

NOVOS CONTRATOS COMO FONTES DE NOVAS RELAÇÕES OBRIGACIONAIS NA ECONOMIA EM REDE

1 INTRODUÇÃO

As relações obrigacionais de direito comercial progridem no compasso da evolução da economia. Atualmente, expressões como “nova economia”, “economia em rede” e “economia do compartilhamento”, que designam inúmeros eventos econômicos surgidos nos últimos 25 anos, muitos dos quais organizados em formato de rede, são correntes.

A economia, aos poucos, perde seu exclusivo formato industrial e vertical, passando a desenvolver-se também por meio de eventos em formato de redes, isto é, de modo horizontal. Nesse contexto, em que os efeitos da digitalização da comunicação para a economia são estruturais e resultam em questões novas que precisam ser pensadas sob uma lógica nova, uma grande mudança ocorre no substrato social.

Autores como Castells (2011) e Todeva e Knoke (2005) entendem que, na atualidade, o negócio em rede é um conceito essencial. Redes constituem a morfologia da sociedade contemporânea, e suas lógicas modificam substancialmente a operação e os resultados dos processos culturais. A sociedade de hoje movimenta-se em redes de relacionamentos, de forma que as relações sociais possuem contingências e complexidades jamais experimentadas.

Diante disso, pretende-se, neste texto, realizar uma releitura do item 4 (*Relações obrigacionais de direito comercial*) do capítulo 2 (*O critério das espécies de boa-fé: a boa-fé objetiva e a boa-fé subjetiva*) do artigo *Critérios para aplicação do princípio da boa-fé objetiva (com ênfase nas relações empresariais)*, de Judith Martins-Costa, integrante do livro “Estudos de direito privado e processual civil em homenagem a Clóvis do Couto e Silva”, publicado em 2014 e organizado pela autora em conjunto com Véra Jacob de Fradera.

Essa releitura será feita a partir de dois dos principais eventos da nova economia: as redes empresariais e as plataformas de compartilhamento, que serão a base material para a análise crítica da compreensão apresentada no artigo em questão acerca das relações obrigacionais de direito comercial e das práticas habituais de negócios. Além disso, tal releitura permitirá propor um novo entendimento sobre as cláusulas gerais dos contratos: probidade e boa-fé objetiva, função social do contrato e adesão contratual.

2 A NOVA ECONOMIA: REDES EMPRESARIAIS E PLATAFORMAS DE COMPARTILHAMENTO

Uma das formas de apresentar a nova economia é apontando e caracterizando os eventos que nela se desenvolvem. Neste estudo, o foco recai nas redes empresariais e nas plataformas de compartilhamento, típicas organizações contratuais da nova economia.

2.1 REDES EMPRESARIAIS: CONCEITO E TIPOLOGIA

Brass et al. (2004) definem as redes como conjuntos de nós e laços que representam alguma relação. Esses nós são dados entre diferentes atores, sejam eles indivíduos, unidades de trabalho ou organizações.

Castells (2011, p. 498), por sua vez, explica as redes como sendo “[...] estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação [...]”. Nesse conceito, uma estrutura social com formato de rede é um sistema aberto altamente dinâmico e suscetível de inovações sem ameaça ao seu equilíbrio. Castells (2011) considera as redes como os instrumentos apropriados para a economia capitalista baseada na inovação, na globalização e na concentração descentralizada.

Teubner (2011) entende que o termo “redes” denota um típico relacionamento social, dentro de uma estrutura de formas confiáveis embasadas na cooperação. Redes são, assim, modos de organização de atividades econômicas que vinculam firmas formalmente independentes, mas economicamente dependentes umas das outras. Essa dependência ocorre por intermédio de um relacionamento estável calcado em uma reciprocidade complexa, que é mais cooperativa do que competitiva.

Todeva e Knoke (2005) classificam essas formas em relações hierárquicas, *joint ventures*, união para investimentos de capitais, cooperativas, consórcios de pesquisa e desenvolvimento, acordos de cooperação estratégica, cartéis, franquias, licenças, redes subcontratantes, grupos de padronização industrial, grupos de ação (para *lobbies* e influência política) e relações de mercado. As principais configurações de redes, segundo Balestrin e Verschoore (2008), são as redes de fornecimentos, os consórcios e as redes associativas. As redes de fornecimentos focam as competências essenciais da empresa líder, ficando as atividades paralelas e complementares, como o fornecimento dos produtos ou serviços elaborados, a cargo de outras empresas com função específica para tanto. Os consórcios, por

sua vez, consistem em uniões entre empresas para a consecução de uma atividade que não seria executada de forma individual, por insuficiência técnica ou econômica. Já as redes associativas funcionam como um associativismo empresarial para fins de redução das dificuldades inerentes à economia e ao mercado.

Como exemplo das empresas em rede, Castells (2011) cita as redes de fornecedores, as redes de produtores, as redes de clientes e as redes de cooperação tecnológica. Thompson (2003) aponta duas correntes teóricas que explicam as redes: a perspectiva clássica, que percebe características hierárquicas nas redes, e a perspectiva contemporânea, que pensa nas redes como entes autônomos, sem subordinação.

Ressalta-se, ainda, que existem redes empresariais que atuam no setor varejista e que, seguindo a classificação de Todeva e Knoke (2005), configuram-se como relações hierárquicas, franquias e redes subcontrantes. A esse respeito, uma observação faz-se necessária. No Brasil, a Lei n.º 6.404, de 15 de dezembro de 1976, que dispõe sobre as sociedades por ações, em seu artigo 265, conceitua “grupo de sociedades” como uma relação entre controladora e suas controladas, marcada pela combinação de recursos ou esforços para a realização dos respectivos objetos ou pela participação em atividades ou empreendimentos comuns. Nesse caso, a sociedade controladora exerce, direta ou indiretamente e de modo permanente, o controle das controladas.

Por outro lado, em nenhuma das espécies de redes empresariais, há confusão societária ou acionária ou, então, relação de controle, e essa é, reputa-se, a primeira distinção a ser feita entre as redes e os grupos empresariais, evidenciando a novidade que aquelas representam para o direito e, conseqüentemente, toda uma nova gama de direitos e obrigações que hoje não está inserida no sistema jurídico. Facilita essa diferenciação a citação dos contratos previstos na legislação brasileira que são utilizados para a formação de redes empresariais: a Lei n.º 8.955, de 15 de dezembro de 1994, que prevê o contrato de franquia empresarial (*franchising*); a Lei n.º 4.866, de 09 de dezembro de 1965, que dispõe sobre a atividade dos representantes comerciais; a Lei n.º 6.729, de 28 de novembro de 1979, que trata das concessões comerciais para veículos automotores; e o Código Civil (Lei n.º 10.406, de 10 de janeiro de 2002), que estabelece os contratos de agência e distribuição. Por fim, não se pode esquecer que, para as redes contratuais, também vigora o clássico princípio da atipicidade das formas, insculpido, hoje, no artigo 425 do Código Civil.

2.2 PLATAFORMAS DE COMPARTILHAMENTO: CONCEITO E TIPOLOGIA

Souza e Lemos (2016) afirmam que a economia do compartilhamento constitui uma nova etapa no processo de desenvolvimento econômico, simbolizada pela superação da lógica de consumo em massa e de acúmulo de bens. Em um momento em que o mercado se encontra saturado e o tema da sustentabilidade ganha cada vez mais força, a nova lógica consiste em compartilhar o que já existe, diminuindo os custos e a produção.

Essa virada, que concede realce ao acesso e à utilização de um bem, em vez da aquisição de sua propriedade, é baseada no uso da tecnologia da informação para compartilhar as capacidades excedentes de produtos e serviços. Nesse sentido, havendo compartilhamento, e não compra e venda ou prestação de serviços, ocorre uma horizontalização das relações comerciais, que deixam de serem competitivas para serem cooperativas.

Para Abramovay (2014), o compartilhamento econômico descentraliza as relações comerciais (se na sociedade industrial a concentração de recursos era fundamental para a eficiência econômica, no modelo compartilhado os recursos, em regra, são daqueles situados na periferia da rede), reduz os custos de transação e requer um relacionamento baseado na confiança. A organização em formato de rede é que permite o fenômeno do compartilhamento econômico. *Peer-to-peer* e *peers inc.*, dois modelos de organização nesse formato, são analisados a seguir.

Basicamente, *peer-to-peer* representa uma arquitetura de redes de computadores, onde cada ponto ou nó da rede é, ao mesmo tempo, cliente e servidor, a partir do compartilhamento de serviços e dados, não havendo a figura do servidor central. Na economia, essa expressão é utilizada para representar a organização entre indivíduos com interesses semelhantes que interagem, normalmente por meio de plataformas *on-line*, retirando de cena os tradicionais intermediários de mercado.

O primeiro negócio formatado nessa categoria foi o empréstimo de pessoa a pessoa (*peer-to-peer lending*) surgido em 2005, na Inglaterra. Em uma visão simplória, pode-se descrever a operação bancária da seguinte maneira: uma instituição financeira opera pagando uma rentabilidade para seus investidores e cobrando outra de seus devedores. O *spread*, ou seja, a diferença entre o que os bancos pagam na captação de recursos e o que eles cobram ao conceder empréstimos (margem), é a configuração básica da economia bancária tradicional.

Esse formato *peer-to-peer lending* elimina o *spread* ao eliminar o banco, fazendo uma ligação direta entre investidor e tomador de crédito. Segundo dados de Morgan Stanley, espera-se que no ano de 2020 esse modelo de empréstimo movimentasse 500 bilhões de dólares.

O modelo *peer-to-peer* também está sendo utilizado pelas companhias de seguros. Primeiramente desenvolvido na Alemanha (pela seguradora *Friendsurance*) e depois nos Estados Unidos (pela seguradora *Lemonade*), esse modelo é formado por uma coletividade de pessoas que desejam adquirir um seguro, normalmente residencial, mas que individualmente consideradas não possuem recursos financeiros para arcar com os custos. A coletividade procura, então, um aplicativo de corretora de seguros que oferece o seguro *on-line*. Em relação aos custos do seguro, uma parte do prêmio é reservada para garantir o risco, e outra parte fica com a corretora para despesas administrativas e garantia de um fundo. Se não houver sinistro nem grandes eventos, os membros do grupo recebem um retorno do valor investido no ano fiscal seguinte. Quando acontece um sinistro, o valor é retirado desse fundo formado com os depósitos da coletividade, e o retorno financeiro diminui para todos. No caso de sinistros maiores, a seguradora cobre os custos. Normalmente, a corretora contrata um seguro de *stop-loss* para o caso de ocorrerem vários sinistros maiores no grupo. Na essência, trata-se do mais puro mutualismo.

Um exemplo mais presente de estrutura *peer-to-peer* é o aplicativo para motoristas Waze, disponível para *smartphones*. Trata-se de um aplicativo de navegação que funciona de maneira diferente dos tradicionais GPS, apresentando a melhor rota em face do trânsito existente no percurso a ser seguido. O sistema faz o cálculo com base em dados de velocidade das vias, obtidos de outros motoristas que estão colaborando com informações de tráfego em tempo real, simplesmente por usarem o aplicativo. Ocorre, assim, o compartilhamento de informações.

Outro formato de economia compartilhada é o *peers inc.*, que consiste, segundo Chase (2015), em uma estrutura de rede composta por uma plataforma que organiza competências (pares) para exploração da capacidade excedente de algum bem. Uber e Airbnb são exemplos desse formato organizacional.

Sob a perspectiva autopoietica, pode-se dizer que nessas estruturas o incorporador (*inc.*) é o responsável pela estruturação eficaz do negócio, enquanto os pares (*peers*) executam as relações conforme a estrutura da organização. Trata-se, portanto, de uma operação recursiva (LUHMANN, 2016).

Capacidade excedente significa toda aquela função potencial de um bem ou serviço que não é executada. Por exemplo, se cada proprietário de automóvel dirige em média duas horas por dia, é possível afirmar que existe um excedente de 22 horas diárias em que o veículo é inutilizado. O ponto-chave consiste, então, em explorar essas horas excedentes. Considerando que a tradicional economia, hierárquica e burocrática, não consegue explorar

esse excedente, a nova economia, muito mais horizontal e flexível, para dar conta desse cenário, atua mediante o que se está caracterizando como formato de rede.

Diferentemente das *peers-to-peers*, formadas apenas por pontos fortes individuais (pessoas e pequenas empresas que compartilham a capacidade excedente), as *peers inc.* possuem um incorporador, que representa o ponto forte industrial, ou seja, a organização da exploração da capacidade excedente. A figura do incorporador (*inc.*) é responsável por organizar, padronizar e simplificar a participação dos pares (*peers*) por meio da plataforma. O incorporador também impõe normas e contratos, cria rotinas e procedimentos e estabelece penalidades, possuindo como papel fazer o que os pares não têm condições de fazer: criar as plataformas de participação e colocar os ativos excedentes para os pares explorarem, tudo sob a órbita da paridade de poderes (CHASE, 2015).

3 A MATERIALIDADE DOS CONTRATOS INTEREMPRESARIAIS DA ECONOMIA EM REDE (NOVA ECONOMIA)

A materialidade dos contratos interempresariais da nova economia é discutida, nesta seção, a partir dos caracteres que a identificam. Defende-se que os negócios da era moderna (até 1990, sem maiores pretensões de certeza) são caracterizados por uma díade composta de “individualidades” que “competem”. São, preponderantemente, contratos bilaterais, instantâneos e descontínuos, que materializam, preponderantemente, compras e vendas e prestações de serviços.

Já os contratos contemporâneos, da era pós-moderna ou pós-industrial, são caracterizados por uma tríade composta de “coletividades” (atores econômicos sem laços societários ou hierárquicos) que “cooperam” (relação comercial *interna corporis*) de forma “coordenada” (surgindo disso o tema da governança). São contratos multilaterais e de longo prazo, que materializam redes empresariais. Vejam-se, a seguir, cada um dos elementos que integram a tríade da nova economia.

3.1 COLETIVISMO

As redes distinguem-se do livre mercado (ambiente econômico geral) ao se diferenciarem em subsistemas econômicos. O objetivo dessa diferenciação consiste na formação de um todo coletivo maior que os concorrentes, para angariar, por exemplo, barganhas pela maior quantidade de insumo adquirida, repartindo os custos (como logística) e

dividindo os investimentos (como ações de *marketing*), ou seja, tornando-se mais eficiente. É na clausura da construção de seus específicos sistemas que cada rede se identifica e define seus objetivos.

Jarillo (1993) afirma que as redes tornam o potencial de competição das empresas que estão em seu interior mais forte do que o potencial das organizações que estão em seu exterior. Eficiência econômica é, portanto, o motivo econômico da ação em formato de rede (TEUBNER, 2011).

Cunha, Passador e Passador (2011) mencionam, a esse respeito, que as alianças entre organizações geram trocas e que essas trocas não trazem ganhos isolados, mas coletivos: há geração de ganhos sinérgicos que podem ser de caráter tanto tangível quanto intangível (ALBINO; FRACCASCIA; GIANNOCARO, 2016). Além dos ganhos tradicionais referentes aos custos de transação, elementos sociais e culturais podem representar ganhos intangíveis decorrentes da participação na rede interorganizacional.

Brass et al. (2004) apresentam quatro motivos que justificam a formação das redes interorganizacionais: adquirir recursos, reduzir a incerteza, melhorar a legitimidade e atingir metas coletivas. Balestrin e Verschoore (2008), por sua vez, citam como principais objetivos das redes “[...] acessar recursos, exercer assimetria de poder, buscar reciprocidade, ganhar eficiência, alcançar estabilidade, conquistar legitimidade, obter flexibilidade, entre outros”.

Objetivos em comum, ou seja, coletivos, são alcançados em virtude das conexões que a rede estabelece entre os vários atores que a compõem. A interação consiste, assim, na base de ação das redes. Segundo Balestrin e Verschoore (2008), a interação emerge quando dois ou mais participantes se conectam, e a conectividade, que é a capacidade de interligar cada um dos participantes da rede, pode ser representada pela intensidade e pela frequência da comunicação entre indivíduos, grupos ou organizações.

Conforme explicita Locke (2001), as redes alcançam seus objetivos a partir do campo organizacional. Elas reúnem atributos que permitem uma ação mais forte no ambiente competitivo, em que a estrutura é dinâmica. Essa ação é uniforme entre os participantes, porém descentralizada e flexível, possibilitando o ganho de escala por meio da união.

A lógica está, desse modo, no estabelecimento de relações coletivas que resultem em ganhos para todos os que formam as redes (JARILLO, 1993). O enfoque individualista da empresa concede lugar ao enfoque coletivista, causando uma verdadeira revolução em termos mercadológicos e administrativos. Os ganhos e os benefícios que as redes geram demonstram que esse novo modelo, coletivo, constitui, efetivamente, a tendência da economia atual.

3.2 COOPERAÇÃO

Feitosa (2003) refere que as redes substituem a *affectio societatis*, comum aos tipos gerais de contratos societários, pela *affectio cooperandi*, que envolve obrigações de cooperação, negociação, assistência e fidelidade. É possível identificar as organizações em rede pela autodeterminação e pela diferenciação de suas relações internas, que são cooperadas. Com isso, não se está afirmando que as redes não têm relações de competição. Tais relações existem, mas em função de suas relações externas. São, entretanto, justamente as relações internas (endógenas) de cooperação que fecham e identificam os sistemas das redes, diferenciando-as em relação ao exterior, onde só há competição.

Segundo Campbell e Collins (2003), é preciso considerar que existem dimensões implícitas nas transações comerciais, como a probidade, a boa-fé e a cooperação. Os contratos relacionais, como são os contratos em rede, sustentam-se porque dependem de inúmeras obrigações implícitas que não comportam consignação expressa.

No âmbito das redes empresariais, a cooperação enquanto obrigação implícita deixa de ocupar um papel subsidiário (acessório e lateral), como o ocupado nos contratos bilaterais e instantâneos, para assumir um lugar de destaque nos contratos de rede (multilaterais e relacionais), conforme destaca Macedo Junior (1998). Isso significa uma nova perspectiva teórica para a interpretação dos contratos que formam redes empresariais.

A cooperação consiste, segundo Teubner (2005), em um tipo de ação social, assim como a troca e a concorrência, todas igualmente válidas. Ao passo que o modelo teórico tradicional, preponderantemente contratualista, confere realce à ação de troca e de concorrência, o modelo autopoietico¹ outorga destaque à ação cooperativa.

Os reflexos dessa mudança de foco são gritantes. Enquanto a unidade básica do mercado é a transação monetária, a das organizações em rede é a decisão; enquanto a ação no mercado se fundamenta primariamente nos preços, a ação da organização orienta-se com base nas expectativas organizacionais internas; e, enquanto o cálculo da ação no mercado depende do interesse egoísta do indivíduo, na organização, depende essencialmente do interesse “altruísta” da própria organização.

¹ Refere-se à Teoria dos Sistemas Sociais Autopoieticos, do alemão Niklas Luhmann.

3.3 COORDENAÇÃO

A coordenação das redes é apontada como principal fator de determinação do sucesso organizacional, o que a coloca em uma posição jurídica obrigacional. A partir de técnicas próprias para o nível de rede, o gestor tem a obrigação de identificar e tratar os interesses, as dificuldades e as preocupações dos demais atores, criando a unidade do ente coletivo.

Antunes, Balestrin e Verschoore (2010) explicam que a coordenação das redes envolve, assim, a adoção de instrumentos contratuais e mecanismos que regulamentam, protegem e estabilizam a ação coletiva. Esses instrumentos e mecanismos são complexos e formatam a abertura do sistema para o seu ambiente, onde cada rede enfrentará a contingência econômica e captará o que lhe for útil para seguir evoluindo.

O resultado esperado da coordenação consiste na identificação exata dos interesses coletivos das redes, que pressupõem os interesses individuais de seus associados. Conforme Bakken, Hernes e Wiik (2009), a coordenação de uma rede deve fomentar os benefícios que a estratégia coletiva tem a potencialidade de gerar, pois é justamente pelos benefícios que representam que as redes são modelos de ação econômica.

Tendo isso em vista, Provan e Kenis (2008) discorrem acerca da coordenação (governança e gestão) das redes organizacionais e do seu impacto sobre a eficácia do empreendimento coletivo. As vantagens da coordenação, segundo os autores, são imensuráveis, incluindo, por exemplo, a aprendizagem reforçada, o uso mais eficiente dos recursos, o aumento da capacidade para planejamento de ações e resolução de problemas e a maior capacidade competitiva.

A coordenação envolve a relação entre função, eficácia e resultados das redes. Nesse sentido, a obrigação de coordenar a operação global das redes é de suma importância, pois apenas por seu intermédio é possível dar funcionalidade a esse tipo de organização contratual.

Mas de quem é a obrigação de coordenar? Respondendo a essa pergunta, Orsolin e Perucia (2010) destacam o papel de quem exerce a liderança nas organizações em rede (formatador, franqueador, indústria, representado etc.). Pertence à liderança o desafio de coordenar o crescimento econômico da rede e preservar a cooperação coletiva, de maneira que a liderança trata fundamentalmente de aspectos relacionais (MACEDO, 2008).

Efetuar a coordenação bem-sucedida de uma rede implica, portanto, estar inserido em um evento que é coletivo e altamente cooperativo. As redes são organizações de organizações, que se relacionam em prol de um fim comum. Esse relacionamento deve ser paritário, de

forma a atender os objetivos coletivos que identificam as redes empresariais, já que estas, conforme mencionam Perucia e Orsolin (2010), são parceiras, e não concorrentes.

Acredita-se que a governança, coordenação ou gestão das redes seja obrigada a manter a estabilidade e promover o fomento das organizações interempresariais, obrigação essa que ganha sentido em face da diferença que as redes apresentam em relação ao sistema econômico geral. Trata-se de uma obrigação que possui função estrutural (LUHMANN, 2016) certa no evento: a coordenação representa, ao mesmo tempo, condição técnica para a economia das redes e obrigação jurídica para o direito das redes. Estruturas de governança fomentam suas relações de cooperação e resolvem seus litígios (FIANI, 2011), sendo o elemento acoplador entre o sistema jurídico e os sistemas de cada rede empresarial.

4 OS QUATRO TRAÇOS DAS RELAÇÕES OBRIGACIONAIS DE DIREITO COMERCIAL

Nesta seção, inicia-se a releitura do item 4 (*Relações obrigacionais de direito comercial*) do capítulo 2 (*O critério das espécies de boa-fé: a boa-fé objetiva e a boa-fé subjetiva*) do artigo *Critérios para aplicação do princípio da boa-fé objetiva (com ênfase nas relações empresariais)*, de Judith Martins-Costa, presente no livro “Estudos de direito privado em homenagem a Clóvis do Couto e Silva”, organizado pela autora em parceria com Véra Jacob de Fradera e publicado em 2014.

Segundo Martins-Costa, são quatro os traços marcantes das relações obrigacionais de direito comercial. A seguir, são discutidos cada um desses traços, com a atenção voltada para a nova economia, as redes empresariais e as plataformas de compartilhamento.

O primeiro traço consiste na presença da empresa em ambos os polos contratuais. Empresário, conforme o artigo 966 do Código Civil, é quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou serviços. Observa-se que o Código Civil não traz o conceito de empresa, mas o de empresário, que pode, inclusive, desenvolver suas atividades econômicas por intermédio de sociedade não personificada.

Destacam-se dois pontos para revisão acerca desse primeiro traço indicado por Martins-Costa. Na nova economia, é extremamente comum a existência de pessoas naturais (ou seja, físicas) exercendo, individualmente, atividades empresariais, como ocorre com os milhares de motoristas que trabalham cadastrados na plataforma da Uber ou os milhares de proprietários de imóveis cadastrados na plataforma da Airbnb, que exercem profissionalmente

atividade econômica organizada e contratam suas adesões às plataformas digitais. Trata-se, portanto, de “contratos comerciais de adesão”.

O segundo traço indicado por Martins-Costa é a existência de um meio ambiente mercadológico. Sobre esse ponto, é preciso trazer à tona o conceito de mercado. Kirzner (1986), representante da Escola Austríaca², apresenta duas noções cruciais para a compreensão do mercado: competição e atividade empresarial. O processo de mercado é inerentemente competitivo, de forma que a noção de competição se mostra inseparável do próprio mercado. O processo competitivo de mercado é essencialmente empresarial, e a atividade do empresário é essencialmente competitiva. Logo, a competição é inerente à natureza do processo empresarial de mercado. Ou, para dizer de outra maneira, a atividade empresarial é inerente ao processo competitivo de mercado.

Ora, não parece crível considerar que as redes empresariais, como as redes de franquias McDonald's e Subway e seus mais de trinta mil franqueados, ou as plataformas de compartilhamento com seus milhares de pares, estejam em um mercado onde a competição é inerente entre os integrantes dessas organizações. Em verdade, as redes empresariais e as plataformas de compartilhamento são estratégias de competição direcionadas para quem está “fora” de suas organizações. Então, é preciso diferenciar o ambiente interno dessas organizações da nova economia, onde a competição não é admissível, do ambiente externo, onde a competição se faz presente.

A nova economia traz esta especificidade: a criação de um ambiente para a constituição de um ente coletivo que irá competir com o seu exterior, no livre mercado. Tal especificidade implica formatar o ambiente interno desses entes coletivos com os olhos voltados para sua relação socioeconômica interna, de cooperação, evitando a competição ou, nos termos de Spencer Brow, sua entropia. E cooperação significa, para autores como Campbell e Collins (2003) e Teubner (2011), boa-fé contratual.

O terceiro traço apresentado por Martins-Costa é a conjugação entre boa-fé e as práticas (usos) regulares no mercado. Novamente, é preciso diferenciar os conceitos em jogo. A boa-fé e as práticas regulares no mercado possuem conotações diversas entre aqueles atores econômicos que estão em um ambiente mercadológico do capitalismo industrial e aqueles que estão em um ambiente mercadológico do capitalismo de alianças.

² Trata-se de uma escola de pensamento econômico que enfatiza o poder de organização espontânea do mecanismo de preços. A Escola Austríaca afirma que a complexidade das escolhas humanas subjetivas faz com que seja extremamente difícil (ou indecidível) a modelação matemática do mercado em evolução e defende uma abordagem *laissez-faire* para a economia.

Por exemplo, é possível considerar como boas práticas a determinação, por parte de quem controla a política de preços de determinada rede ou plataforma, ou repentinas variações nos preços dos produtos e serviços que compõem seu objetivo econômico, para causar surpresa aos concorrentes, não permitindo que os franqueados ou os empresários-motoristas se organizem financeiramente? Reputa-se que, para aqueles parceiros econômicos que compõem as redes empresariais ou as plataformas digitais, tal surpresa não pode ocorrer, sob pena de desorganização da economia individual de cada um dos integrantes. Embora uma ação mercadológica desse tipo possa ser positiva para a rede ou a plataforma, também pode ser, ao mesmo tempo, prejudicial aos pares individualmente considerados. Dessa forma, a boa-fé e as práticas regulares, no âmbito *interna corporis*, devem atender aos interesses da coletividade envolvida: franqueador e franqueados; indústria e representantes comerciais e distribuidores; e plataformas e aderentes.

O quarto e último traço mencionado por Martins-Costa, analisado na seção a seguir, consiste na tensão entre o princípio da boa-fé e a autonomia privada.

5 A NOVA ECONOMIA (ECONOMIA EM REDE) E A REESTRUTURAÇÃO DA PRÁTICA HABITUAL DE NEGÓCIOS

Segundo Martins-Costa (2014, p. 201), “Uma das características da noção de atividade está na sua consideração como estrutura para prática habitual de negócios”. Tal característica, segundo a autora, é acompanhada de outras: organização, especialização, cooperação, instituição social e habitualidade.

O Código Civil, em seu artigo 113, ao unificar as obrigações civis e comerciais, conectou a boa-fé aos usos. Por usos, entende-se não apenas aqueles do local da contratação, mas também, destaca Martins-Costa (2014), os próprios usos praticados pelos contratantes (autonomia privada).

Essas características são plenamente aplicadas às redes empresariais e às plataformas de compartilhamento, em que existe uma organização complexa de agentes econômicos autônomos que formam as coletividades empresariais. Para redes de franquias com cem, duzentos, mil, dez mil ou trinta mil franqueados, é preciso haver uma organização para que os interesses não se sobreponham e não ocorra competição em um ambiente cooperativo. Conforme salientam Balestrin e Verschoore (2008), a economia em rede caracteriza-se por ser uma “organização” que combina estrutura, estratégia e coordenação.

A especialização, da mesma forma, é inerente à economia em rede, uma vez que as organizações coletivas “recortam” fatias do livre mercado e nelas se especializam por intermédio de uma coletividade de atores econômicos. As estratégias cooperativas da economia em rede visam justamente à especialização interna da organização para competir no livre mercado.

Já a cooperação consiste simplesmente na relação interna das coletividades contratuais da economia em rede. Enquanto o capitalismo industrial confere realce à empresa que compete no mercado (faz-se referência à Escola Austríaca e aos seus ilustres representantes, como Ludwig von Mises e Israel Kirzner), o capitalismo de aliança foca a cooperação, ou melhor, o desafio da coopetição (NALEBUFF; BRANDENBURGER, 1996). Essa dicotomia entre competição e cooperação marca a configuração das relações econômicas capitalistas contemporâneas, sendo, por isso mesmo, denominada por alguns autores capitalismo de alianças.

Sobre a instituição social e a habitualidade, conforme referido, as redes econômicas organizam-se e se identificam como entes coletivos cuja relação *interna corporis* é de cooperação. Criam-se ambientes econômicos próprios (subsistemas econômicos, portanto), com *habitus* específico de cada rede, constituindo instituições sociais peculiares compostas de instrumentos reguladores e normativos reconhecidos pela coletividade que as integram. Portanto, a economia em rede potencializa a noção de atividade empresarial como sendo uma estrutura para a prática habitual de negócios.

Martins-Costa (2014) refere que essas características fazem com que a conduta de boa-fé no ambiente de mercado deva evitar surpresas desleais em razão dos *usos* e das *práticas das próprias partes contratantes*, face à racionalidade econômica, às estratégias globais e setoriais e às expectativas de confiança que não se explicam pela estrita razão econômica. Entretanto, na economia moderna, de capitalismo industrial, onde vigora a grande empresa competidora, tais características apresentadas pela autora parecem uma utopia de difícil execução.

Já na economia pós-moderna, ou seja, na nova economia, também conhecida como capitalismo de alianças, essa utopia se torna realidade a ponto de ser a própria condição material para seus eventos. Nas redes empresariais e nas plataformas de compartilhamento, não há “traços” de organização, especialização, cooperação, instituição social e habitualidade; mais do que isso, a obra toda é composta de organização, especialização, cooperação, instituição social e habitualidade.

Este é o ponto a ser destacado: na nova economia, a boa-fé não tem como limite os usos praticados no local da contratação ou os usos praticados pelos próprios contratantes. A boa-fé vai mais além, vai até o contexto econômico-social do contrato, que Betti (2008) e seu seguidor Bulgarelli (1999, 2000) chamam de causa do contrato (que difere de objeto do contrato) e que Roppo (2009) chama de materialidade do contrato. Com essa ressalva, é plenamente possível que as más práticas contratuais sejam expurgadas graças às boas práticas contratuais, sob pena de tornar o princípio da *supressio* tão ou mais vigorante que o próprio princípio de cláusula geral da boa-fé.

6 AS MÁS PRÁTICAS CONTRATUAIS E A BOA-FÉ OBJETIVA

Segundo Martins-Costa (2014), nos contratos interempresariais, a prática induz a uma situação de confiança, sinônimo de boa-fé, resultando na previsibilidade para que o empresário calcule o risco do seu empreendimento. A questão que exsurge diante disso é saber quais práticas induzem a situações de confiança, ou seja, quais práticas são sinônimo de boa-fé.

Será que a prática de um franqueador de aumentar o preço dos produtos que fornece ao franqueado (que, por sua vez, faz o mesmo ao consumidor), em desequilíbrio com o mercado, ainda que clausulada no contrato, pode ser considerada em conformidade com o direito? Nesse caso, que cálculo de risco faz o empresário-franqueado? De que pode “quebrar” a qualquer momento, apenas dependendo da “fome” do empresário-franqueador.

Será que a prática de uma plataforma de compartilhamento de permitir a adesão ilimitada de motoristas particulares, independentemente de um cálculo realista que limite a adesão à eficiência econômica para os motoristas, pode ser considerada em conformidade com o direito? Nesse caso, que cálculo de risco faz o empresário-motorista? Novamente, de que pode “quebrar” a qualquer momento, apenas dependendo da “fome” do empresário proprietário da plataforma.

As más práticas, mesmo que clausuladas em contrato, sobretudo em contratos que formatam redes empresariais e plataformas de compartilhamento, que são preponderantemente contratos de adesão e de longo prazo, não podem ser consideradas como sinônimo de boa-fé. Seguindo as bases luhmannianas, as expectativas que o relacionamento econômico em rede gera devem ser congruentes com o que os empresários-aderentes objetivamente esperam. As más práticas não são institucionalizadas entre aquela massa de empresários (considerando-se a definição de empresário apresentada no artigo 966 do Código

Civil) que possuem apartamentos cadastrados na Airbnb, ou aquela massa de empresários que exploram o transporte de pessoas pela Uber, ou ainda aquela massa de empresários-franqueados e empresários-representantes comerciais que simplesmente esperam que os empresários-franqueadores e empresários-industriais não desestabilizem o equilíbrio econômico-financeiro da relação contratual.

Se, como dizia Luhmann, os juízes conhecem o mundo por meio das leis e dos contratos, no caso das más práticas contratuais, mormente nos contratos de redes empresariais e plataformas de compartilhamento, os juízes conhecem um mundo abusivo e devem, segundo os princípios e as cláusulas gerais contratuais, torná-lo equilibrado. E, para que o direito possa determinar se os contratos da nova economia são abusivos ou não, deverá, conforme referido, compreender o contexto econômico-social do contrato, ou seja, a causa do contrato (para Emílio Betti e Waldírio Bulgarelli) ou a materialidade do contrato (para Enzo Roppo).

A boa-fé não se presta apenas a evitar representações injustificadas ou a prevenir danos. Mais do que isso, ela se presta a retificar relações contratuais desequilibradas, a identificar cláusulas abusivas, a manter hígida a materialidade ou a causa nos negócios jurídicos, mesmo que os empresários, mormente aqueles que formatam as redes empresariais e as plataformas de compartilhamento, se esforcem para desconfigurar essa materialidade ou causa.

De acordo com Martins-Costa (2014), a boa-fé nas relações empresariais possui um significado que é construído pelo viés da confiança. Confiança significa confiabilidade, credibilidade, crença legítima e previsibilidade.

Interessa aqui especialmente o significado da previsibilidade. A previsibilidade, segundo Martins-Costa (2014), é necessária para o cálculo do risco do investidor. Ocorre que, conforme adverte a autora, a confiança, assim como seu significado de previsibilidade, está articulada com a *liberdade de iniciativa econômica*, garantia constitucional que confere dinamismo ao mercado e o torna um organismo vivo que não pode ser totalmente programável ou imobilizado. O risco integra a atividade empresarial, e, nesse sentido, a previsibilidade permite ao empresário o cálculo dos riscos da empreitada.

Contudo, na economia das redes empresariais e das plataformas de compartilhamento, os investidores são os inúmeros empresários que aderem às redes, sejam os franqueados, os representantes comerciais, os motoristas da Uber ou os proprietários dos imóveis anunciados na Airbnb. Pertence a eles tanto o patrimônio vertido para a exploração econômica em rede quanto os riscos daí decorrentes.

Dessa forma, a discussão sobre a previsibilidade enquanto confiança perde seu sentido nos empreendimentos coletivos altamente cooperados e coordenados da nova economia. Em redes de franquia ou plataformas de compartilhamento, a relação em que há risco é a existente entre os comerciantes e os clientes, e não entre os comerciantes e o franqueador ou a empresa proprietária da plataforma. Entre estes atores econômicos, a relação é estritamente comercial, mas diferente da relação que vigora na economia industrial, onde o ambiente de mercado abarca empresas que competem entre si.

Na nova economia, há, antes do momento competitivo, em um período prévio, uma organização de atores econômicos (coletividade) que cooperam e se coordenam para depois competirem no tradicional ambiente econômico. Nessa etapa prévia, de coletivismo, cooperação e coordenação, não há sentido em falar de previsibilidade, porque ela pressupõe uma possível “vantagem” entre atores econômicos que cooperam, ou seja, evidencia uma contradição.

7 RISCO, ADESÃO CONTRATUAL E FUNÇÃO SOCIAL DO CONTRATO

Tendo em vista a configuração do capitalismo industrial segundo a Escola de Viena (Escola Austríaca), Martins-Costa (2014) considera o risco inerente à atividade empresarial. Para Kirzner (1986), insigne representante da Escola de Viena, duas noções são cruciais para compreender o mercado: competição e atividade empresarial. O processo de mercado é inerentemente competitivo, de forma que a noção de competição se mostra inseparável do próprio mercado. O processo competitivo de mercado é essencialmente empresarial, e a atividade do empresário é essencialmente competitiva. Logo, a competição é inerente à natureza do processo empresarial de mercado. Ou, para dizer de outra maneira, a atividade empresarial é inerente ao processo competitivo de mercado.

Entretanto, as organizações em formato de rede não toleram a competição nas suas relações internas. Conforme argumentado, as redes empresariais e as plataformas de compartilhamento fecham-se em sistemas colaborativos para competir com o seu exterior. Não há sentido na competição entre membros de uma mesma organização empresarial estruturada em rede, simplesmente porque causaria entropia (BROWN, 1969).

Por isso, há uma vulnerabilidade diferenciada na economia em rede, amplamente constituída por contratos de adesão. Os mais de trinta mil franqueados do McDonald's e do Subway contrataram por adesão. Os milhares de motoristas da Uber e de proprietários da Airbnb contrataram por adesão. Todos esses aderentes possuem a presunção de

hipossuficiência, pois seus contratos, embora comerciais, são assimétricos. Por essa razão, enxerga-se na unificação do direito obrigacional privado brasileiro o horizonte da economia em rede. As cláusulas gerais dos contratos, novidade do Código Civil atual em relação ao pretérito, constituem as inovações que albergam os contratos comerciais da economia em rede.

Conforme os artigos 423 e 424 do Código Civil, nos contratos de adesão, as cláusulas ambíguas ou contraditórias devem ser interpretadas em favor do aderente, sendo nulas as cláusulas que estipulem a renúncia antecipada do aderente a direito resultante da natureza do negócio. No caso dos contratos da nova economia, só há risco para os aderentes, que formam uma legião de pequenos e médios empresários, que investem na adesão a uma rede ou plataforma e esperam, em contrapartida, que aqueles que organizam e coordenam o evento coletivo cooperado levem em conta suas expectativas. Essa é a fórmula que Martins-Costa (2014) sugere para calcular a relação entre riscos e proteção de expectativas.

Se a boa-fé objetiva direciona condutas no tráfico negocial e impõe deveres para manter uma linha de coerência comportamental, a dogmática de direito obrigacional e contratual deve entender que a ampla maioria dos contratos que formatam redes empresariais e plataformas de compartilhamento é adesiva. E é exatamente pelo fato de os contratos da nova economia serem “contratos comerciais de adesão” que a função social dos contratos precisa ser repensada.

A função social do contrato, segundo Godoy (2009), tem uma dupla perspectiva: *inter partes* e *ultra partes*. Tal questão é abordada no enunciado 360 da IV Jornada de Direito Civil: “O princípio da função social dos contratos também pode ter eficácia interna entre as partes contratantes”.

Na perspectiva *inter partes*, a função social do contrato fundamenta-se pelos artigos 1.º, incisos III e IV, 3.º, inciso I, e 170, caput, da Constituição Federal. A função social do contrato busca tutelar os interesses da coletividade, relativizando os direitos subjetivos. Trata-se da busca pela igualdade substancial ou, em outros termos, pela igualdade de dignidade, resultando em um aumento da liberdade de contratar.

Segundo os enunciados 21 e 23 da I Jornada de Direito Civil, do Conselho da Justiça Federal, “A função social do contrato, prevista no art. 421 do novo Código Civil, constitui cláusula geral que reforça o princípio de conservação do contrato, assegurando trocas úteis e justas”, e “A função social do contrato, prevista no art. 421 do novo Código Civil, não elimina o princípio da autonomia contratual, mas atenua ou reduz o alcance desse princípio quando

presentes interesses metaindividuais ou interesse individual relativo à dignidade da pessoa humana”.

Nesse sentido, a função social do contrato não é apenas um limite negativo, mas também um paradigma afirmativo de fomento de escolhas das melhores práticas comerciais. A função social do contrato promove, assim, a dignidade humana e o solidarismo, princípios constitucionais. Sobre a dignidade humana, a função social do contrato proporciona meios e modos para que o ser humano possa expandir as globalidades de sua personalidade e desenvolvê-la na totalidade de seus elementos. Além do mais, ela impõe um dever passivo genérico de respeito ao valor que lhe dá conteúdo: isto é, à pessoa humana. Sobre o solidarismo, a função social do contrato busca o autorregramento de interesses, impondo a todos um dever positivo de colaboração. O solidarismo visa à igualdade substancial, garantindo que contratações sejam justas em termos de colaboração entre as partes e de justiça distributiva.

Já na perspectiva *ultra partes*, o contrato tem uma função social projetada, sobretudo, entre as próprias partes contratantes, mas também projetada sobre o corpo social e em prol do desenvolvimento da sociedade. A função social do contrato ressemantiza o princípio da relatividade do contrato, segundo o qual o contrato não pode surtir efeitos entre terceiros. A nova teoria contratual impõe que se compreenda o contrato como voltado à promoção dos valores sociais.

Veja-se que a função social do contrato é tratada pela doutrina citada sob a perspectiva dos contratos de uma economia ainda industrial. Assim, sob o viés *inter partes*, a função social do contrato praticamente se confunde com a boa-fé objetiva e, sob o viés *ultra partes*, a função social do contrato consiste apenas em um entendimento novo acerca do princípio da relatividade dos contratos.

Porém, sob a perspectiva da nova economia ou da economia em rede, a função social do contrato diz respeito à criação de verdadeiras instituições contratuais coletivas que possuem objetivos próprios, correspondentes às suas próprias materialidades, que são coletivas, cooperadas e coordenadas. É exatamente esta a novidade dos “novos contratos comerciais de adesão”: a criação de instituições coletivas que possuem autonomia própria em relação aos seus participantes (que formam a coletividade) e em relação aos próprios Estados.

Conforme refere Godoy (2009), no embate entre direito público e direito privado, a nova ordem contratual resulta do privado institucionalizando o público, e o tradicional princípio da autonomia da vontade dá lugar à autonomia privada. A autonomia da vontade,

enquanto poder das partes em regravar suas relações contratuais, passa a ter sentido segundo os limites e as finalidades assinadas pela função social, cujo manancial é a Constituição Federal.

A pós-modernidade proporcionou, assim, uma nova realidade para os contratos, que carregam reflexos do Estado Liberal e do Estado Social, resultando em uma dimensão social da autonomia privada, em que se confere destaque à igualdade material dos contratantes.

9 CONCLUSÃO

A mudança é grande: do modernismo ao pós-modernismo, do capitalismo industrial ao capitalismo de alianças, dos negócios verticais aos negócios horizontais, da água para o vinho. Discutir teoricamente os contratos comerciais da nova economia como equivalentes aos contratos da antiga economia constitui um equívoco que causa consequências desastrosas.

Vive-se um momento de mutação ontológica do contrato. O contrato deixa de ter a função precípua de prever penalidades para o caso de inadimplência (WEBER, 1994) e passa a ter a função de orientar a coordenação de eventos coletivos cooperados e coordenados. Essa nova função contratual é tida como governança, e as estruturas de governança, segundo entende Fiani (2011), servem para fomentar a cooperação e resolver os litígios, sempre em prol do interesse “coletivo”, ou seja, do interesse da “rede”.

O contrato deixa de ser um instrumento de proteção para ser um instrumento de proatividade (KAMIA; PORTO, 2011) organizacional. Tal virada só é possível devido à diferença estrutural entre os mercados no capitalismo industrial (individualismo e competição) e no capitalismo de alianças (coletivismo, cooperação e coordenação).

Fixada essa diferença estrutural, as cláusulas gerais dos contratos previstas no Código Civil – função social, probidade e boa-fé e adesão contratual – ganham um sentido bem mais rico se comparado aos sentidos que a literatura tradicional apresenta. Os contratos comerciais da economia em rede são, preponderantemente, de adesão. A probidade e a boa-fé objetiva na economia em rede significam, respectivamente, dever de coordenação conforme o que se pode considerar de boa prática e dever extremo de proteção do *alter*. E a função social na economia em rede permite efetivar os fundamentos e objetivos fundamentais da Constituição Federal brasileira.

Se a estrutura econômica mudou, também mudaram as práticas comerciais e, com elas, as definições do que se pode considerar boas e más práticas. Nesse sentido, o risco econômico, da mesma forma, apresenta-se de maneira distinta na velha e na nova economia.

Ao fim e ao cabo, é preciso uma nova teoria de direito contratual que reflita uma nova dogmática e uma nova disciplina para os contratos da economia em rede. E, se o começo desse exercício está no entendimento da mudança estrutural ocorrida da velha para a nova economia, o passo seguinte deve ser dado a partir da ressemantização das cláusulas gerais dos contratos previstas no Código Civil.

O exercício vislumbrado inicia no direito das obrigações, pois a teoria clássica de direito privado, refletida no Código Civil, entende os contratos como fontes de obrigações e define as obrigações principais como de dar e fazer. Logo, os contratos são fontes das obrigações principais de dar e fazer, e apenas o inadimplemento dessas obrigações, segundo o artigo 389 do Código Civil, determina a resolução do contrato com as devidas indenizações.

Entretanto, os novos contratos comerciais da nova economia possuem como obrigações principais aquelas derivadas dos princípios da probidade, da boa-fé objetiva e da função social do contrato, que, no paradigma da velha economia, eram obrigações meramente laterais. A nova economia traz, assim, mais esta transformação: as obrigações laterais viram principais.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. A economia híbrida do século XXI. In: COSTA, Eliane; AGUSTINI, Gabriela (Orgs.). **De baixo para cima**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014. p. 104-131.
- ALBINO, Vito; FRACCASCIA, Luca; GIANNOCARO, Ilaria. Exploring the role of contracts to support the emergence of self-organized industrial symbiosis networks: an agent-based simulation study. **Journal of Cleaner Production**, [S.l.], v. 112, n. 5, p. 4353-4366, 2016.
- ANTUNES, José Antônio Valle; BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge Renato (Orgs.). **Práticas de gestão de redes de cooperação**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2010.
- BAKKEN, Tore; HERNES, Tor; WIIK, Eric. Innovation and organization: an overview from the perspective of Luhmann's autopoiesis. In: MAGALHÃES, Rodrigo; SANCHEZ, Ron (Orgs.). **Autopoiesis in organization theory and practice**. Bingley: Emerald Group Publishing, 2009. p. 69-88.
- BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge Renato. **Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- BETTI, Emilio. **Teoria geral do negócio jurídico**. São Paulo: Servanda, 2008.
- BRASS, Daniel J. et al. Taking stock of networks and organizations: a multilevel perspective. **Academy of Management Journal**, New York, v. 47, n. 6, p. 795-817, 2004.

BROWN, George Spencer. **Laws of form**. London: Allen & Unwin, 1969.

BULGARELLI, Waldirio. **Direito comercial**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

_____. **Contratos mercantis**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

CAMPBELL, David; COLLINS, Hugh; WIGHTMAN, John (Eds.). **Implicit dimensions of contract**: discrete, relational and network contracts. Oxford: Hart publishing, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

CHASE, Robin. **Economia compartilhada**: como as pessoas e as plataformas estão inventando a economia colaborativa e reinventando o capitalismo. Tradução de Cristina Yamagami. São Paulo: HSM do Brasil, 2015.

CUNHA, Julio Araujo Carneiro da; PASSADOR, João Luiz; PASSADOR, Cláudia Souza. Recomendações e apontamentos para categorizações em pesquisas sobre redes interorganizacionais. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 9, n. esp. 1, p. 505-529, 2011.

FEITOSA, Maria Luiza Pereira de Alencar Mayer. Acordos de cooperação entre empresas e o efeito rede. **Verba Juris**, João Pessoa, v. 6, n. 2, p. 195-228, 2003.

FIANI, Ronaldo. **Cooperação e conflito**: instituições e desenvolvimento econômico. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

GODOY, Claudio Luiz Bueno de. **Função social do contrato**: os novos princípios contratuais. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

JARILLO, José Carlos. **Strategic networks**: creating the borderless organization. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1993.

KAMIA, Meiry; PORTO, Juliana B. Comportamento proativo nas organizações: o efeito dos valores pessoais. **Psicologia: Ciência e Profissão**, Brasília, v. 31, n. 3, p. 456-467, 2011.

KIRZNER, Israel M. **Competição e atividade empresarial**. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises, 1986.

LUHMANN, Niklas. **Sociologia do direito I**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1983.

LUHMANN, Niklas. **O direito da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2016.

MARTINS-COSTA, Judith. Critérios para aplicação do princípio da boa-fé objetiva (com ênfase nas relações empresariais). In: MARTINS-COSTA, Judith; JACOB DE FRADERA, Véra Maria (Orgs.). **Estudos de direito privado e processual civil**: em homenagem a Clóvis do Couto e Silva. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 189-229.

MARTINS-COSTA, Judith; JACOB DE FRADERA, Véra Maria (Orgs.). **Estudos de direito privado e processual civil**: em homenagem a Clóvis do Couto e Silva. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

NALEBUFF, Barry J.; BRANDENBURGER, Adam. **Co-opetição**: 1. um conceito revolucionário que combina competição com cooperação, 2. a estratégia da teoria do jogo que está mudando o jogo dos negócios. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

ORSOLIN, Gustavo T.; PERUCIA, Alexandre. Liderança. In: ANTUNES, José Antônio Valle; BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge Renato (Orgs.). **Práticas de gestão de redes de cooperação**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2010. p. 63-69.

PERUCIA, Alexandre; ORSOLIN, Gustavo T. Relacionamento. In: ANTUNES, José Antônio Valle; BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge Renato (Orgs.). **Práticas de gestão de redes de cooperação**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2010. p. 109-119.

SOUZA, Carlos Affonso Pereira de; LEMOS, Ronaldo. Aspectos jurídicos da economia do compartilhamento: função social e tutela da confiança. **Revista de Direito da Cidade**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 4, p. 1757-1777, 2016.

TEUBNER, Gunther. **Networks as connected contracts**: edited with an introduction by Hugh Collins. Oxford: Hart Publishing, 2011.

THOMPSON, Grahame F. **Between hierarchies and markets**: the logic and limits of network forms of organization. New York: Oxford University Press, 2003.

TODEVA, Emanuela; KNOKE, David. Strategic alliances and models of collaboration. **Management Decision**, Bingley, v. 43, n. 1, p. 123-148, 2005.

WEBER, Max. **Economia e sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília: Editora da UnB, 1994.