muito além do jurídico*”¹¹. A partir de tal pressuposto, fácil concluir que a finalidade do estudo não é dogmática. Ao contrário, ao debruçar-se sobre um conceito tradicional da ciência jurídica e sua mutação, pretende-se enxergar suas raízes¹² e o contexto em que se inse-

⁶ VELUDO-DE-OLIVEIRA, Tânia Modest; IKEDA Ana Akemi; SANTOS, Rubens da Costa. Compra compulsiva e cartão de crédito entre universitários. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo: FGV, v. 44, n. 3, p. 89-99, 2004. p. 97.

⁷ FABER, Ronald; O’GUINN, Thomas C.; KRYCH, Raymond, Compulsive Consumption. *Advances in Consumer Research*, 1987. v. 14, p. 132-135.

⁸ BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. p. 21.

⁹ BARCELLONA, Pietro. *Diritto privato e società moderna*. Itália: Jovene, 1996. p. 224.

¹⁰ Especialmente as obras *El Individualismo Propietario* e *Diritto privato e società moderna*.

¹¹ GROSSI, Paolo. *História da Propriedade e outros ensaios*. Tradução de Ricardo Marcelo Fonseca e Luiz Ernani Fritoli. Rio de Janeiro: Renovar, 2006. p. 33.

¹² Preconizando a leitura crítica dos conceitos, recorde-se, entre tantos, o pensamento de Orlando Gomes. GOMES, Orlando. *Raízes Históricas e Sociológicas do Código Civil brasileiro* 2. ed.

re. Assim, busca-se análise localizada no encontro entre *estrutura e função*¹³, técnica e crítica, contrapondo esquemas teóricos às “*situações jurídicas reais*”¹⁴ de sorte a favorecer a compreensão do sentido contemporâneo da noção de *sujeito de direito*.

2 PERFIL DO SUJEITO DE DIREITO NA MODERNIDADE E SUA TRANSFORMAÇÃO

Os laços que amarram o jurídico e o econômico levaram Barcelona a afirmar como critério de qualificação de um sistema jurídico, o regime de propriedade e de utilização dos bens¹⁵. Sob essas lentes, ao examinar o direito do século XIX, concluiu que não há sociedade na modernidade sem a propriedade privada, baseada na liberdade de trocas e na apropriação privada da riqueza¹⁶. À centralização na propriedade privada correspondente, por sua

São Paulo: Martins Fontes, 2006. p. 22. Em sintonia, Grossi: “*Sem esquecer todo o resto, é necessário fundar e centrar o discurso histórico-jurídico em um observatório autônomo que exalte essa gramática e sobretudo naquelas fontes que estejam em condições de exprimir completamente a particular abordagem cognoscitiva da realidade e dela construtiva que é o direito*”. GROSSI, Paolo. **História da Propriedade e outros ensaios**. Tradução de Ricardo Marcelo Fonseca e Luiz Ernani Fritoli. Rio de Janeiro: Renovar, 2006. p. 26.

¹³ “(...) a análise estrutural, atenta às modificações da estrutura, e a análise funcional, atenta às modificações da função, devem ser continuamente alimentadas e avançar lado a lado, sem que a primeira eclipse a segunda, e sem que a segunda eclipse a primeira”. BOBBIO, Norberto. **Da Estrutura à função**. Novos estudos de teoria do Direito. Tradução de Daniela Beccaccia Versiani. São Paulo: Manole, 2007. p. 113.

¹⁴ CARVALHO, Orlando de. **A Teoria Geral da Relação Jurídica**. 2. ed. Coimbra: Centelha, 1981. p. 96.

¹⁵ “*In questo senso può dirsi che il regime della proprietà è comunque un elemento costitutivo del sistema, chi dà senso e contenuto anche ad altri assetti disciplinari*”. (BARCELLONA, Pietro. **Diritto privato e società moderna**. Itália: Jovene, 1996. p. 252). Mais adiante registra que a propriedade privada é expressão do caráter privado do processo de produção e consumo. (BARCELLONA, Pietro. **Diritto privato e società moderna...**, cit., p. 273). Em harmonia, leciona Orlando de Carvalho “(...) o direito das coisas é carismático do direito que em certa altura vigora, e mais do que isso, da sociedade em que ele vigora: do ‘projeto’ tanto cívico como político que representa a sociedade em questão”. (CARVALHO, Orlando de. **Direito Civil (Direito das Coisas)**. Lições ao 4º ano jurídico de 1968-69 da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra (datilografadas por João Abrantes). Coimbra, 1968-69, sem editor. p. 10)

¹⁶ Em tradução livre: “*Própria no ordenamento moderno, a propriedade que se apresenta como propriedade privada assume um caráter mais que determinante: um caráter fundador do sistema, de tal modo que se pode afirmar que não existe sociedade moderna, sem propriedade privada. A sociedade burguesa nasce como sociedade dos proprietários, mas o princípio proprietário assume – como já dito – dali em diante uma conotação de garantia surgida historicamente como uma garantia de uma determinada classe, princípio de organização e funcionamento de todo o sistema. No princípio proprietário, em realidade, se condensa e se resume todas as instâncias constitutivas da sociedade moderna, fundadas sobre a livre iniciativa e sobre a apropriação privada da riqueza*”. (BARCELLONA, Pietro. **Diritto privato e società moderna**. Itália: Jovene, 1996. p. 252)

vez a ênfase conferida à figura do *sujeito proprietário* como centro do sistema jurídico e econômico¹⁷.

No plano dogmático, a categoria *sujeito de direito* insere-se na teoria do direito civil como requisito para o reconhecimento na ordem jurídica¹⁸. Reduz-se a pessoa à simples centro de atribuição de direitos¹⁹. O *sujeito proprietário* é titular dos direitos de gozar e dispor da coisa. É valorizado pelo que possui²⁰ e livre para usar (ou não) seus bens, ou ainda, aliená-los²¹. É autônomo para dispor do bem, de modo que não há titularidade sem liberdade.

A propriedade imóvel reveste-se de segurança jurídica por força da autoridade do proprietário sobre o bem, conferindo controle e estabilidade. Assim, o sistema (capitalista) se engendra de tal modo que a titularidade é indispensável para a acumulação²². Na medida em que o sistema reconhece a aptidão de um sujeito de vincular-se a um bem, consagra um modelo de acumulação que, com poucas modificações, ainda hoje subsiste²³. Na perspectiva de Ricardo Marcelo Fonseca,

O sujeito, assim, é visto como uma abstração necessária para a constituição do sistema econômico... Desse modo, o sujeito moderno se apresenta como a qualidade específica de sujeito proprietário, já que o sujeito moderno é o sujeito da propriedade moderna. A qualidade que se apresenta ao sujeito moderno é ser proprietário. Com isso, a definição do sujeito passa a ser formal (todos são qualificados por uma mesma possibilidade jurídica de serem proprietários), restando impossível uma definição qualitativa do sujeito. [...] Toda

¹⁷ “En la época moderna, el sujeto se presenta con la cualidad de propietario, el sujeto moderno es el sujeto de la propiedad moderna”. (BARCELLONA, Pietro. **El Individualismo Propietario**. Madrid: Trotta, 1996. p. 91)

¹⁸ Na definição clássica: “Sujeitos de direito são entes suscetíveis de serem titulares de direitos e obrigações, de serem titulares de relações jurídicas”. (MOTA PINTO, Carlos Alberto da. **Teoria Geral do Direito Civil**. 4. ed. Coimbra: Coimbra, 2005. p. 193)

¹⁹ (BARCELLONA, Pietro. **Diritto privato e società moderna**. Itália: Jovene, 1996. p. 226). Na mesma trilha, a ótica de Lamartine e Ferreira Muniz: “Em uma visão positivista, normativista, formalista da pessoa e da própria ordem jurídica, (...), termina-se por reduzir a noção de pessoa a um centro de imputação de direitos e deveres e a se atribuir sentido idêntico às noções de pessoa e de sujeito de direitos”. (OLIVEIRA, José Lamartine Corrêa de; MUNIZ, Francisco José Ferreira. O Estado de Direito e os direitos da personalidade. **Revista dos Tribunais**, v. 532, São Paulo, RT, p. 11-23, 1980. p. 16)

²⁰ (FONSECA, Ricardo Marcelo. **Modernidade e Contrato de Trabalho – Do Sujeito de Direito à Sujeição Jurídica**. São Paulo: LTr, 2001. p. 82)

²¹ BARCELLONA, Pietro. **Diritto privato e società moderna**. Itália: Jovene, 1996. p. 251.

²² “Facto que só pode surpreender quem não veja o nexo entre apropriação individual e o princípio da liberdade de concorrência: a liberdade de competição supõe a liberdade de especulação e por conseguinte a própria propriedade de apropriação. É ao arbítrio do indivíduo o próprio desenvolvimento econômico”. (CARVALHO, Orlando de. **Direito Civil (Direito das Coisas)**. Lições ao 4º ano jurídico de 1968-69 da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra (datilografadas por João Abrantes). Coimbra, 1968-69, sem editor. p. 35)

²³ BARCELLONA, Pietro. **Diritto privato e società moderna**. Itália: Jovene, 1996. p. 253.

essa trajetória que revela a indeterminação qualitativa do indivíduo, que se vê reduzido a apêndice de uma máquina que produz mercadorias, já estava inscrita no projeto moderno, acaba resultando em que esse sujeito que é o protagonista da modernidade, que constrói toda uma ordem social e política, acaba ao final sendo um sujeito negado, oprimido por toda uma grande objetivação e se tornando um puro indivíduo de consumo. O sujeito proprietário originário é absorvido pelo sistema e logo devolvido numa outra forma de identificação, a do indivíduo consumidor. O sujeito se vê então como indeterminado e sobre determinado por um sistema²⁴.

Com efeito, pode-se identificar a igualdade²⁵ e a liberdade formais²⁶ como elementos-chave para a compreensão do ordenamento jurídico da modernidade clássica, com imediata correspondência no que tange às qualidades fundamentais do *sujeito de direito*: abstração e generalidade. A atribuição de sentido nitidamente econômico²⁷, traduz-se na liberdade para ser titular e na igualdade do direito a ter, que ignora a questão do acesso²⁸. O distanciamento em face da realidade concreta assegura “direitos pensados e construídos prescindindo do outro”²⁹, projetando um sujeito insular³⁰, favorecendo a manutenção de um modelo em que a propriedade é concebida como absoluta, perpétua e exclusiva³¹. O artificialismo e a abstração se coadunam com a atemporalidade e desvinculação da propriedade a finalidades sociais. Enfim, os limites da propriedade antes delimitam do que limitam.

²⁴ FONSECA, Ricardo Marcelo. **Modernidade e Contrato de Trabalho – Do Sujeito de Direito à Sujeição Jurídica**. São Paulo: LTr, 2001. p. 82.

²⁵ RAMOS, Carmem Lucia Silveira. Constitucionalização do direito privado e a sociedade sem fronteiras. In: FACHIN, Luiz Edson (Org.) **Repensando fundamentos de Direito Civil Brasileiro Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Renovar, 1998. p. 3-29, p. 5.

²⁶ A igualdade, apenas para consumir, fomenta um novo tipo de desigualdade. “Ao Estado coube apenas estabelecer as regras do jogo das liberdades privadas, no plano infraconstitucional, de sujeitos de direitos formalmente iguais, abstraídos de suas desigualdades reais. Consumou-se o darwinismo jurídico, com a hegemonia dos economicamente mais fortes, sem qualquer espaço para a justiça social”. (LÔBO, Paulo Luiz Netto. Constitucionalização do direito civil. **Revista de Informação Legislativa**. Brasília, Senado Federal, n. 141, a. 36, p. 99-109, jan./mar. 1999. p. 101).

²⁷ “Concedia-se a tutela jurídica para que o indivíduo, isoladamente, pudesse desenvolver com plena liberdade a sua atividade econômica”. (TEPEDINO, Maria Celina Bodin de Moraes. A caminho de um Direito Civil Constitucional. **Revista de Direito Civil Imobiliário, Agrário e Empresarial**. São Paulo, RT, a. 17, v. 65, p. 21-32, jul./set. 1993). “Livre é quem pode deter, gozar e dispor de sua propriedade, sem impedimentos, salvo os ditados pela ordem pública e os bons costumes, sem interferência do Estado”. (LÔBO, Paulo Luiz Netto. Constitucionalização do direito civil. **Revista de Informação Legislativa**. Brasília, a. 36, n. 141, p. 101, jan./mar. 1999).

²⁸ LORENZETTI, Ricardo Luis. **Fundamentos de Direito Privado**. Tradução de Vera Maria Jacob de Fradera. São Paulo: RT, 1998. p. 85-88.

²⁹ GROSSI, Paolo. **Mitologias jurídicas da Modernidade**. 2. ed. Tradução de Arno Dal Ri Júnior. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007. p. 143.

³⁰ FACHIN, Luiz Edson. **Teoria Crítica do Direito Civil**. Rio de Janeiro: Renovar, 2000. p. 276.

³¹ RENNER, Karl. **Gli istituti del diritto privato e la loro funzione sociale**. Tradução de Cornelia Mittendorfer. Bolonha: Il Mulino, 1981. p. 232.

A conversão da terra em *bem* enseja sua conversão em objeto de trocas, ao passo que a abstração da noção de liberdade possibilita “a coexistência entre autonomia do sujeito jurídico abstrato e a obrigação do indivíduo concreto, entre a liberdade do homem e a vinculação dos diversos papéis jurídicos (trabalhador, autônomo, prestador de serviços, empreiteiro)”³².

Nessa medida, na modernidade prevalece uma liberdade formal-abstrata que antes aprisiona do que liberta, ao adotar artifício que faz da pessoa sujeito de direitos – em realidade, sujeitada a deveres.

Barcellona identifica uma radical mudança na conformação da propriedade e, via de consequência, da noção de *sujeito*. Em sua leitura, a propriedade assume caráter volúvel e efêmero rompendo com o paradigma da modernidade. A respeito, sublinha:

*A través de un proceso complejo, que precisamente nos proponemos analizar y descifrar, la cualidad del sujeto viene luego transformada en principio de organización del sistema. El sistema ha pasado a ser, si es posible utilizar la expresión sin suscitar equívocos, sistema propietario. Esta transformación se produce mediante la inclusión de la propiedad, transformada en objeto disponible y reproducible, como principio organizativo y “razón” y “regla” del funcionamiento del sistema en su conjunto. Es decir, el sistema funciona como productor, reproductor y destructor de objetos destinados a la apropiación y, al final de su “ciclo vital”, nos devuelve un sujeto en relación con el objeto consumible (que constituye el soporte del sistema). El sujeto propietario es transformado en sujeto consumidor*³³.

As transformações sugerem a insuficiência da concepção de *sujeito proprietário* típica do direito moderno. Essa noção de *sujeito de direito* deixou de servir como fundamento lógico para albergar as relações da vida privada. Há, portanto, fundamental metamorfose do sujeito na contemporaneidade.

Como ressaltado, tal mudança está associada a um novo perfil da sociedade³⁴. Altera-se substancialmente o agir das pessoas no *mercado*, ou talvez, seja mais correto dizer, acerca no agir do *mercado* sobre as pessoas – haja vista o poder das forças econômicas e sua influência determinante na sociedade contemporânea.

³² BARCELLONA, Pietro. *Diritto privato e società moderna*. Itália: Jovene, 1996. p. 226.

³³ BARCELLONA, Pietro. *El Individualismo Propietario*. Madrid: Trotta, 1996. p. 91. Grifou-se.

³⁴ “A sociedade de consumo é uma realidade inegável. Mas, muito mais que uma realidade puramente acadêmica ou abstrata, é um fenômeno que afeta a vida de todos os cidadãos”. (BENJAMIN, Antônio Herman Vasconcelos. In: GRINOVER, Ada Pellegrini et al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto*. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 251)

Na sequência, examina-se a mudança paradigmática³⁵, que insere a figura do consumidor como agente central do sistema organizativo da sociedade.

3 A SOCIEDADE DE CONSUMO E SEUS PARADOXOS

3.1 Necessidades supérfluas e o *marketing* dos desejos

Há um conjunto de relevantes mutações no modo de apropriação e circulação dos bens. Com pretensões de protagonista, surge no palco das relações sociais a *mercantilização*³⁶ a qual, logo no primeiro ato, passa a andar de mãos dadas com o crédito. Outros elementos fundantes, cuja presença deve ser anotada, são a massificação e a noção de liberdade como possibilidade de consumir e a avassaladora publicidade que atua representando os interesses econômicos e atinge de modo certo os desejos dos consumidores.

O *marketing* exerce papel essencial³⁷ e contínuo³⁸ para dar vazão ao fluxo de produtos que, a cada instante, tomam a cena para logo em seguida serem adquiridos ou substituídos por outros, mais modernos e sofisticados³⁹.

Este enredo fático da trama social prima pelo consumo veloz a contrastar, de modo paradoxal, com a repetição incessante do consumir. Em

³⁵ As rupturas em um paradigma dominante conduzem a crises, e estas crises demonstram a vulnerabilidade deste modelo que gerará a necessidade de suplantação por outro novo paradigma. (KUHN, S. Thomas. *A Estrutura das Revoluções Científicas*. 9. ed. São Paulo: Perspectiva, 2006. 107-123)

³⁶ “Desse modo, o mercado se configura como um instrumento de enfraquecimento das relações sociais, que conduz os homens a uma mercantilização infinita e ao conflito contínuo que não pode encontrar uma redução ou uma mediação na política sem limitar as liberdades econômicas, sem corromper o quadro das liberdades civis e, portanto, a própria democracia”. (PERLINGIERI, Pietro. *O Direito Civil na Legalidade Constitucional*. Tradução de Maria Cristina de Cicco. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 500)

³⁷ “Um dado essencial do entendimento do consumo hoje é que a produção do consumidor, hoje, precede à produção dos bens e dos serviços. Então, na cadeia causal, a chamada autonomia da produção cede lugar ao despotismo do consumo. Daí o império da informação e da publicidade”. (SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização*. Do pensamento único a consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2008. p. 48)

³⁸ “Arma-chave da publicidade, a surpresa, o efêmero, o inesperado. No coração da publicidade trabalham os próprios princípios da moda: a originalidade a qualquer preço, a mudança permanente, o efêmero”. (LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero – a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. p. 186)

³⁹ “Os aumentos de consumo, a contrapartida dos aumentos da criação das necessidades, agem por sugestão ou emulação na criação das necessidades. As expectativas aumentam à medida em que vão sendo alcançadas. Ou então os produtores podem proceder ativamente à criação de necessidade através da publicidade ou do *marketing*”. (IANNI, Octávio. *A sociedade global*. 13. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008. p. 65)

velocidade intensa, o ciclo interminável da obsolescência dos produtos marca a sociedade de consumo.

A dinâmica conduz ao movimento ininterrupto, condizente com a atemporalidade que marca a busca utópica pelo *tudo ter*, ou, sob a perspectiva contrária, ao *nada ser*. O desejo é transmitido ao consumidor sob a forma de imagem. A publicidade cultiva e cria as “pseudo-necessidades”.

Marketing e o crédito se caracterizam como “instrumentos fundamentais para produção e circulação dos bens”⁴⁰. Altera-se a noção de supérfluo, necessidade, desejo. Real e imaginário se entrecruzam na medida em que se materializa o desejo em produto, o saciar em consumir⁴¹.

Ao olhar no espelho o sujeito se vê pelo que possui, e vê reduzido o poder de reflexão na corrida para os novos produtos⁴². Nas rotas da liberdade do mercado, o trajeto do consumo não encontra limites. Igualmente não há preocupação com acidentes porque, como num jogo virtual, quando se perde o capital disponível para comprar, encontra-se *crédito* para novas vidas de consumo⁴³.

Tal arranjo social e econômico se sedimentou após a Segunda Guerra Mundial⁴⁴. A sociedade dominante da fase moderna sólida, ou seja, dos produtores de mercadorias, foi sobreposta pela dos consumidores⁴⁵. O sistema produtivo passa a estar organizado de modo a atender e, principalmente, estimular, o consumo em massa⁴⁶. A propriedade caracterizada na

⁴⁰ BENJAMIN, Antônio Herman Vasconcelos. In: GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 7.

⁴¹ “O máximo da liberdade coincide com a extrema visibilidade das necessidades sob a forma de mercadoria”. (BARCELLONA, Pietro. **O Egoísmo Maduro e a Insensatez do capital**. Tradução de Sebastião José Roque. São Paulo: Ícone, 1995. p. 39).

⁴² CORTIANO JR., Eroulths. Para além das coisas: breve ensaio sobre o direito, a pessoa e o patrimônio mínimo. In: RAMOS, Carmem Lúcia Oliveira *et al.* (Orgs.). **Diálogos sobre Direito Civil – construindo a racionalidade contemporânea**. Rio de Janeiro: Renovar, 2002. p. 164.

⁴³ “na sociedade de consumo como a conhecemos, o consumidor não existe sem crédito; dele destituído, é um nada. Um bom histórico creditício é um patrimônio tão valioso quanto um currículo exemplar, no momento em que se procura emprego. Irrecusável que a influência dessas informações cadastrais nos destinos da vida do consumidor é poderosíssima, não tendo ele praticamente nenhum controle pessoal sobre onde e como seus antecedentes são fixados por terceiros que desconhece”. (BENJAMIN, Antônio Herman Vasconcelos. In: GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 423).

⁴⁴ “À Segunda Guerra Mundial, a chamada Terceira Revolução Industrial traduziu-se na afirmação da ciência (talvez melhor: do homem) como força produtiva de primeira importância, ao mesmo tempo que a tecnologia se converteu no elemento fundamental da produção industrial”. (NUNES, Antônio José Avelãs. **Neoliberalismo e Direitos Humanos**. Rio de Janeiro: Renovar, 2003. p. 106)

⁴⁵ “A sociedade pós-moderna envolve seus membros primariamente em sua condição de consumidores, e não de produtores. A diferença é fundamental”. (BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. p. 90)

⁴⁶ “O consumo de massas é uma necessidade, resultante do próprio desenvolvimento tecnológico proporcionado pela ‘civilização burguesa’”. (NUNES, Antônio José Avelãs. **Neoliberalismo e Direitos Humanos...**, *cit.*, p. 32)

modernidade pela perpetuidade cede espaço para a produção massificada e a imposição de um ciclo de vida cada vez mais breve dos bens – extração, produção, *marketing*, distribuição, consumo e descarte⁴⁷.

3.2 A sedução do consumidor e a obsolescência dos produtos

Observa-se a superação do modelo da sociedade de produtores fundada nas tradições, na durabilidade, na pessoalidade e na territorialidade compatível com o modelo do sujeito proprietário da modernidade.

A sociedade de consumidores é fluida, volátil, transitória, informatizada, acelerada, impessoal e globalizada. A economia é voltada para o consumidor, pois o consumo é que proporciona o desenvolvimento e a reprodução do modelo econômico. O ato de consumir se coaduna com a incessante busca do novo, a suscitar uma “*corrida interminável para o inédito, o efeito, o diferente*”⁴⁸, retroalimentando o sistema.

Diante dessa ordem de ideias, não à toa, Perlingieri aponta que o mercado “*desintegra a pessoa em uma soma incoerente de funções de consumo*”⁴⁹. Trata-se da sociedade do hiper, em que a maximização conduz à troca de papéis e funções: a publicidade produz, o crédito se apresenta como produto, a mercadoria palpável quando adquirida se esvai.

Verifica-se como agente central o consumidor que possui a “*força propulsora da prosperidade econômica*”⁵⁰. Assume o papel de protagonista, a tal ponto que a identificação social se dá pelo consumo⁵¹.

⁴⁷ Na reflexão de Bauman: “Nos mercados de consumidores-mercadorias, a necessidade de substituir objetos de consumo ‘defasados’, menos que plenamente satisfatórios e/ou não mais desejados está inscrita no *design* dos produtos e nas campanhas publicitárias calculadas para o crescimento constante das vendas. A curta expectativa de vida de um produto na prática e na utilidade proclamada está incluída na estratégia de *marketing* e no cálculo de lucros: tende a ser percebida, prescrita e instilada nas práticas dos consumidores mediante a apoteose das novas ofertas (de hoje) e a difamação das antigas (de ontem)... É pela alta taxa de desperdício, e pela decrescente distância temporal entre o brotar e o murchar de um desejo, que feticchismo da subjetividade se mantém vivo e digno de crédito”. (BAUMAN, Zygmunt. *Vida Para Consumo – A Transformação da Pessoa em Mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. p. 31)

⁴⁸ LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero – a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. p. 186.

⁴⁹ PERLINGIERI, Pietro. *O Direito Civil na Legalidade Constitucional*. Tradução de Maria Cristina de Cicco. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 480.

⁵⁰ BAUMAN, Zygmunt. *A Sociedade Individualizada – Vidas Contadas e Histórias Vividas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. p. 100.

⁵¹ “El consumidor carece del requisito que califica el *status*: la pertenencia institucional de un sujeto a una colectividad más o menos extensa, a un grupo organizado. Cualquier persona física puede ser consumidor: éste es el rol que ésta, de cuando en cuando, también recíprocamente, puede asumir en concreto”. (BENEDETTI, Giuseppe. *Tutela del consumatore e autonomia*

Paradoxalmente, seu pertencimento vincula-se a sua integração como componente da massa de consumidores. Tal fato é determinante na geração de uma mudança central:

*El consumidor tiene un modo de vida y una estructura de pensamiento que lo identifican; es a quien se ha dado en llamar "el títere estratégico" y a quien hacemos referencia desde un momento histórico determinado y desde un sistema de producción específico; el proceso de industrialización contemporáneo ha sido la palanca fundamental de la mayor transformación que ha experimentado la humanidad a lo largo de toda su historia*⁵².

O consumidor é compelido a consumir para realimentar o mercado – e sua busca incessante pelo lucro –, ainda que isso importe em modificar seus hábitos e condutas: *"Aumento da produtividade, a necessidade de escoamento dessa produção em massa. [...] viria atrelar o conceito de abundância ao bem-estar material, ao consumo também em excesso e, mais importante, formatar um padrão de vida, um modelo para ser e se viver em sociedade"*⁵³.

Constata-se que nessa sociedade de consumidores, comportamentos são impostos como um padrão determinado e sustentado pelo mercado⁵⁴.

Desta forma ocorreu a atração do consumidor para o cerne do sistema econômico produtivo. É ele o alvo do mercado, pois impulsiona o desenvolvimento econômico⁵⁵. Nesse contexto, torna-se imprescindível analisar a força atrativa orquestrada pelo mercado para impor o seu domínio, fragilizando e fazendo da pessoa objeto.

contrattuale. *Rivista trimestrale di diritto e procedura civile*, Anno LII, Dott. A. Giuffrè, S.p.A., Milano, 1998. p. 17-32. Tradução para o espanhol de Nélvor Carreteros Torres y Rómulo Morales Hervías, realizada para o curso "Sistema de situaciones y relaciones jurídicas" de la Maestría de Derecho con mención en Derecho Civil de la Escuela de Graduados de la Pontificia Universidad Católica del Perú (2002-I).

⁵² LOVECE, Graciela. Mercadotecnia y Marketing en la Captación del Consumidor. In: GHERSI, Carlos A. (Dir.). *Tutela del Consumidor*. Mendoza: Ediciones Jurídicas Cuyo, 2002. p. 36.

⁵³ FONTENELLE, Isleide Arruda. *O Nome da Marca – McDonald's, Fetichismo e Cultura Descartável*. 2. reimp. São Paulo: Boitempo, 2006. p. 54.

⁵⁴ BAUMAN, Zygmunt. *Globalização e as Consequências Humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999. p. 88.

⁵⁵ *"A não-satisfação dos desejos e a crença firme e eterna de que cada ato visando a satisfazê-los deixa muito a desejar e pode ser aperfeiçoado – são esses os volantes da economia que tem por alvo o consumidor"*. (BAUMAN, Zygmunt. *Vida Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. p. 106)

4 O CRÉDITO COMO COMBUSTÍVEL DO MERCADO

4.1 Crise do sujeito e o crédito abundante

A sociedade de consumo harmoniza-se com os objetivos da sociedade capitalista, quais sejam: a acumulação do capital, a alta taxa de lucratividade, a massificação da produção, a informatização, a minimização dos custos, a manipulação e a indução na incorporação pelos indivíduos e da coletividade da cultura do consumo, por meio do *marketing*.

O mercado consagra o consumo como elemento essencial para o seu fortalecimento e o retroalimenta, tendo como ator principal do seu espetáculo o consumidor. Paradoxalmente, o consumidor é a um só tempo protagonista e plateia.

Sob o prisma jurídico, o sujeito torna-se reconhecido apenas como um fato juridicamente relevante, qualificado porque presente na norma, resumindo-se a um conceito jurídico, alheio à realidade⁵⁶. “Entre a forma do sujeito e a realidade do indivíduo se abre um abismo”⁵⁷.

Para serem alcançados os objetivos do mercado, desprestigia-se o ser humano, convertido nessa cadeia em mero consumidor. Prevalece uma lógica quantitativa⁵⁸, da massificação baseada no cálculo e na lucratividade⁵⁹.

Como enfatiza Barcellona, trata-se de “*una crisis de la dimensión existencial que de ninguna manera comunica con el sistema organizado de la técnica, una crisis de la existencia que nunca llega a ser una crisis del sistema*”⁶⁰. Ao contrário, a crise do indivíduo⁶¹, isto é, do consumidor, é que alimenta o sistema de sorte que a crise do indivíduo não é a crise do sistema, ao revés, é seu combustível.

⁵⁶ BARCELLONA, Pietro. *El Individualismo Propietario*. Madrid: Trotta, 1996. p. 139.

⁵⁷ BARCELLONA, Pietro. *El Individualismo Propietario*. Madrid: Trotta, 1996. p. 139.

⁵⁸ “Es el sistema el que produce ilimitadamente para el consumo y fuera de esto no conoce ningún otro criterio de organización de las relaciones humanas. La lógica de la cantidad, la prevalencia de los números, la carrera desenfrenada hacia la cantidad: ése es el mundo del consumo de masas (...)”. (BARCELLONA, Pietro. *El Individualismo Propietario*. Madrid: Trotta, 1996. p. 134)

⁵⁹ “Não existe nenhuma garantia de que o argumento ético fará muita diferença numa sociedade em que a competitividade, os cálculos de custo-benefício, a lucratividade e outros mandamentos do livre mercado reinam supremos”. (BAUMAN, Zygmunt. *A Sociedade Individualizada – Vidas Contadas e Histórias Vividas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. p. 100)

⁶⁰ BARCELLONA, Pietro. *El Individualismo Propietario*. Madrid: Trotta, 1996. p. 31.

⁶¹ “La publicidad de bienes y servicios que oxigena incansablemente al fenómeno del consumismo, contiene una clara estrategia de exacerbación del deseo y la necesidad por la incorporación de los mismos, creando sentimientos de frustración y fracaso que repercute en la representación que los jóvenes tienen de sí mismos”. (PAZ, Sergio Daniel. Los jóvenes y la redefinición local del consumo. *Ultima década*. Chile, v. 12, n. 21, p. 105-117, 2004)

A individualidade fica envolta no maquinismo do mercado. O ato de consumir, como requisito para ser, dilui o *ser no ter*, agora representado pelo *consumir*. As necessidades são formatadas pelo mercado⁶². Portanto, a sensação de escolha é falsa, conduzindo a uma falsa determinação do sujeito⁶³.

A falta de limites é favorecida pela oferta contínua de crédito a realimentar o caráter permanente do sistema⁶⁴. No atual estágio econômico, do “*caráter dinâmico da fortuna*”⁶⁵, a propriedade põe-se em constante movimento, criando a sensação constante de insegurança sobre a felicidade⁶⁶.

A crise do sujeito em sua condição de comprador, adquirente, minimizado à condição de consumidor, sujeito débil, alimenta a produção de mercadorias, fazendo girar o desenvolvimento econômico nesta dinâmica. Na metáfora de Lorenzetti:

*Las empresas deben modificarse constantemente: las metas alcanzadas, rápidamente pierden interés; las invenciones se copian y deben renovarse; los productos nuevos, caducan aceleradamente, la presión aumenta. Por el lado del consumidor, la situación no es distinta: la satisfacción que brindan los productos es escandalosamente breve, no satisfacen, sino crean la necesidad de estar al día, el consumo es un trabajo absurdo, semejante al mito de Sisifo*⁶⁷.

⁶² “A colonização da vida pelo mercado de bens de consumo. [...] Para entrar na sociedade de consumidores e receber um visto de residência permanente, homens e mulheres devem atender às condições de elegibilidade definidas pelos padrões do mercado”. (BAUMAN, Zygmunt. *Vida Para Consumo – A Transformação da Pessoa em Mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. p. 82)

⁶³ “En la época de la mercancía absoluta, la forma posible de la identificación es la del hombre consumidor, que paradójicamente es una no-determinación, una ausencia de determinación. Como afirma Napoleoni citando Ruggenini, la productibilidad de todo también ha transformado al sujeto en objeto producible (y producido): ‘Por ello ya no hay ‘un’ sujeto, el sujeto, sino tantos como pueden producirse; y éstos no son cualitativamente distintos de los objetos, sino sujetos-objetos predispuestos para ciertas operaciones con objetos-sujetos y, por tanto, productos capaces a su vez de funcionar en el lugar y el modo que les pide. En un mundo en el que todo se ha hecho producible, el sujeto y el objeto cumplen, y consuman, su virtud dialéctica de convertirse el uno en el otro; sin embargo, también se desvela el secreto de estas ‘prodigiosas’ prestaciones: subversiones, vuelcos, inversiones son la apariencia extraordinaria que presenta el necesario transcurrir del sujeto al objeto y del objeto al sujeto una vez que uno y otro van distribuyéndose continuamente los distintos roles de la organización del dominio”. (BARCELLONA, Pietro. *El Individualismo Propietario*. Madrid: Trotta, 1996. p. 95)

⁶⁴ É um tipo de um arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade. (BAUMAN, Zygmunt. *Vida Para Consumo – A Transformação da Pessoa em Mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. p. 41)

⁶⁵ CARVALHO, Orlando de. *Direito Civil (Direito das Coisas)*. Lições ao 4º ano jurídico de 1968-69 da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra (datilografadas por João Abrantes). Coimbra, 1968-69, sem editor. p. 44.

⁶⁶ BARCELLONA, Pietro. *El Individualismo Propietario*. Madrid: Trotta, 1996. p. 29.

⁶⁷ LORENZETTI, Luis Ricardo. Esquema de una teoría sistémica del contrato. *Revista de Direito do Consumidor*. São Paulo: RT, n. 33, p. 77, jan./mar. 2000.

A circulação dos bens perde o caráter secundário de outrora⁶⁸. A segurança deixa de centrar-se exclusivamente na proteção da estabilidade do direito ao domínio sobre o bem imóvel. O caráter imutável reside na manutenção do fluxo produtivo. A propriedade é posta em movimento e o consumo é sua mola propulsora.

Nesse horizonte, o crédito surge como componente central. Estende o potencial de consumo, bem como desequilibra a equação entre as possibilidades e desejos dos consumidores. Ao mesmo tempo em que fabrica a necessidade, o sistema cria a ilusão por meio do crédito da possibilidade de acesso. Dessa maneira, assegura-se a compra e o movimento contínuo da produção⁶⁹.

O crédito converte-se em mercadoria essencial na espiral do consumo vertiginoso. Sua natureza peculiar merece redobrada atenção. É a um só tempo, produto e serviço, matéria-prima e produto final. Garante a produção e circulação de mercadoria e dessa maneira, a reprodução do modelo econômico vigente.

A estabilidade do sistema torna o crédito meio de acumulação de riquezas. O superendividamento⁷⁰ dos consumidores é enxergado como simples “efeito colateral”. A abundância da oferta do crédito fundamenta-se tanto no papel que exerce como facilitador da compra como nas possibilidades de lucro com a inadimplência. A opção do mercado é pela oferta irrestrita do crédito, compensada pelos mecanismos jurídicos para cobrança, os altos lucros oriundos das taxas de juros. Como expõe pesquisa conjunta do IDEC e Procon de São Paulo,

As taxas de juros embutem o risco de inadimplência maior, para garantir que o banco se exponha mais ao mercado, ou seja, para ser menos seletivo

⁶⁸ “O modelo liberal e tradicional, estruturado como negócio jurídico, não corresponde aos anseios da sociedade de consumo, cujos fundamentos são bastante diversos”. Nesse contexto, o contrato “converte-se em instrumento de exercício de poder chegando a rivalizar com o monopólio legislativo do Estado”. (MEIRELES, Jussara. O ser e o ter na codificação civil brasileira: do sujeito virtual à clausura patrimonial. In: FACHIN, Luiz Edson. (Coord.). **Repensando fundamentos do Direito Civil Brasileiro Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Renovar, p. 87-114, 1998. p. 101.

⁶⁹ BARCELLONA, Pietro. **El Individualismo Propietario**. Madrid: Trotta, 1996. p. 18.

⁷⁰ “O endividamento é um fato inerente à vida em sociedade, ainda mais comum na atual sociedade de consumo. Para consumir produtos e serviços, essenciais ou não, os consumidores estão – quase todos – constantemente se endividando. A nossa economia de mercado seria, pois, por natureza, uma economia do endividamento. Consumo e crédito são duas faces de uma mesma moeda, vinculados que estão no sistema econômico e jurídico de países desenvolvidos e de países emergentes como o Brasil”. (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 Cavallazzi. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006. p. 255-309. p. 256)

*e conceder maior volume de crédito, aumentando o risco, transfere para a taxa de juros a exposição da possível inadimplência sem ser restritivo. Garantindo maior volume e penalizando o consumidor de boa-fé que garante a pontualidade de seus pagamentos com elevadas taxas de juros*⁷¹.

Distanciando-se do sistema moderno, voltado à estabilidade da propriedade, o sistema depende de modo vital do crédito, como meio para fomentar o fluxo contínuo de mercadorias. Contraditoriamente, a legislação consagra a impenhorabilidade do salário, ao mesmo tempo em que autoriza empréstimo consignado, desconto do salário e da aposentadoria⁷².

Na lição de Barcellona, a propriedade se transformou em poder de consumir, de tal sorte que na contemporaneidade prevalece o *individualismo do consumo*⁷³.

4.2 Esvaziamento da autonomia e da liberdade: estabilidade na passagem do *individualismo proprietário* ao *individualismo consumidor*

A autonomia como possibilidade de consumir, assinala importante paradoxo. O sujeito desponta como peça-chave do sistema, a contrastar com a massificação da individualidade, sufocada pelo individualismo. A homogeneização do indivíduo suprime o individual sem, contudo, privilegiar-se o coletivo, mas, antes, o amorfo, o abstrato. Forma-se a *massa de consumidores*⁷⁴.

⁷¹ IDEC. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Procon-SP (Núcleo de Tratamento ao Superendividamento). **Estudo sobre Crédito e Superendividamento dos Consumidores dos países do Mercosul Superendividamento no Brasil**. São Paulo: Procon/SP, dez. 2008. Nessa linha, segundo aponta o Departamento de Defesa e Proteção do Consumidor do Ministério da Justiça, “*Os juros do cheque especial sempre foram um dos mais altos do mercado financeiro, tendo se mantido acima do patamar de 150% ao ano. Em termos comparativos, os juros cobrados em apenas um mês de utilização do cheque especial são superiores a rentabilidade de um ano inteiro da caderneta de poupança*”. BRASIL. Ministério de Justiça. Departamento de Defesa e Proteção do Consumidor do Ministério da Justiça. **Cadernos DPDC: proteção ao consumidor. Abertura de crédito: cheque especial**. Brasília, 2004. p. 6.

⁷² Ao teor da Lei 10.820/03, de acordo com a redação dada pela Lei 10.953/04, admite-se o desconto imediato de até 30% do salário do empregado ou do benefício concedido ao aposentado. Desperta atenção ainda a advertência destacada no site do Banco Central, atualizada em maio de 2010, no sentido de que “*não há normativos do Banco Central nem do Conselho Monetário Nacional que disciplinem especificamente a concessão de crédito consignado*”. BRASIL. Banco Central. **Empréstimos consignados**. Disponível em: <www.bcb.gov.br/pre/portalCidadao/bcb/emprestimo.asp?idpai=portalbcb>. Acesso em: 23 dez. 2010.

⁷³ BARCELLONA, Pietro. **El Individualismo Proprietário**. Madrid: Trotta, 1996. p. 134.

⁷⁴ Na lição de Barcellona: “*la sociedad actual es una masa amorfa de individuos que persiguen febrilmente una identidad imposible: el mundo de los objetos consumibles gobierna a sus vidas según una*”.

O sujeito de direito submerso no sistema, é livre – para o mercado. O caráter geral da subjetividade persiste, mas, enquanto o *sujeito de direito* da modernidade é o titular da propriedade, com amplos poderes, o *sujeito consumidor* é desprovido de determinação. Na metáfora proposta por Pietro Barcellona, o sujeito proprietário é heroico, ao passo que o sujeito consumidor é nulificado⁷⁵.

Com Paulo Lôbo constata-se de modo preocupante que se “(...) tornou o consumidor um figurante passivo e hipossuficiente”⁷⁶. A base dessa sociedade, fundada em paradoxos inverte a coerência, e faz lógico que, o crédito se torne um bem palpável e a pessoa se despersonifique – é *homo consumptor*⁷⁷.

A abstração do sujeito permite manter um perfil insípido do direito, distanciando-o da análise axiológica⁷⁸, dando sustentação a um regime jurídico de indiferença, que despreza os papéis exercidos pela pessoa (de consumidor, trabalhador, idoso, criança, doente), sua vulnerabilidade e suas necessidades.

Assim sendo, apesar de agregar novos elementos, “o individualismo originário do direito de propriedade privada e da livre-iniciativa e o individualismo (atual do consumidor) de massas do homem narcisista orientado para uma infinita gratificação de seus próprios desejos” guarda uma relação de continuidade substancial⁷⁹ com o modelo da modernidade.

A estrutura mantém-se, embora com novas funções. A liberdade passa a ser confundida com a falsa possibilidade escolha dos objetos de consumo. A subjetividade jurídica, associada na modernidade ao *status* de proprietário, na “realidade mercantilizada”⁸⁰ é tida como poder de adquirir.

Em oposição, o reconhecimento de individualidades plurais permite associar a técnica de imputação à percepção de significados, agregando *valores* e sentido concreto aos institutos. Forma-se uma tensão entre abstra-

lógica puramente cuantitativa”. (BARCELLONA, Pietro. *El Individualismo Propietario*. Madrid: Trotta, 1996. p. 20). Permita-se, trata-se da “met-amorfo-se do sujeito”.

⁷⁵ BARCELLONA, Pietro. *Diritto privato e società moderna*. Itália: Jovene, 1996. p. 225.

⁷⁶ LÔBO, Paulo. Responsabilidade por vícios nas Relações de Consumo. *Revista de Informação Legislativa*, Brasília: Senado Federal, v. 128, p. 165-170, 1995. p. 165. Na lição de Milton Santos: “Consumismo e competitividade levam ao emagrecimento moral e intelectual da pessoa, à redução da personalidade e da visão do mundo, convidando também a esquecer a oposição fundamental entre a figura do consumidor e a figura do cidadão”. (SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização*. Do pensamento único a consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2008. p. 49).

⁷⁷ “La sociedades de consumo no es mala porque consuma, sino porque el consumo constituye el único y radical sentido de su vida: un sentido que, como los bienes consumidos, se agota en sí mismo. Carece de transcendencia y, por tanto, de esperanza. El *homo consumptor*, creador y víctima de tal sociedad, es igualmente intrascendente y para no desesperarse ante la negra oquedad del futuro, prefiere no pensar, o por lo menos no pensar sobre su vida”. (LOPEZ, Enrique Martín. Génesis y estructura de las Ciencias Sociales: Dilthey. *Revista Española de Opinión Pública*. Madrid, v. 45, p. 7-24. p. 7. jul./set. 1976)

⁷⁸ BARCELLONA, Pietro. *Diritto privato e società moderna*. Itália: Jovene, 1996. p. 227.

⁷⁹ BARCELLONA, Pietro. *El Individualismo Propietario*. Madrid: Trotta, 1996. p. 132.

⁸⁰ BARCELLONA, Pietro. *El Individualismo Propietario*. Madrid: Trotta, 1996. p. 133.

ção jurídica e dinâmica social, de modo que, como se procurou destacar no início⁸¹, discutir o conceito de *sujeito de direito* é discutir o próprio arranjo social e econômico.

5 FINALIZAÇÃO (ATRIBUIÇÃO DE FINALIDADES AOS INSTITUTOS JURÍDICOS)

A partir dessa ordem de ideias, faz-se necessário (re)discutir a filiação da técnica jurídica a uma razão puramente aritmética⁸², que retira a justiça do alcance do direito⁸³.

Nesse sentido, o conceito de *sujeito de direito*, pelo papel central que ocupa, deve ser analisado à luz da contradição entre “técnica e vida”⁸⁴, ofuscando a noção puramente abstrata de centro de imputação de obrigações⁸⁵.

Em Pietro Barcellona, a passagem do sujeito proprietário à pessoa na condição de consumidor, se faz acompanhar de um sentido de continuidade no plano econômico. Identifica-se assim uma transformação do agente central do sistema, do proprietário de outrora, ao consumidor na atualidade.

O sistema estático da propriedade cede espaço à dinâmica intensa da circulação de produtos, típica da sociedade de consumo. É preciso estabelecer com igual velocidade, mecanismos jurídicos aptos à nova lógica, assim como adequados a um novo perfil da acumulação da riqueza e de circulação dos bens.

Superada a pureza científica dos institutos, a tarefa que se impõe parte do desenvolvimento de reflexão calcada na dialética entre a perspectiva estrutural e funcional. Não se pode permitir a soberania da impessoalidade que caracteriza o consumo e tenta impor a todo custo a objetivação da pessoa. Para essa tarefa, despontam como ferramentas essenciais os valores constitucionais, os quais contrapõem a falsa neutralidade que procura sublimar os conflitos e resumir o direito a um caráter puramente objetivo⁸⁶.

Nessa linha, a teoria crítica permite justamente descobrir a ideologia que subjaz e, como se procurou demonstrar, transborda dos conceitos ‘jurídico’. Cabe relembrar a indagação de Orlando de Carvalho:

⁸¹ BARCELLONA, Pietro. *Diritto privato e società moderna*. Itália: Jovene, 1996. p. 225-228.

⁸² Para Barcellona uma “razón calculadora”. (BARCELLONA, Pietro. *El Individualismo Propietario*. Madrid: Trotta, 1996. p. 18)

⁸³ BARCELLONA, Pietro. *El Individualismo Propietario*. Madrid: Trotta, 1996. p. 27.

⁸⁴ BARCELLONA, Pietro. *El Individualismo Propietario*. Madrid: Trotta, 1996. p. 30.

⁸⁵ MEIRELES, Jussara. O ser e o ter na codificação civil brasileira: do sujeito virtual à clausura patrimonial. In: FACHIN, Luiz Edson. (Coord.). *Repensando fundamentos do Direito Civil Brasileiro Contemporâneo*. Rio de Janeiro: Renovar, p. 87-114, 1998. p. 88-90.

⁸⁶ BARROSO, Luís Roberto. Fundamentos teóricos e filosóficos do novo direito constitucional brasileiro (pós-modernidade, teoria crítica e pós-positivismo). *Revista de Direito Administrativo*, Rio de Janeiro, v. 225, p. 5-37, 2001. p. 16.

O que explica a existência de certos tipos de direitos – o que chamamos de direitos reais ou das coisas – com as características que justamente nos referimos? A que funções é avocada essa figura, quais os interesses a que se ordena esse modelo que o Direito criou para servir para certos fins? Só a pesquisa desses fins e interesse, só, portanto, a perspectiva funcional – ou, se quisermos – anátomo-fisiológica – nos permite fazer a estimativa consciente do que significa esse tipo particular de relações⁸⁷.

Põe-se em questão a objetivação estabelecida pela teoria da relação jurídica, que nega a existência de relações fora do tráfego jurídico⁸⁸. Em outras palavras, o papel do sujeito de direito e dos bens deve ser analisado a partir da simbiose entre a pessoa, o seu *status* de consumidor e o mercado⁸⁹.

Sob essa perspectiva, saliente-se que a disparidade de forças do consumidor não se restringe ao poder econômico superior do fornecedor, mas ao próprio sistema no qual está inserido. Em tal contexto, o resgate jurídico do *ser* deve partir da prevalência da tutela da pessoa concreta, por meio dos valores e princípios constitucionais, opondo-se ao poder do mercado.

Ainda no plano constitucional, destaca-se a proteção da dignidade humana e a garantia do direito fundamental à proteção da pessoa no papel de consumidor, prevista no art. 5º, inc. XXXII, art. 170, inc. V. Consagra-se a defesa do consumidor como um direito fundamental do indivíduo, da coletividade e da ordem econômica.

As transformações descritas por Barcellona sugerem a necessidade de esforço contínuo para superar o tecnicismo dos conceitos e descobrir a pessoa por detrás do *sujeito de direito*⁹⁰. Deve prevalecer a “*noção substancial de pessoa*”⁹¹, valorativa que coloca os conceitos jurídicos em choque com a realidade concreta⁹².

⁸⁷ CARVALHO, Orlando de. **Direito Civil (Direito das Coisas)**. Lições ao 4º ano jurídico de 1968-69 da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra (datilografadas por João Abrantes). Coimbra, 1968-69, sem editor. p. 134. Em outro momento, registrou “*atrás destes diversos mecanismos está a função que eles tendem prosseguir*”. CARVALHO, Orlando de. **A Teoria Geral da Relação Jurídica**. 2. ed. Coimbra (Portugal): Centelha, 1981. p. 94.

⁸⁸ BARCELLONA, Pietro. **El Individualismo Propietario**. Madrid: Trotta, 1996. p. 150.

⁸⁹ “*O fulcro da questão está justamente aqui. O consumidor, antes de ser agente econômico, é pessoa e como tal deve ser tutelada*”. (CICCO, Maria Cristina de. *A Pessoa e o Mercado*. In: **Direito Civil Contemporâneo – Novos Problemas à Luz da Legalidade Constitucional**. TEPEDINO, Gustavo (Org.). São Paulo: Atlas, 2008. p. 104-10.)

⁹⁰ MARTINS-COSTA, Judith. **Comentários ao Novo Código Civil**. Do Direito das obrigações. Do adimplemento e da extinção das obrigações. Sálvio de Figueiredo Teixeira (Coord.). Rio de Janeiro: Forense, 2003. v. V, t. I, p. 4.

⁹¹ Nessa toada, a absoluta atualidade dos ensinamentos de Lamartine e Ferreira Muniz: “*Ao defendermos uma noção personalista do Direito não estamos sustentando uma concepção individualista da sociedade, como ao analista desinformado e superficial poderia parecer. Conscientes de que só a noção substancial de pessoa confere sentido e dignidade ao Direito e de que só tal noção permite uma visão crítica e valorativa dos diferentes ordenamentos jurídicos, não enxergamos o ser humano de maneira abstrata, mas em sua inserção concreta na História e na sociedade. Em uma visão personalista, o ser humano não é visto como átomo isolado em face do Estado, nem em visão competi-*

Enfim, a sociedade de consumo apropria-se do indivíduo, para valorizá-lo apenas pelo ato de consumir. Repete-se assim, com “ajustes” a estratégia da modernidade clássica, calcada na abstração do sujeito como mecanismo para enclausurá-lo no sistema – e torná-lo alheio à realidade.

Posta em questão a relação entre finalidades e meios, voltam à pauta as divergências e convergências entre utilidade social e livre-iniciativa⁹³. Redesenha-se então a relação entre existencial e patrimonial, conferindo-se à liberdade sentido que extrapola a simples possibilidade de adquirir e desfazer-se dos bens.

O caminho a ser percorrido envolve, dessa maneira, a superação do modelo dogmático, insípido e pretensamente objetivo, para vislumbrar em primeiro plano a pessoa, antes de considerar sua posição como consumidora em determinada relação. Impera assim, a valorização do ser humano, sobrepondo-se o *ser* ao *consumir*.

6 REFERÊNCIAS

BARCELLONA, Pietro. **Diritto privato e società moderna**. Itália: Jovene, 1996.

_____. **El Individualismo Propietario**. Madrid: Trotta, 1996.

_____. **O Egoísmo Maduro e a Insensatez do capital**. Tradução de Sebastião José Roque. São Paulo: Ícone, 1995.

BARROSO, Luís Roberto. Fundamentos teóricos e filosóficos do novo direito constitucional brasileiro (pós-modernidade, teoria crítica e pós-positivismo). **Revista de Direito Administrativo**, Rio de Janeiro, v. 225, p. 5-37, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **A Sociedade Individualizada – Vidas Contadas e Histórias Vividas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

_____. **Globalização e as Consequências Humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

_____. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

_____. **Vida Para Consumo – A Transformação da Pessoa em Mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

BENEDETTI, Giuseppe. Tutela del consumatore e autonomia contrattuale. **Rivista trimestrale di diritto e procedura civile**. Milano: Giuffrè, S.p.A. a. LII, Dott. A. 1998. p. 17-32. Tradução para o espanhol por Nélvor Carreteros Torres y Rómulo Morales Hervias, realizada para o curso “Sistema de situaciones y relaciones jurídicas” de la Maestría de Derecho con mención en Derecho Civil de la Escuela de Graduados de la Pontificia Universidad Católica del Perú (2002-I).

va de ser contra o outro, mas como ser com o outro”. (OLIVEIRA, José Lamartine Corrêa de; MUNIZ, Francisco José Ferreira. O Estado de Direito e os direitos da personalidade. **Revista dos Tribunais**. São Paulo: RT, v. 532, p. 11-23, 1980. p. 17)

⁹² CORTIANO JR., Eroulths. As quatro fundações do Direito Civil: ensaio preliminar. **Revista da Faculdade de Direito da UFPR**. Curitiba, v. 45, p. 99-102, 2006. p. 102.

⁹³ PERLINGIERI, Pietro. **O Direito Civil na Legalidade Constitucional. O Direito Civil na Legalidade Constitucional**. Tradução de Maria Cristina de Cicco. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 520.

- BENJAMIN, Antônio Herman Vasconcelos. *In: GRINOVER, Ada Pellegrini et al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto*. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.
- BOBBIO, Norberto. *Da Estrutura à função*. Novos estudos de teoria do Direito. Tradução de Daniela Beccaccia Versiani. São Paulo: Manole, 2007.
- BRASIL. Banco Central. *Instrumentos de pagamento*. Disponível em: <www.bcb.gov.br/?SPBEST2005>.
- BRASIL. Banco Central. *Empréstimos consignados*. Disponível em: <www.bcb.gov.br/pre/portalCidadao/bcb/emprestimo.asp?idpai=portalbcb>. Acesso em: 23 dez. 2010.
- BRASIL. Ministério de Justiça. Departamento de Defesa e Proteção do Consumidor do Ministério da Justiça. *Cadernos DPDC: proteção ao consumidor*. Abertura de crédito: cheque especial. Brasília, 2004.
- CARVALHO, Orlando de. *A Teoria Geral da Relação Jurídica*. 2. ed. Coimbra (Portugal): Centelha, 1981.
- _____. *Direito Civil (Direito das Coisas)*. Lições ao 4º ano jurídico de 1968-69 da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra (datilografadas por João Abrantes). Coimbra, 1968-69, sem editor.
- CICCO, Maria Cristina de. A Pessoa e o Mercado. *In: Direito Civil Contemporâneo – Novos Problemas à Luz da Legalidade Constitucional*. TEPEDINO, Gustavo (Org.). São Paulo: Atlas, 2008.
- CORTIANO JR., Eroulths. As quatro fundações do Direito Civil: ensaio preliminar. *Revista da Faculdade de Direito da UFPR*, Curitiba, v. 45, p. 99-102, 2006. p. 102.
- _____. Para além das coisas: breve ensaio sobre o direito, a pessoa e o patrimônio mínimo. *In: RAMOS, Carmem Lúcia Oliveira et al. (Org.). Diálogos sobre Direito Civil – construindo a racionalidade contemporânea*. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.
- FABER, Ronald; O'GUINN, Thomas C.; KRYCH, Raymond, Compulsive Consumption. *Advances in Consumer Research*, v. 14, 1987, p. 132-135.
- FACHIN, Luiz Edson. *Teoria Crítica do Direito Civil*. Rio de Janeiro: Renovar, 2000.
- FONSECA, Ricardo Marcelo. *Modernidade e Contrato de Trabalho – Do Sujeito de Direito à Sujeição Jurídica*. São Paulo: LTr, 2001.
- FONTENELLE, Isleide Arruda. *O Nome da Marca – McDonald's, Fetichismo e Cultura Descartável*. 2. reimp. São Paulo: Boitempo, 2006.
- GENESTRI, Guilherme. A doença da dívida. *Folha de S. Paulo*. São Paulo, Folha da Manhã, 23.12. 2010, Caderno Cotidiano, Coluna Saúde, C6.
- GOMES, Orlando. *Raízes Históricas e Sociológicas do Código Civil brasileiro*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- GROSSI, Paolo. *História da Propriedade e outros ensaios*. Tradução de Ricardo Marcelo Fonseca e Luiz Ernani Fritoli. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.
- _____. *Mitologias jurídicas da Modernidade*. 2. ed. Tradução de Arno Dal Ri Júnior. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007.
- IANNI, Octávio. *A sociedade global*. 13. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.
- IDEC. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. PROCON-SP (Núcleo de Tratamento ao Superendividamento). *Estudo sobre Crédito e Superendividamento dos Consumidores dos países do Mercosul Superendividamento no Brasil*. São Paulo: Procon/SP, dez. 2008.
- KUHN, S. Thomas. *A Estrutura das Revoluções Científicas*. 9. ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do efêmero – a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

- LÔBO, Paulo Luiz Netto. Constitucionalização do direito civil. **Revista de Informação Legislativa**. Brasília: Senado Federal, n. 141, a. 36, p. 99-109, jan./mar. 1999.
- LÔBO, Paulo. Responsabilidade por vícios nas Relações de Consumo. **Revista de Informação Legislativa**. Brasília: Senado Federal, v. 128, p. 165-170, 1995.
- LOPEZ, Enrique Martin. Génesis y estructura de las Ciencias Sociales: Diltthey. **Revista Española de Opinión Pública**. v. 45. jul./set. 1976. Madrid. p. 7-24. p. 7).
- LORENZETTI, Luis Ricardo. Esquema de una teoría sistémica del contrato. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: RT, n. 33, jan./mar. 2000.
- LORENZETTI, Ricardo Luis. **Fundamentos de Direito Privado**. Tradução de Vera Maria Jacob de Fradera. São Paulo: RT, 1998.
- LOVECE, Graciela. Mercadotecnia y *Marketing* en la Captación del Consumidor. In: GHERSI, Carlos A. (Dir.). **Tutela del Consumidor**. Mendoza: Jurídicas Cuyo, 2002.
- 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 Cavallazzi. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006. p. 255-309.
- MARTINS-COSTA, Judith. **Comentários ao Novo Código Civil**. Do Direito das obrigações. Do adimplemento e da extinção das obrigações. Sálvio de Figueiredo Teixeira (Coord.). Rio de Janeiro: Forense, 2003. v. V, t. I.
- MEIRELES, Jussara. O ser e o ter na codificação civil brasileira: do sujeito virtual à clausura patrimonial. In: FACHIN, Luiz Edson (Coord.). **Repensando fundamentos do Direito Civil Brasileiro Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Renovar, 1998.
- MOTA PINTO, Carlos Alberto da. **Teoria Geral do Direito Civil**. 4. ed. Coimbra (Portugal): Coimbra, 2005.
- NUNES, António José Avelãs. **Neoliberalismo e Direitos Humanos**. Rio de Janeiro: Renovar, 2003.
- OLIVEIRA, José Lamartine Côrrea de; MUNIZ, Francisco José Ferreira. O Estado de Direito e os direitos da personalidade. **Revista dos Tribunais**. São Paulo: RT, v. 532, p. 11-23, 1980.
- PAZ, Sergio Daniel. Los jóvenes y la redefinición local del consumo. **Última década**, Chile, v. 12, n. 21, 2004, p. 105-117.
- PERLINGIERI, Pietro. **O Direito Civil na Legalidade Constitucional**. Tradução de Maria Cristina de Cicco. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.
- RAMOS, Carmem Lucia Silveira. Constitucionalização do direito privado e a sociedade sem fronteiras. In: FACHIN, Luiz Edson (Org.) **Repensando fundamentos de Direito Civil Brasileiro Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Renovar, 1998, p. 3-29.
- RENNER, Karl. **Gli istituti del diritto privato e la loro funzione sociale**. Tradução de Cornelia Mittendorfer. Bolonha (Itália): il Mulino, 19810.
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**. Do pensamento único a consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- TEPEDINO, Maria Celina Bodin de Moraes. A caminho de um Direito Civil Constitucional. **Revista de Direito Civil Imobiliário, Agrário e Empresarial**. São Paulo: RT, a. 17, v. 65, p. 21-32, jul./set. 1993.
- Veja Digital. **Revista Veja**. São Paulo: Abril, 17.09.2010.
- VELUDO-DE-OLIVEIRA, Tânia Modest; IKEDA Ana Akemi; SANTOS, Rubens da Costa. Compra compulsiva e cartão de crédito entre universitários. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo: FGV, v. 44, n. 3, p. 89-99, 2004.