



UNIVERSIDADE FEDERAL DO SUL E SUDESTE DO PARÁ
INSTITUTO DE ESTUDOS EM DIREITO E SOCIEDADE
FACULDADE DE DIREITO

HENRIQUE FIALHO ARRUDA

AUMENTO EXCESSIVO DOS PREÇOS SEM JUSTA CAUSA:

Da responsabilização dos fornecedores monopolistas mesmo sem relação de
consumo direta

Marabá/PA

2022



HENRIQUE FIALHO ARRUDA

AUMENTO EXCESSIVO DOS PREÇOS SEM JUSTA CAUSA:

Da responsabilização dos fornecedores monopolistas mesmo sem relação de consumo direta

Monografia apresentada junto ao curso de Direito da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Direito

Orientadora: Prof^a Dra. Rejane Pessoa de Lima Oliveira

MARABÁ

2022

HENRIQUE FIALHO ARRUDA

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará
Biblioteca Setorial Josineide da Silva Tavares

A779a Arruda, Henrique Fialho
Aumento excessivo dos preços sem justa causa: da responsabilização dos fornecedores monopolistas mesmo sem relação de consumo direta / Henrique Fialho Arruda. — 2022.
57 f.

Orientador(a): Rejane Pessoa de Lima Oliveira.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, Campus Universitário de Marabá, Instituto de Estudos em Direito e Sociedade, Faculdade de Direito, Curso de Bacharelado em Direito, Marabá, 2022.

1. Defesa do consumidor - Legislação. 2. Brasil. [Código de defesa do consumidor (1990)]. 3. Preços. 4. Monopólios. I. Oliveira, Rejane Pessoa de Lima, orient. II. Título.

AUMENTO EXCESSIVO DOS PREÇOS SEM JUSTA CAUSA:

Da responsabilização dos fornecedores monopolistas mesmo sem relação de consumo direta

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Direito do Instituto de Estudos de Direito e Sociedade da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Data da Aprovação: Marabá (PA), em ____ de ____ de 2022

BANCA EXAMINADORA

Profª Dra. Rejane Pessoa de Lima Oliveira

Profº Examinador 1

Profº Examinador 2

*“A justiça sem a força é impotente, a
força sem justiça é tirana.”*

(Blaise Pascal)

AGRADECIMENTOS

Primeiro de tudo, gostaria de agradecer ao meu Deus, por me guiar tanto na escolha, quanto ao decorrer da minha graduação, sem o favor dele eu não teria chegado onde estou hoje, ou mesmo seria quem eu sou.

Quero agradecer à minha namorada, Amanda Emília Guimarães Coutinho, por ter acreditado em mim durante todo esse tempo, de todo o tempo que eu dediquei ao meu curso, pelo menos metade foi por causa dela.

Aos meus pais, que apesar de não estarem perto de mim fisicamente, não me deixaram faltar nada, muito menos incentivo, apoio e é claro, cobrança. Agradeço em especial ao meu pai, pois sem ele, provavelmente eu não estaria me graduando neste curso.

Agradeço a todos os meus amigos por sempre estarem comigo, às vezes mais, às vezes menos, mas sempre batalhando pelos mesmos sonhos e apoiando uns aos outros.

A minha orientadora, professora Rejane Lima Pessoa, que apesar de meus atrasos, não cumprimento de prazos, mudanças de temas e necessidades urgentes, sempre foi paciente comigo e buscou me entender, a fim de conseguirmos encerrar este trabalho árduo que é a monografia

Por fim, gostaria de agradecer a todas as pessoas que fizeram parte da minha formação, seja direta ou indiretamente, todos que fizeram parte da minha formação, tanto para o bem, quanto para o mal.

Obrigado a todos!

RESUMO

O presente trabalho visou o estudo acerca da prática abusiva presente no artigo 39, X, da Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), que é o “elevar sem justa causa o preço de produtos e serviços”, praticada principalmente por monopólios, a fim de averiguar com mais profundidade as hipóteses de responsabilização dessas empresas monopolistas ao cometer atos abusivos contra os consumidores, além da busca de uma responsabilização utilizando o Direito do Consumidor, mesmo sem haver uma relação de consumo direta entre o monopólio e o consumidor. Para tanto, buscou-se entender a proteção especial concedida ao consumidor, tanto pelos dispositivos legais do Código de Defesa do Consumidor, quanto pela Constituição Federal de 1988, indo além disso, analisando também o desenvolvimento do conceito de consumidor historicamente e a aplicação dessa proteção especial pela jurisprudência. Posteriormente, analisou-se o conceito de monopólio e a influência que eles causam na sociedade, bem como a diferença de poder econômico entre uma empresa monopolista e o consumidor, estudando os atos abusivos e infrações de ordem econômica que tutelam esse sujeito. Por fim, foi apresentado os requisitos para enquadramento dos fatos jurídicos deste trabalho pelo Código de Defesa do Consumidor, para só então, verificar a possibilidade de uma responsabilização jurídica do monopólio, mesmo sem relação jurídica de consumo direta e os benefícios da utilização do Direito do Consumidor, ao invés do Direito Econômico. Logo, concluiu-se que existe a possibilidade de uma responsabilização solidária dos monopólios, pelos atos abusivos afetarem diretamente os consumidores, mesmo em relação de consumo indireta.

Palavras Chave: consumidor; aumento excessivo; e responsabilização

ABSTRACT

The present work aimed to study the abusive practice present in article 39, X, of Law 8.078/90 (Consumer Defense Code), which is the "raise without just cause the price of products and services", practiced mainly by monopolies, in order to investigate in more depth the liability hypotheses of these monopoly companies when committing abusive acts against consumers, in addition to seeking accountability using Consumer Law, even without a direct consumption relationship between the monopoly and the consumer. In order to do so, we sought to understand the special protection granted to the consumer, both by the legal provisions of the Consumer Defense Code and by the Federal Constitution of 1988, going beyond that, also analyzing the development of the concept of consumer historically and the application of this protection, particularly by jurisprudence. Subsequently, the concept of monopoly and the influence they cause on society were analyzed, as well as the difference in economic power between a monopoly company and the consumer, studying the abusive acts and economic infractions that protect this subject. Finally, the requirements for framing the legal facts of this work by the Consumer Protection Code were presented, for only then, to verify the possibility of a legal liability of the monopoly, even without a legal relationship of direct consumption and the benefits of using the Law of the Consumer, instead of Economic Law. Therefore, it was concluded that there is a possibility of joint liability of monopolies, for abusive acts directly affect consumers, even in relation to indirect consumption.

Keywords: Consumer; excessive increase; monopoly; and accountability

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. DA PROTEÇÃO ESPECIAL AO CONSUMIDOR	11
2.1. Breve análise histórica acerca do surgimento do direito do consumidor	11
2.2. Conceito de consumidor	15
2.3. Defesa do consumidor como direito e garantia fundamental	19
2.4. Da aplicação de lei mais benéfica ao consumidor	20
3. DO AUMENTO EXCESSIVO DOS PREÇOS REALIZADOS POR FORNECEDORES MONOPOLISTAS: DIREITO DO CONSUMIDOR; DIREITO CIVIL OU DIREITO ECONÔMICO	24
3.1. Monopólios: conceito, classificações e seus impactos na sociedade brasileira	24
3.2. Da elevação injustificada dos preços: prática abusiva frente ao Código de Defesa do Consumidor	28
3.3. Dos atos ilícitos: da violação de direito e do dano causado a outrem	33
3.4. Das infrações de ordem econômica: do aumento arbitrário dos lucros	34
4. DA POSSIBILIDADE DE RESPONSABILIZAÇÃO DOS FORNECEDORES MONOPOLISTAS ATRAVÉS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR MESMO SEM RELAÇÃO DIRETA CONSUMERISTA	37
4.1. Do aumento excessivo dos preços: da responsabilização civil, consumerista e econômica	37
4.2. Dos requisitos para aplicação do Código de Defesa do Consumidor	40
4.3. Da possibilidade de responsabilização indireta na hipóteses de fornecedor distribuidor monopolista	45
5. CONCLUSÃO	48
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51

1. INTRODUÇÃO

O aumento dos preços sempre foi um tema de debate no meio dos lares do povo brasileiro. As empresas não querem perder seus lucros nem por um instante, enquanto a população luta para que o salário mínimo seja suficiente para suprir suas necessidades básicas. Em meados da década passada, devido à crise e à instabilidade política, os preços dos produtos comercializáveis passaram a subir incontrolavelmente e grande parte da população não sabe quem deve ser responsabilizado, o fornecedor finalístico (mercado, posto de gasolina, revenda de gás e água) ou o fornecedor primário (agricultor, extrator de petróleo, gás ou minério).

Embora grande parte da população brasileira não saiba, essas práticas são condenáveis para o Estado, tanto a prática de elevação excessiva dos preços sem justa causa, que é considerada prática abusiva pelo Código de Defesa do Consumidor, quanto o aumento indiscriminado dos lucros, que é considerado uma infração de ordem econômica para a Lei de Proteção à Concorrência. Apesar disso, a aplicação dessas leis ao caso prático é muito difícil devido à liberdade econômica sob a qual o Brasil é regido, podendo haver a justificativa de que: “se está caro em uma empresa, basta procurar uma outra do mesmo ramo para comprar”.

No entanto, essa justificativa também traz alguns questionamentos: ora, e quando não há possibilidade da compra em empresa diversa? E quando esse aumento é realizado por monopólios, inclusive, alguns legalizados no Brasil? Até que ponto o Direito do Consumidor protege a condição fragilizada do consumidor? E até quando uma empresa monopolista pode ser responsabilizada? Essas e outras serão algumas das perguntas que buscarei responder ao longo do presente trabalho, visando a máxima proteção constitucional e legal ao consumidor.

Portanto, o presente trabalho tem como objetivo uma análise infraconstitucional e constitucional acerca da proteção do consumidor contra a prática abusiva do aumento excessivo de preços sem justa causa, bem como

procurará demonstrar tipos de responsabilização das empresas monopolistas que se enquadrarem nas práticas abusivas e infracionárias, tanto de formas legais, quanto através de um novo instrumento. Tais afirmativas serão buscadas através de um estudo principiológico constitucional, doutrinário hermenêutico e jurisprudencial. Logo, para que tal objetivo seja alcançado, será desenvolvido uma pesquisa minuciosa à luz da constituição, do texto legal do código de defesa do consumidor, da Lei que estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, da doutrina, do contexto histórico e da jurisprudência brasileira.

Para tanto, no primeiro capítulo será traçada uma breve história do Direito do Consumidor desde seu início na Revolução Industrial, período no qual houve uma ruptura dos paradigmas globais sobre a forma de produção e distribuição de produtos, obrigando a criação de direitos em resposta às práticas abusivas criadas. Além disso, será demonstrado de forma detalhada a importância do papel do Direito do Consumidor em nossa sociedade, de sua legislação vigente, da proteção constitucional concedida aos consumidores e do princípio da aplicação da lei mas benéfica ao consumidor e sua aplicação prática através da análise de entendimentos jurisprudenciais.

No segundo capítulo, por sua vez, será feito um estudo sobre o conceito de monopólio, suas classificações e sua influência no mercado nacional, bem como um estudo mais aprofundado da prática abusiva do aumento excessivo dos preços sem justa causa e também a infração econômica da elevação indiscriminada dos lucros. A análise terá por finalidade a demonstração do impacto dos monopólios nos abusos e infrações cometidos contra o consumidor, bem como as hipóteses de responsabilização dos atos cometidos por essas empresas.

Por fim, no terceiro e último capítulo, será estudada a possibilidade de responsabilização da empresa monopolista, mesmo que ela não tenha tido relação direta de fornecedor e consumidor, mas sim uma relação indireta. Para isso será abordado as hipóteses de abrangência do Código de Defesa do Consumidor e da condição de relação indireta que os monopólios possuem com o consumidor protegido pelo referido código. Além disso, buscarei apresentar as vantagens da

utilização do Direito do Consumidor em vez do Econômico, para justificar a interpretação e inovação jurídica pretendida.

2. DA PROTEÇÃO ESPECIAL AO CONSUMIDOR

2.1. Breve análise histórica acerca do surgimento do direito do consumidor

Antes de adentrarmos nas questões jurídicas pertinentes às relações consumeristas, tema desta monografia, faz-se necessária uma revisitação histórica ao processo de formação das normas que regem estas relações.

Assim, *a priori*, deve-se pontuar que, a partir de registros históricos que remontam ao início do processo civilizatório, é possível verificar que as relações consumeristas estão presentes na história da espécie humana desde os primórdios da vida em sociedade, evidenciando a importância deste instituto no suprimento das necessidades biológicas por intermédio das troca de bens.

A título de exemplo, em documentos antigos como no Código de Hamurabi - conjunto de normas datado do século XVIII a.C. e pertencente ao Império Babilônico, na antiga região da Mesopotâmia - já era possível verificar, ainda que de forma rudimentar, a instituição de normas que visavam à defesa dos interesses dos compradores de bens e serviços, como demonstram os arts. 229 e 233 deste código¹:

Art. 229 - Se um pedreiro edificou uma casa para um homem mas não a fortificou e a casa caiu e matou seu dono, esse pedreiro será morto.

Art. 233 - Se um pedreiro construiu uma casa para um homem e não executou o trabalho adequadamente e o muro ruiu, esse pedreiro fortificará o muro às suas custas.

Semelhantemente, na Índia, também por volta do Século XVIII a.C., havia normas no denominado Código de Massú que previam punições, multas e ressarcimento de danos, para aqueles que adulterassem gêneros ou entregassem coisa de espécie inferior à acertada ou, ainda, vendessem bens de igual natureza por preços diferentes.²

¹Código de Hamurabi. Disponível em: <<https://www.pravaler.com.br/wp-files/download/codigo-de-hamurabi-idioma-portugues-download-pdf.pdf>>. Acesso em 28/05/2022

² OLIVEIRA, Celso Marcelo de. **Tratado de direito do consumidor: doutrina, prática forense e legislação**. São Paulo: Jurídica brasileira, 2010. p. 6.

Pode-se afirmar, portanto, que muitos dos conceitos que conhecemos hoje de relações consumeristas não são institutos modernos, mas que já estavam enraizados na sociedade desde antes de Cristo, como ressalta Guglinski³:

Os egípcios, por questões estéticas, religiosas, e de saúde (para se protegerem dos efeitos dos raios solares), cultivavam o hábito de pintar o próprio corpo com alguns tipos de maquiagem (tintas, pós etc.), e a história nos conta que, já naquela época, era possível verificar a existência de concorrência entre os fabricantes dos mencionados produtos, estabelecendo-se, então, uma competição entre os mesmos, no sentido de oferecer produtos com maior qualidade, em razão das exigências dos respectivos consumidores.

O jurista e professor Fernando Catelmo⁴ nos mostra, ainda, que, na Bíblia, para além de uma lógica estritamente humana, havia também uma ótica divina nas normas que tratavam sobre as relações comerciais, demonstrando que estas deveriam ser regidas com moralidade e boa-fé, sem prejuízo das responsabilidades advindas da relação comercial. É o que se observa, por exemplo, no livro de Êxodo, Capítulo 22, Versículo 1, no qual “se alguém roubar um boi, ou uma ovelha, e abatê-lo ou vendê-lo, terá que restituir cinco bois pelo boi e quatro ovelhas pela ovelha” (Êxodo 22.1). Ressalta o jurista que, não obstante o referido trecho trata-se do crime de furto ou roubo, não deixava de haver a penalização na relação comercial, uma vez que a punição se estendia também aos atos de vendas de produtos.

De início, as relações comerciais se externalizavam através do escambo, sendo destinado à eliminação das sobras e relações pessoais. Com o passar do tempo, o ser humano passou a desenvolver técnicas para cultivo de plantas e criação de animais, fazendo com que essas sobras fossem cada vez maiores, desenvolvendo, por consequência, as relações de consumo.⁵

³ GUGLINSKI, Vitor. **Breve histórico do direito do consumidor e origens do CDC**. JusBrasil, 2014. Disponível em: <https://vitorgug.jusbrasil.com.br/artigos/112106596/breve-historico-do-direito-do-consumidor-e-origens-do-cdc> Acesso em: 16 de dez. 2021

⁴ CATELMO, Fernando. **A história milenar do Direito do Consumidor e as novas perspectivas na proteção dos interesses consumeristas**. Disponível em: https://jus.com.br/artigos/92207/a-historia-milenar-do-direito-do-consumidor-e-as-novas-perspectivas-na-protexao-dos-interesses-consumeristas#_ftn3

⁵ FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual do direito do consumidor**. 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2008, p. 5

Em determinado momento, com o advento do liberalismo, o contrato passou a ser o principal negócio jurídico, dando ao princípio da *pacta sunt servanda* importância máxima. Além disso, os contratos realizados eram estabelecidos de forma o mais igualitária possível entre as partes, respeitando a vontade e a livre discussão de cláusulas do instrumento, fazendo das relações contratuais da época bem mais simples que as de hoje.⁶

Contudo, o grande avanço tecnológico e o desenvolvimento da indústria, acarretaram o início das produções em larga escala, criando uma ruptura dos paradigmas acerca das relações consumeristas, fato que tornou as relações neste momento quase que totalmente pluripessoais.⁷ Nesse contexto, afirma Clezar:

A partir de então, ante a perda da importância do consumidor singular e a produção em quantidade como fator determinante do lucro, a existência de legislação específica de consumo passou a ser necessária, o que se tornou latente após a Revolução Industrial.⁸

No período posterior à Revolução Industrial, a expansão decorrente do avanço econômico provocou grandes transformações em vários aspectos da vida social, negocial e privada da sociedade.⁹ No entanto, esse crescimento desenfreado acarretou consequências negativas na mesma proporção, devido tanto à despersonalização das negociações, quanto ao interesse cada vez maior pelo capital, o que diminuiu drasticamente o valor moral das pessoas.

Na prática, a parte mais forte na relação consumerista passou a exercer sua vontade ante a mais fraca, que, sob pena de ficar sem o almejado bem, era obrigada a contratar, não importando as condições estabelecidas pela parte dominante.¹⁰

⁶ SIMÃO, José Fernando. **Vícios do produto no novo código civil e no código de defesa do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2003, p. 25

⁷ GAMA, Helio Zaghetto. **Curso de direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2000, p. 10

⁸ CLEZAR, Samuel Mantelli. **A responsabilidade civil dos fornecedores em face do código de defesa do consumidor**, Monografia (TCC em Direito) – Curso de Direito, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí/SC, p. 111. 2010, p. 39

⁹ BITTAR, Carlos Alberto. **Direito do consumidor, código de defesa do consumidor**. 6 ed. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária. 2003, p. 1

¹⁰ SIMÃO, José Fernando. **Vícios do produto no novo código civil e no código de defesa do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2003, p. 26

Diante desse contexto, não se encontrava no sistema jurídico do liberalismo, resposta eficiente para solucionar os problemas advindos das crises de relacionamento e das diversas lesões de direitos que os consumidores eram submetidos.¹¹

O presidente dos Estados Unidos da América John Flitzgerald Kennedy foi o primeiro estadista a defender que os direitos dos consumidores fossem preservados. Segundo Souza¹², Kennedy, em março de 1962, proclamou como objetivos do seu governo os seguintes direitos consumeristas:

(1) os bens e serviços colocados no mercado devem ser sadios e seguros para o uso, promovidos e apresentados de uma maneira que permita ao consumidor fazer uma escolha satisfatória; (2) que a voz do consumidor seja ouvida no processo de tomada de decisão governamental que detenha o tipo, a qualidade e o preço de bens e serviços colocados no mercado; (3) tenha o consumidor o direito de ser informado sobre as condições e serviços; (4) e ainda o direito a preços justos.

Em 1973, na 29ª Sessão, realizada em Genebra, a Comissão de Direitos Humanos das Nações Unidas reconheceu os princípios e denominou-os de Direitos Fundamentais do Consumidor, dividindo-os em: proteção da saúde e da segurança; proteção dos interesses econômicos; reparação dos prejuízos; informação e educação; e representação¹³

No Brasil, segundo Marcos Alcará¹⁴, foram criados vários dispositivos que de forma indireta atendiam ao consumidor, como: o Decreto n°. 22.626, de 1933 referente à usura; o Decreto n°. 869 de 1938, que tratava dos crimes contra a economia popular; e a Lei n°. 4.137, sobre a Repressão ao Abuso Econômico. Da mesma forma, também exerciam funções auxiliares ao consumidor: o Procon de

¹¹ BITTAR, Carlos Alberto. **Direito do consumidor, código de defesa do consumidor**. 6 ed. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária. 2003, p. 2

¹² SOUZA, Miriam de Almeida. **A política do consumidor no direito comparado**. Em evidência: Revista Magister de Direito Empresarial, n. 12, Dez. Jan./2007, p. 56

¹³ Ibid., p. 56

¹⁴ ALCARÁ, Marcos. **A evolução do Direito do Consumidor**. 2013, p. 10. Disponível em <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwipkKO3t9H3AhViCrkGHWy2Afo4ChAWegQIGhAB&url=https%3A%2F%2Fperiodicosonline.uems.br%2Findex.php%2FRJDSJ%2Farticle%2Fdownload%2F655%2F619&usg=AOvVaw1YZcZMeN3Rfh4Tfe0F7svt>.

Acessado em: 09/05/2022

São Paulo, criado em 1978; e o Conselho Nacional do Consumidor, criado em 1985.

No entanto, somente durante a elaboração da atual Constituição Federal da República, que foi determinado a criação do Código de Defesa do Consumidor, com especial destaque para a contemplação dos direitos fundamentais do consumidor (ao próprio consumo, à segurança, à escolha, à informação, a ser ouvido, à indenização, à educação para o consumo e a meio ambiente saudável).¹⁵

Nesse sentido, Afrânio Carlos Moreira Thomaz aduz:¹⁶

“Consciente dessa realidade, o Estado brasileiro procurou dotar o consumidor de instrumentos e expedientes jurídicos que pudessem atenuar esse desequilíbrio, afastando, com isto, a opressão normalmente exercida pelo fornecedor, que o CC de 1916, em virtude da ideologia vigente à época em que foi elaborado, não conseguiu evitar. Com efeito, naquele diploma as limitações à ampla liberdade contratual cingiam-se, basicamente, às hipóteses de nulidade e de anulabilidade dos negócios jurídicos, cujo rol era taxativamente elencado em seu texto.”

Dessa forma, nota-se que os abusos sofridos pelos consumidores ao longo da história sempre ocorriam antes mesmo de se imaginar qualquer tutela para estes problemas. Esse raciocínio não está presente apenas para o Direito do Consumidor, bem como também para toda a história do direito mundial, a criação das normas nunca acompanha a necessidade atual da sociedade, elas só são criadas quando os limites excedem e muito os limites do que é injusto. Então, devemos simplesmente descartar qualquer hipótese de mudança no paradigma da busca pela justiça somente pelo fato de tal hipótese não estar na lei? É de se pensar.

2.2. Conceito de consumidor

¹⁵ FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual do direito do consumidor**. 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2008, p. 21/22

¹⁶ THOMAZ, Afrânio Carlos Moreira. **Lições de direito do consumidor**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2012. p. 3.

Para aprofundarmos os assuntos a serem vistos mais adiante, bem como para compreender as necessidades que se impõem para o próprio Direito do Consumidor, faz-se necessário, antes, estabelecer definições do que vem a ser o consumidor, tanto para a doutrina, quanto à luz da Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor).

O próprio artigo 2º da Lei supracitada¹⁷ traz em seu texto legal a definição da definição de consumidor como sendo “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Além desse conceito, o mesmo Diploma Legal traz em seu parágrafo único que “equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”.

Não obstante a definição do termo “consumidor” estar contida no próprio diploma que regem as relações de consumo, as definições para este termo não se esgotam em si.

Assim, Cláudia Lima Marques¹⁸ traz uma importante contribuição ao perfeitamente descrever que “ [...] consumidor é o pilar que sustenta a tutela especial, agora concedida aos consumidores [...]”.

Ambos os conceitos, tanto legais quanto doutrinários, demonstram que a definição de consumidor não é algo fechado, determinado e imutável. Tal afirmação pode ser confirmada ao analisar o artigo 17 do CDC¹⁹, que diz que se equiparada “[...] aos consumidores todas as vítimas do evento” danoso (BRASIL, 1990)²⁰ ou mesmo o artigo 29 deste diploma, o qual afirma “[...] equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas”

¹⁷ BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990: **Código de defesa do consumidor**. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm > Acesso em 16 de dez. 2021.

¹⁸ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999, p. 141 e 142

¹⁹ **Ibid...**

²⁰ BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990: **Código de defesa do consumidor**. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm > Acesso em 16 de dez. 2021.

Sendo assim, o próprio ordenamento jurídico desdobra o conceito de consumidor, com o objetivo de alcançar todas as pessoas, determináveis ou não, expostas tanto às práticas comerciais, quanto para contratuais abusivas²¹

A liberdade interpretativa do conceito de consumidor concedida pelo próprio ordenamento ocasionou em um debate entre os doutrinadores sobre qual a melhor forma de definir tal conceito. Sendo assim, foram criadas duas teorias que buscam explicar o verdadeiro conceito desejado, sendo a teoria maximalista e finalista.

Sobre esse embate de teorias, Bessa e Moura²² explicam que:

“Há aqueles que interpretam essa expressão permitindo que o simples ato de retirar o produto ou serviço do mercado (destinatário fático) já caracteriza uma proteção da lei de consumo, pouco importando a destinação que será dada ao mesmo (chamamos de maximalistas). De outro lado, há parte da doutrina que não entende correta a aplicação da lei de consumo quando a aquisição de produtos ou serviços for feita por pessoa física ou jurídica que emprega os mesmos para dar-lhes novas finalidades econômicas (chamamos de finalistas).”

Além dessas duas teorias citadas, sendo a maximalista a minoritária e a finalista a mais consolidada, ainda há outra corrente que tem ganhado força nos julgados recentes. A outra teoria é a do “finalismo aprofundado ou mitigada”, desenvolvida pela própria jurisprudência brasileira, com o intuito de incluir como consumidor todo aquele que possua vulnerabilidade em face do fornecedor, mesmo que o bem ou serviço adquirido não seja a finalidade final, mas sim um meio. Vejamos no acórdão a seguir:

Poder Judiciário da União TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E DOS TERRITÓRIOS Gabinete da Desembargadora Maria de Lourdes Abreu Número do processo: 0710489-33.2017.8.07.0020 Classe judicial: APELAÇÃO CÍVEL (198) APELANTE: CAO A MONTADORA DE VEICULOS LTDA, HYUNDAI CAO DO BRASIL LTDA APELADO: BRASIL TEMPER COMERCIO DE VIDROS LTDA E M E N T A CIVIL. CONSUMIDOR. COMPRA E VENDA. AUTOMÓVEL. PESSOA

²¹ LEITE, Roberto Basilone. **Introdução ao direito do consumidor: os direitos do consumidor e a aplicação do código de defesa do consumidor**. São Paulo: LTr, 2002, p. 50

²² BESSA. L. R.; MOURA. W. J. F. **Manual do direito do consumidor**. 3, ed. Brasília: SDE/DPDC, 2010, p. 41

JURÍDICA. VULNERABILIDADE. CONSUMIDOR. TEORIA FINALISTA MITIGADA. VEÍCULO NOVO. RÉU. ÔNUS DA PROVA. FATO IMPEDITIVO, MODIFICATIVO OU EXTINTIVO. VÍCIO OCULTO. EXISTÊNCIA. COMPROVADA. APLICAÇÃO. BOA FÉ OBJETIVA. 1. **A teoria finalista aprofundada ou mitigada amplia o conceito de consumidor, incluindo todo aquele que possua vulnerabilidade em face do fornecedor. Decorre da mitigação dos rigores da teoria finalista para autorizar a incidência do CDC nas hipóteses em que a parte, pessoa física ou jurídica, embora não seja tecnicamente a destinatária final do produto ou serviço, se apresenta em situação de vulnerabilidade. [...] (GRIFOS NOSSOS)²³**

Não apenas o acréscimo da vulnerabilidade ganhou força na conceituação e observância das relações consumeristas perante os tribunais pátrios, como também passou a ser matéria pacificada no âmbito do Superior Tribunal de Justiça (STJ), a exemplo do julgamento do REsp nº 476428/SC²⁴, sob a relatoria da Min. Nancy Andrighi), a qual teceu os seguintes fundamentos acerca da relação consumerista em sua decisão:

“ (...) a relação jurídica qualificada por ser de consumo não se caracteriza pela presença de pessoa física ou jurídica em seus pólos, mas pela presença de uma parte vulnerável, de um lado (consumidor), e de um fornecedor, de outro (...) mesmo nas relações entre pessoas jurídicas, se da análise da hipótese concreta decorrer inegável vulnerabilidade entre a pessoa jurídica consumidora e a fornecedora, deve-se aplicar o CDC na busca do equilíbrio entre as partes.”

Por fim, pelo todo ora exposto, é notório que o conceito de consumidor ultrapassa as barreiras de apenas um conceito jurídico, não se esgotando apenas na definição trazida pelo diploma consumerista.

Em verdade, deve-se ter em mente que o conceito de consumidor e, conseqüentemente, a relação consumerista, adapta-se para que ele possa cumprir seu papel no ordenamento jurídico, à luz das disposições contidas na Constituição Federal de 1989. Isto é, um instituto que visa à proteção das pessoas mais fracas na relação de poder (numa relação consumerista), sendo, portanto, um direito fundamental.

²³ TJDT-AC nº. 07104893320178070020- Res 65 CNJ, relator: MARIA DE LOUDRES ABREU, Data de julgamento: 17/07/2019. Data de Publicação: DJe 02/08/2019. [SISTJWEB \(tjdft.jus.br\)](http://SISTJWEB.tjdft.jus.br)

²⁴ REsp 476428/SC, 2002/0145624-5, Terceira Turma do STJ, Rel. Min. Nancy Andrighi, Data de Julgamento: 19/04/2005, DJ, Data de Publicação: 09/05/2005.

2.3. Defesa do consumidor como direito e garantia fundamental

A constituinte, ao elencar quais direitos estariam presentes no Título II da Constituição Federal da República, teve o cuidado de mencionar aos “Direitos e Garantias Fundamentais”, a obrigação de o Estado promover a defesa do consumidor.

A presença da proteção do consumidor como um direito fundamental, alinha-se perfeitamente com a proteção da parte mais vulnerável de qualquer relação, além de intervir em casos de desigualdade e desequilíbrio social.²⁵

Outro autor que concorda com tal afirmativa é o notável jurista Gilmar Mendes. Segundo ele, a constituinte entendeu corretamente que incluir a defesa do consumidor como garantia fundamental, bem como outros temas igualmente importantes como racismo, considerando crime inafiançável²⁶

Além disso, pela primeira vez na história do Brasil, reconheceu não só como diretriz, mas sim também como direito a defesa do consumidor, assim como dispõe o artigo 5º, XXXII, da Constituição Federal²⁷: “O Estado promoverá, na forma da Lei, a defesa do consumidor”

Ao analisar o texto, o termo “promover” vai além da noção de defesa, significa também “assegurar afirmativamente que o Estado deve realizar positivamente a defesa dos direitos dos consumidores e a defesa do consumidor”. Então, todos os entes do Estado têm a obrigação de uma prestação protetiva, uma

²⁵ EFING, Antônio Carlos. **Fundamentos do direito das relações de consumo**. 2ª ed. Curitiba: Juruá, 2004, p. 26

²⁶ MENDES, Gilmar Ferreira. **Palestra – a dimensão da proteção constitucional do direito do consumidor**. VI Congresso do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – a defesa do consumidor e a justiça – ética, equidade e riscos: desafios da próxima década. Informação verbal. Starfish Restort Hotel. Aracajú/SE, 29.04.2009.

²⁷ BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm > Acesso em 16 de dez. 2021).

atuação positiva, muito ao contrário de ser um direito passivo ao qual o senso comum aponta.²⁸

Dessa forma, toda a relação consumerista, entre as partes de consumidor e a de fornecedor, deve sempre ser lembrada e levada em conta a primeira parte, já que há uma proteção especial que a Constituição confere na defesa aos consumidores.

Além disso, tal proteção também está alinhada com o princípio da dignidade da pessoa humana, já que quanto maior a vulnerabilidade da relação, mais intensa será a necessidade de preservação.²⁹

Por fim, de acordo com a constituição federal vigente, é impossível se falar em respeito ao princípio constitucional da dignidade da pessoa humana em uma relação de consumo caso haja contratuais desiguais, em que não se observem a boa-fé objetiva, a transparência e o equilíbrio nas relações contratuais.³⁰

2.4. Da aplicação de lei mais benéfica ao consumidor

Assim como já aduzido no presente trabalho, o Código de Defesa do Consumidor é uma legislação especial, tendo por objetivo regular as relações jurídicas de consumo, relações estas caracterizadas pelo reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor em face do fornecedor, necessitando, portanto, de uma tutela específica, em busca de equilibrar a balança de poder de ambas as partes.

²⁸ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999, p. 25

²⁹ GOMES, Rogério Zuel. **Questões processuais em lides de consumo** – Revista do Consumidor, n. 69. São Paulo: RT, jan.-mar. 2009. Pg. 108

³⁰ GARCIA, Leonardo. **Código de defesa do consumidor comentado (artigo por artigo)**. 16ª Ed. São Paulo: 2021., p. 16

Logo, assim como disciplina Sznifer³¹, sempre que o Estado tutelar indivíduos em uma relação de consumo, primeiro deverá ser buscada as disposições constantes no próprio Código de Defesa do Consumidor

Dessa forma, apesar desse princípio não estar expressamente posto no rol de princípios do Direito do Consumidor, não quer dizer que ele não existe. Inclusive, até mesmo o artigo 7º do Código de Defesa do Consumidor³² afirma que:

“Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.”

De modo semelhante, coaduna o pensamento do jurista Moyses Sznifer³³, o qual leciona que nas hipóteses de existência de mais de uma regra jurídica para determinado caso, se tratando de relação de consumo, deverá ser buscada sempre a norma mais benéfica para o consumidor, sujeito mais vulnerável da relação.

Além disso, não é somente doutrinário o entendimento de que há o princípio da lei mais benéfica ao consumidor intrínseco ao Direito do Consumidor. Observemos os julgados:

APELAÇÃO CÍVEL- AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER- PRELIMINAR DE REVELIA- IRREGULARIDADE REPRESENTAÇÃO - AUSÊNCIA- INCLUSÃO DE COMPANHEIRO NO PLANO DE SAÚDE- CONTRATO ANTERIOR À VIGÊNCIA DA LEI 9.656 /98 - AUSÊNCIA DE PROVA DA OFERTA DA SEGURADORA DE ADAPTAÇÃO DO PLANO **APLICAÇÃO DA NORMA MAIS BENÉFICA AO CONSUMIDOR**- INCLUSÃO DEVIDA. A ausência do contrato social da pessoa jurídica não caracteriza a irregularidade de representação. Ausente prova da oferta, ao segurado, da adequação do plano ao disposto na Lei 9.656 /98 e que esta foi recusada, **deve ser aplicada a lei mais benéfica ao consumidor**. Se enquadrando o autor nas

³¹ SZNIFER, Moyses Simão. **Da aplicação da norma jurídica mais benéfica**. Site: Jus Brasil. 2012. Disponível em:

<https://moysessimaosznifer.jusbrasil.com.br/artigos/121935130/da-aplicacao-da-norma-juridica-mais-benefica>. Acesso em 29/05/2022.

³² BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990: **Código de defesa do consumidor**. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm> Acesso em 16 de dez. 2021.

³³ SZNIFER, Moyses Simão. *op. cit.*

hipóteses previstas no art. 35 , § 5º da Lei 9.656 /98, sua inclusão no plano de saúde de sua companheira é media que se impõe. **(GRIFOS NOSSOS)**³⁴

APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO DO CONSUMIDOR. INOVAÇÃO RECURSAL. IMPOSSIBILIDADE. CONHECIMENTO PARCIAL DO RECURSO. CONTRATO DE SEGURO. PLANO PREVIDENCIÁRIO. NOTAS EXPLICATIVAS. INTEGRAÇÃO AO CONTRATO. **APLICAÇÃO DE NORMA MAIS BENÉFICA AO CONSUMIDOR.** CANCELAMENTO DA COBERTURA SECURITÁRIA POR FALTA DE PAGAMENTO. MORA AUTOMÁTICA. IMPOSSIBILIDADE. CLÁUSULA ABUSIVA E NULA DE PLENO DIREITO. NECESSIDADE DE COMUNICAÇÃO AO SEGURADO. 1.NÃO SE CONHECE, EM GRAU RECURSAL, DE MATÉRIA NÃO IMPUGNADA EM CONTESTAÇÃO E NÃO ACOBERTADA PELAS EXCEÇÕES CONSTANTES DOS ARTIGOS 303 E 517 DO CPC. 2.DÉ ACORDO COM O ART. 47 DO CDC , 47 DO CDC, "AS CLÁUSULAS CONTRATUAIS SERÃO MAIS **SERÃO INTERPRETADAS DE MANEIRA MAIS FAVORÁVEL AO CONSUMIDOR**". ASSIM, SE MAIS BENÉFICAS AO CONSUMIDOR, AS DISPOSIÇÕES VEICULADAS, AS DISPOSIÇÕES VEICULADAS EM NO AS EM NOTAS EXPLICA AS EXPLICATIVAS DA OFERTA DO SEGURO PRÉVIA DO SEGURO PREVALECEM SOBRE CL ALECEM SOBRE CLÁUSULAS CONTRATUAIS QUE LHES FOREM CON AIS QUE LHES FOREM CONTRÁRIAS, UMA VEZ QUE, NOS TERMOS DO AR VEZ QUE, NOS TERMOS DO ART. 30 , DO CDC , A . QUELAS PASSAM A INTEGRAR EVENTUAL CONTRATO QUE VENHA A SER CELEBRADO. 3.NA HIPÓTESE DE CONTRATO DE SEGURO, A MORA DO SEGURADO NÃO SE CONSOLIDA AUTOMATICAMENTE, SENDO ABUSIVA E NULA DE PLENO DIREITO, NOS TERMOS DO ART. 51 , XI , DO CDC , A CLÁUSULA CONTRATUAL QUE PREVÊ A SUSPENSÃO DOS EFEITOS DA AVENÇA E A CONSTITUIÇÃO AUTOMÁTICA DO DEVEDOR EM MORA SEM SUA PRÉVIA INTERPOLAÇÃO. 4.RECURSO DE APELAÇÃO CONHECIDO EM PARTE E, NESTA EXTENSÃO, IMPROVIDO. **(GRIFOS NOSSOS)**³⁵

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE RESCISÃO CONTRATUAL. AQUISIÇÃO DE ALMOFADA MASSAGEADORA. CONSUMIDORA LUDIBRIADA PELO VENDEDOR DA MERCADORIA. DEMANDA AFORADA CONTRA A EMPRESA FORNECEDORA DO PRODUTO E A INSTITUIÇÃO BANCÁRIA QUE FINANCIOU O NEGÓCIO EM FAVOR DA ADQUIRENTE. SENTENÇA DE PROCEDÊNCIA. INSURGÊNCIA DA CASA BANCÁRIA. PRELIMINAR. DECADÊNCIA. **APLICAÇÃO DA NORMA MAIS BENÉFICA AO CONSUMIDOR.** PRAZO DECADENCIAL DE QUATRO ANOS CONSTANTE NO ART. 178 , II , DO CÓDIGO

³⁴ TJ-MG- AC nº. proc. 0135071-47.2014.8.13.0518 MG, Relator: Otávio Portes, julgado dia 04/11/2015, publicado dia 13/11/2015. Disponível em:

<https://tj-mg.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/255786287/apelacao-civel-ac-10518140135071001-mg>

³⁵ TJ-DF APC nº. proc. 0015592-60.2010.8.07.0003 DF. Relator: Simone Lucindo. Julgado dia 18/09/2013, publicado dia 29/09/2013. Disponível em:

<https://tj-df.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/115987319/apelacao-civel-apc-20100310157100-df-001592-6020108070003>

CIVIL . MÉRITO. CONDUTA DO PREPOSTO DA PRIMEIRA DEMANDADA QUE É VEDADA PELO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. ABUSIVIDADE. HIPOSSUFICIÊNCIA DA PARTE CONSUMIDORA. INTELIGÊNCIA DOS ARTS. 39 , IV , DO CDC , C/C 138 E 139 DO CC . RELATIVIZAÇÃO DO PRINCÍPIO DA PACTA SUNT SERVANDA. PROCEDÊNCIA DA DEMANDA QUE DESNUDA-SE CORRETA. HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS. MANUTENÇÃO EM 15% SOBRE O VALOR DA CONDENAÇÃO. MULTA DO ART. 475-J DO CPC NÃO INCIDE DE FORMA AUTOMÁTICA. ERROR IN PROCEDENDO. AFASTAMENTO DE OFÍCIO. RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO. O consumidor idoso, com condição social de menor envergadura, é presa fácil, no mais das vezes, para negócios estapafúrdios, calcados em promessas que configuram verdadeiras bizarras. Tal modo de agir incide inequivocamente na vedação legal que, no âmbito das relações de consumo (art. 39 , IV , do CDC), coíbe a utilização de práticas agressivas de venda, sobretudo quando vinculado o pagamento a descontos diretos nos proventos de aposentadoria do adquirente. **(GRIFOS NOSSOS)**³⁶

Dessa forma, fica evidente ainda mais a proteção especial dada ao consumidor prejudicado em uma relação consumerista, tanto doutrinária, quanto jurisprudencialmente. Sendo assim, verifica-se que em qualquer ato jurídico que prejudique o consumidor, será utilizado a norma mais benéfica a ele ao invés de outro critério de aplicação.

³⁶ TJ-SC AC nº. 20110744474, Imaruí, 2011.074447-4. Relator: Jorge Luis Costa Beber. Julgado no dia 07/03/2013. Disponível em: <https://tj-sc.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/945747564/apelacao-civel-ac-20110744474-imarui-2011074447-4>

3. DO AUMENTO EXCESSIVO DOS PREÇOS REALIZADOS POR FORNECEDORES MONOPOLISTAS: DIREITO DO CONSUMIDOR; DIREITO CIVIL OU DIREITO ECONÔMICO

3.1. Monopólios: conceito, classificações e seus impactos na sociedade brasileira

Ao retornar a temática abordada na introdução, os monopólios possuem um poder financeiro que diverge e muito dos demais fornecedores, suas ações, elevação de preços e tomadas de decisões, possuem uma influência muito maior do que deveria o ideal para uma sociedade. Dessa forma, o aumento excessivo de preços de um fornecedor primário monopolista eleva na mesma proporção o preço do produto ao consumidor final, já que o fornecedor finalístico não tem outra opção de compra. Veremos neste tópico os motivos e interesses dos monopólios, principalmente em nossa sociedade brasileira.

Segundo Kupfer e Hasenclever (2013)³⁷, monopólio é uma estrutura em que há apenas um produtor no mercado, podendo os motivos serem diversos como: a empresa deter propriedade exclusiva de matérias primas ou meios de produção; patentes sobre produtos ou processos; licença governamental ou imposição de barreiras comerciais para exclusão de competidores; e também a hipótese de um monopólio natural, no qual o mercado não suporta mais do que uma única empresa em determinado setor de produção.

Ainda seguindo o que expõe o referido autor:

“O modelo teórico do monopólio supõe uma única empresa que domina o mercado. A demanda da empresa é a demanda da indústria. Os consumidores não têm outra alternativa senão comprar do monopolista. O monopolista tem o poder de impor o preço aos consumidores.” (GRIFOS NOSSOS)³⁸

³⁷ KUPLER, David e HASENCLEVER, lia. **Economia Industrial: Fundamentos Teóricos e Práticos no Brasil**. Elsevier Editora Ltda, 2013, p. 27 e 28

³⁸ *Ibid.*, p. 28

Dessa forma, trataremos de desvendar os tipos de monopólios existentes, desvendando as características necessárias para uma análise futura mais aprofundada.

O primeiro tipo, monopólio natural, ocorre quando o setor foco da exploração da empresa necessita de um investimento tão elevado, que é inviável haver mais de uma empresa explorando aquele mesmo bem. A exclusividade, neste caso em específico, é indispensável, já que havendo competição, não haveria nenhuma empresa que se arriscaria iniciar e bancar os custos de produção para a exploração da atividade.

Coaduna com o que foi dito, Figueredo³⁹ afirma:

[...] determinadas atividades envolvem custos tão altos que não há como se estabelecer competição nas mesmas, tal como ocorre na exploração do metrô urbano, transporte ferroviário, transmissão de energia elétrica, dentre outras. Minimizam-se os potenciais efeitos deletérios do monopólio natural físico, decorrentes da propriedade privada exclusiva de um determinado sistema de rede (de transportes, de telefonia, por exemplo), determinando-se o compartilhamento obrigatório do uso da referida rede por parte de outros agentes competidores, mediante pagamento de compensação financeira ao proprietário (princípio do compartilhamento de redes).

Além do conceito já abarcado, Lorena Silva e Ana Dulce Araújo⁴⁰ dissertam que também ocorre monopólio natural quando, por diversas circunstâncias: a empresa detém a única fonte de matéria-prima; há uma grande disparidade de recursos tecnológicos, permitindo que somente aquela com maior poder possa explorar a atividade de forma rentável; e até mesmo nos casos de inviabilidade física ou jurídica, que acontece, por exemplo, com o fornecimento de água, esgotos, energia elétrica e no transporte ferroviário.

A título de exemplificação, tente imaginar várias linhas de trem disputando espaço para transportar minérios do interior do Pará até o porto mais próximo, ou

³⁹ FIGUEREDO, Leonardo Vizeu. **Lições de direito econômico**. Rio de Janeiro: Forense, 2011, p. 79 e 80

⁴⁰ SILVA, Lorena Costa e ARAÚJO, Ana Dulce Fonseca Oliveira. **Monopólios: análise sob a perspectiva do Direito Econômico**. Jus. 2016. Disponível em: [Monopólios: análise sob a perspectiva do Direito Econômico - Jus.com.br | Jus Navigandi](https://www.jus.com.br/artigos/monopolios-analise-sob-a-perspectiva-do-direito-economico). Acesso em 31/05/2022.

até mesmo uma instalação de rede de esgoto diferente a depender das empresas de saneamento que cada pessoa contratar, impossível não?

Desta vez, no monopólio convencional, a própria empresa força as barreiras que ocasionam o monopólio do tipo natural, ou seja, decorrem de atos ilegais e abusivos. Vejamos a explicação deste conceito por Figueredo (2011):⁴¹

Monopólio convencional é o decorrente de práticas abusivas de agentes econômicos, bem como de acordos e contratos estabelecidos por dois ou mais agentes, com o fito de eliminar os demais competidores, colocando aquela atividade sob a exploração exclusiva por parte de um único agente (monopólio) ou de poucos agentes predeterminados (oligopólio).

As hipóteses de monopólios convencionais são as descritas pelo inciso II e IV do artigo 36 da Lei 12.529/2011⁴² como infrações da ordem econômica, excluindo, obviamente, os casos de monopólios naturais e legais.

Já o monopólio legal, por sua vez, pressupõe a existência de apenas um agente apto para desenvolver certas atividades econômicas a ele inerentes. Logo, os monopólios legais podem ser subdivididos em dois grupos: os que induzem os agentes privados a investirem (monopólio privado); ou os que introduzem a ação do Estado diretamente na econômica, seja por diversos fatores, muitas das vezes, constitucionais.

O próprio Estado reconhece a excepcionalidade da utilização dos monopólios, trazendo em seu conteúdo um rol taxativo das matérias que seriam alvos de monopólios estatais. Vejamos o art. 177 da CF/88⁴³:

Art. 177. Constituem monopólio da União:

I - a pesquisa e a lavra das jazidas de petróleo e gás natural e outros hidrocarbonetos fluidos;

⁴¹ FIGUEREDO, Leonardo Vizeu. **Lições de direito econômico**. Rio de Janeiro: Forense, 2011, p. 80

⁴² BRASIL. Lei 12.529, de 30 de novembro de 2011: **Estrutura o Sistema de Defesa da Concorrência**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm> Acesso em 29/05/2022

⁴³ BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm> Acesso em 16 de dez. 2021).

II - a refinação do petróleo nacional ou estrangeiro;

III - a importação e exportação dos produtos e derivados básicos resultantes das atividades previstas nos incisos anteriores;

IV - o transporte marítimo do petróleo bruto de origem nacional ou de derivados básicos de petróleo produzidos no País, bem assim o transporte, por meio de conduto, de petróleo bruto, seus derivados e gás natural de qualquer origem;

V - a pesquisa, a lavra, o enriquecimento, o reprocessamento, a industrialização e o comércio de minérios e minerais nucleares e seus derivados, com exceção dos radioisótopos cuja produção, comercialização e utilização poderão ser autorizadas sob regime de permissão, conforme as alíneas b e c do inciso XXIII do caput do art. 21 desta Constituição Federal. (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 49, de 2006):

Segundo Lorena Silva e Ana Dulce Araújo⁴⁴, o monopólio legal é caracterizado quando há ação direta do Poder Público pela subtração de certas atividades econômicas, a fim de mantê-las sob controle e exploração do Estado. É uma excepcionalidade, já que a própria constituição proíbe a liberdade de iniciativa de exploração exclusiva de qualquer atividade econômica. Sendo assim, é defeso ao Estado afastar a iniciativa privada de qualquer exploração econômica, exceto nos casos expressos presentes na constituição, os quais são os casos de monopólios legais.

Retornando ao conceito definidor do surgimento de um monopólio, o autor André Ricardo Silveira⁴⁵ define que este ocorre quando uma firma monopolista não tem bens ou serviços substitutos próximos ao que ela mesmo oferta, situação a qual obriga os interessados à comprarem somente da firma que possui monopólio daquela região.

O mesmo autor⁴⁶ também afirma que:

⁴⁴ SILVA, Lorena Costa e ARAÚJO, Ana Dulce Fonseca Oliveira. **Monopólios: análise sob a perspectiva do Direito Econômico**. Jus. 2016. Disponível em: Monopólios: análise sob a perspectiva do Direito Econômico - Jus.com.br | Jus Navigandi. Acesso em 31/05/2022.

⁴⁵ SILVEIRA, André. **Análise de Regulação Tarifária no Porto de Salvador**. Universidade Federal da Bahia. 2008, Salvador. Disponível em: TCC ANDRÉ RICARDO SANTOS SILVEIRA (ufba.br). Acesso em 31/05/2022. Pg. 13

⁴⁶ **Ibid.**

O clássico é o monopólio puro, ou seja, monopólio como a estrutura de mercado ou regime de preços, onde somente um vendedor é responsável pela totalidade da oferta de um produto ou de um serviço que não se pode substituir por outro e que em um dado momento é oferecido a um único preço no mercado.

Nesse contexto, é notório que não existem motivos naturais que façam os monopólios se tornarem competitivos (melhorarem seus produtos ou serviços, agilidade, bom atendimento e por último, o mais importante, uma precificação justa. O sistema de funcionamento de um monopólio, assim como citado acima, não sairá da inércia do conforto econômico que foi construído sem um bom motivo.

Coaduna com esse pensamento os autores Kupfer e Hasenclever⁴⁷:

O monopolista pode expandir ou usar a capacidade existente da planta em qualquer nível para maximizar seu lucro.

[...]

Em resumo, não existem forças de concorrência que obriguem o monopolista a operar no ponto ótimo. Na hipótese de que ele o faça, nada garante que ele abra mão do lucro extraordinário. Assim, o preço cobrado pelo monopolista será sempre maior do que em competição perfeita e a quantidade vendida, menor.

Vejamos, conforme as definições apresentadas até aqui, que é possível verificar alguns pontos importantes como: o monopólio não aceita ou cria diversas barreiras para que seu monopólio seja mais estável e mais lucrativo; este funciona em condições melhores e mais lucrativas do que uma empresa em estado de competição perfeita, ou seja, melhor do que qualquer processo natural de competitividade e autorregulação do mercado; e por fim, não há empecilhos naturais que impeçam a arbitração do preço da forma como a empresa monopolista desejar.

3.2. Da elevação injustificada dos preços: prática abusiva frente ao Código de Defesa do Consumidor

⁴⁷ KUPLER, David e HASENCLEVER, Lia. **Economia Industrial: Fundamentos Teóricos e Práticos no Brasil**. Elsevier Editora Ltda, 2013, p. 29

Diante do que foi apresentado, tendo observado a proteção especial dedicada ao consumidor nas relações de consumo e também dada ao conhecimento da constituição dos monopólios e seus impactos, faz-se necessário um específico e palpável da problemática apresentada, do aumento excessivo dos preços sem justa causa. Para tanto, serão buscados, inicialmente, conceitos e definições de relações de consumo e das práticas abusivas. Em seguida, partiremos para as definições dos principais pontos de interesse acerca do aumento excessivo dos preços.

Para Maria A. Zanardo Donato (1993)⁴⁸, define a relação de consumo como “a relação que o direito do consumidor estabelece entre o consumidor e fornecedor, conferindo ao primeiro um poder e ao segundo um vínculo correspondente, tendo como objeto um produto ou serviço”.

As práticas abusivas têm suas origens alinhadas com o próprio desenvolvimento das relações de consumo ao longo dos séculos, as quais passaram a buscar cada vez mais lucro por parte do fornecedor em detrimento da frágil condição do consumidor.

Neste contexto, segundo Thaylindre Torres⁴⁹, “a relação consumerista é pautada de modo a configurar a posição de inferioridade do consumidor em face ao poder econômico do fornecedor, o que, per si, necessita de regulação legal”.

Outrossim, não somente esta autora defende tal ponto de vista supracitado. Vejamos:

São as práticas vedadas pelo Código de Defesa do Consumidor e utilizadas pelo fornecedor, que são lesivas à boa-fé, à liberdade de escolha do consumidor e à vulnerabilidade, que podem se dar na fase de venda de produto ou serviço ou na fase de produção, o que podem ser também contratuais ou não (CARVALHO, 2015)⁵⁰.

⁴⁸ DONATO, Maria Antonieta Zanardo. **Proteção ao consumidor: conceito e extensão**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993. Pg. 70

⁴⁹ TORRES, Thaylindre Coelho. **A jurisprudência do STJ sobre práticas abusivas no CDC**. Jus. Disponível em: **A jurisprudência do STJ sobre prática abusiva no CDC - Jus.com.br** | Jus Navigandi . Acessado em 08/05/2022.

⁵⁰ CARVALHO, Brunna L. de Oliveira. **A ineficiência do código de defesa do consumidor nas práticas abusivas no comércio eletrônico**. Disponível em: Acesso em: 10/02/2019

Também pode-se dizer que as práticas abusivas “são ações e/ou condutas que, uma vez existentes, caracterizam-se como ilícitas, independentemente de se encontrar ou não com algum consumidor lesado ou que se sinta lesado”⁵¹

Logo, as práticas abusivas são o resultado da diferença de poder ou força econômica do fornecedor para com o consumidor, relação a qual não existe igualdade. Sempre que o fornecedor quiser tirar proveito ou vantagem, sem o auxílio da proteção dada pelo Código de Defesa do Consumidor, ele conseguirá. Sendo assim, a proteção dos consumidores dessas práticas abusivas e ilegais é de extrema necessidade, para tentar igualar a “balança” das forças entre fornecedor e consumidor.

Neste diapasão, Rita Leite⁵² define práticas abusivas como:

Entende-se por prática abusiva como sendo a soma de diversos comportamentos, tanto na esfera contratual, quanto à margem dela, que abusam da boa-fé do consumidor ou situação de inferioridade econômica, em que o mesmo fique exposto, ampliando a vulnerabilidade do consumidor.

Um dos principais problemas no combate às práticas abusivas é que os consumidores acreditam que estão sendo tratados de maneira normal e que as situações às quais eles estão sendo submetidos são normais, como, por exemplo, a venda casada. Sendo pequenos ou grandes, tais abusos vão ficando entranhados no imaginário da maioria dos consumidores, o que torna extremamente difícil combater tais práticas.

A prática abusiva muitas vezes pode ser driblada: o consumidor pode buscar outras empresas para sua relação consumerista e também pode ficar atento à comunidade de consumidores, os quais podem avisar de antemão as práticas comuns de determinadas empresas. No entanto, as práticas abusivas realizadas pelos monopólios não podem ser evitadas, já que não existe outra empresa que

⁵¹ NUNES, Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2008, pág. 537.

⁵² LEITE, Rita. **Práticas abusivas**. Disponível em: <<https://figueiredoeferreira.com.br/praticas-abusivas/>> Acesso em: 09/05/2022

seja viável manter estas relações de consumo. Dessa forma, é notório que os abusos cometidos monopólios são bem mais danosos do que os praticados por empresas comuns.

O aumento excessivo dos preços sem justa causa, principal objeto de estudo deste trabalho, é prática recorrente nas atuações de monopólios no Brasil, mesmo o Código de Defesa do Consumidor tutelando tal prática, na intenção de coibi-la. Vejamos o artigo 39, caput, X do Código de Defesa do Consumidor⁵³:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

(...)

X - Elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.

Inicialmente, este inciso não fazia parte da redação original do referido artigo, sendo acrescentado somente pela Lei n° 8.884 (antiga lei do CADE) em 1994⁵⁴. A não inserção imediata deste inciso no texto original da Lei deriva de uma discussão bem mais profunda acerca da fixação e reajuste de preços pelo fornecedor, onde estão em embate os limites da regulação do Estado e também a liberdade de fixação de preços imposta ao capitalismo e a livre concorrência.

Segundo Leonardo Roscoe Bessa e Walter José Faiad de Moura⁵⁵, o que determina os preços não é somente o fornecedor, variando-o com o aumento ou diminuição dos custos de mão de obra, matéria prima, carga tributária, concorrência, dentre outros fatores comuns para os economistas, mas também fatores relacionados a chamada oferta e procura, que também justificam, dadas suas proporções, o aumento de preço.

O entendimento ao se criar tal dispositivo era de que este só afetaria situações pós-contratuais. Entretanto, atualmente este conceito tornou-se diferente. Segundo o que expôs o desembargador aposentado do Tribunal de Justiça de São

⁵³ BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990: **Código de defesa do consumidor**. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm> Acesso em 16 de dez. 2021

⁵⁴ FARIAS, Talden e AQUINO, Vinícius Salomão. **A Elevação Injustificada de Preços como Prática Abusiva: Fundamentação e Critérios Para sua Identificação**. Fortaleza, 2018. Pg. 5

⁵⁵ BESSA, Leonardo Roscoe e MOURA, Walter José Farid. **Manual de Direito do Consumidor**. Ministério da Justiça. Brasília/DF, 2014. Pg. 177

Paulo, a prática abusiva pode ser pré-contratual e a proteção legal contra esses atos é justamente para impedir que o consumidor seja compelido a adquirir serviços ou serviços por um preço exorbitante.

Além disso, para o magistrado André Ramos Tavares⁵⁶, a empresa deve condicionar o aumento excessivo a uma causa já definida e não posteriormente alegada, como por exemplo: a correção monetária, variação do salário mínimo e também do valor de seus insumos. Desta forma, em uma economia estabilizada, qualquer aumento acima dos índices de inflação (já contendo todas essas variações previsíveis) pode ser considerado uma prática abusiva de aumento de preços.

Pensamento que coaduna com a visão de José Eduardo da Costa⁵⁷, que defende que o regime imposto no Código de Defesa do Consumidor representa uma consequência direta na intervenção do Estado na economia, já que o referido código tutela e limita o aumento dos preços de maneira indiscriminada e sem uma causa. Entretanto, isso não é tudo, já que a causa também deve ser justa, o que indica uma dimensão ética e política em fazer algo central para a economia e o livre mercado.

Segundo este mesmo autor⁵⁸, as hipóteses de justa causa para o aumento dos preços são: o aumento dos custos dos insumos utilizados na produção de bens ou serviços; a implementação de melhorias de qualidade no produto ou serviço; introdução de produtos ou serviços com alterações substanciais quando comparado ao produto da linha anterior. Não são considerados aumentos com justa causa aqueles que os produtos ou serviços semelhantes não sofrem mudança de preço, desde que os mercados sejam comparáveis e competitivos; e a elevação do preço que resultou de acordo, inclusive em relação aos custos do produto ou serviço.

⁵⁶ TAVARES, André Ramos. **Direito constitucional econômico**. 2.ed. São Paulo: Ed. Método, 2006. p. 271

⁵⁷ COSTA, José Eduardo da. **O artigo 39, X, do Código de Defesa do Consumidor: “não estamos mais no Kansas”**. Disponível em: [cdc7.pdf \(tjsp.jus.br\)](#). Acesso em: 08/05/2022. Pg. 172

⁵⁸ **Ibid.**

Segundo Bruno Miragem⁵⁹, a linha de diferenciação entre aumento excessivo sem justa causa e a liberdade de definição de preço é tênue. Vejamos:

Nos limites deste espaço confira-se o seguinte: o conceito de elevação sem justa causa de preços, prática abusiva prevista no artigo 39, X, do CDC, não se confunde com a de aumento arbitrário de lucros previsto na legislação concorrencial, nem pressupõe a existência de abuso de posição dominante como sustenta certa linha de interpretação no direito concorrencial. A elevação sem justa causa de preços é espécie de abuso no exercício da liberdade negocial do fornecedor, segundo a dogmática própria das práticas abusivas na legislação de defesa do consumidor. Isso não faz com que qualquer aumento de preços — mesmo se for para maximização dos lucros — seja per se abusivo. Afinal, se está em uma economia de mercado. Porém, há limites que deverão ser considerados, associados à boa-fé e à própria vulnerabilidade do consumidor em dada situação específica. Maior precisão sobre estes limites, pretendemos trazer em uma próxima coluna.

Logo, conclui-se que todos os tipos de empresa no mercado, ao manterem um vínculo consumerista, estão coibidos pelo Estado para não praticarem abuso do aumento excessivo de seus preços sem o devido motivo. Principalmente, em relação ao vínculo consumerista envolvendo monopólio, já que a elevação de preço tem impacto direto no prejuízo no bolso do consumidor, por não haver outra forma de adquirir aquele bem ou serviço necessário à ele.

Entretanto, quando a empresa, e principalmente o monopólio, não mantém vínculo consumerista? O Direito do Consumidor não pode intervir e tutelar tal prática, claramente abusiva? Segundo uma interpretação fria da lei, não, nesses casos o que pode impedir esse abuso é, na verdade, o Direito Econômico.

3.3. Dos atos ilícitos: da violação de direito e do dano causado a outrem

O ato de aumentar indiscriminado dos preços, causa danos principalmente às pessoas fragilizadas e com baixa renda, que já possuem toda a renda comprometida e não suportariam um aumento exacerbado. A situação se agrava

⁵⁹ MIRAGEM, Bruno. Direito Protege **Consumidor e Livre Concorrência de Aumentos Abusivos**. Consultor Jurídico. 2016. Disponível em: [ConJur - Direito protege consumidor e livre concorrência de aumentos abusivos](#). Acessado em 09/05/2022

quando o agente causador da ato é um monopólio, já que as pessoas diretamente atingidas não possuem outra opção de compra, obrigando-as a ficarem sem o bem ou pagarem absurdamente caro pelo produto ou serviço em questão.

Acerca disso, o artigo 186 do Código Civil⁶⁰ disciplina: “Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, **violar direito e causar dano a outrem**, ainda que exclusivamente moral, comete **ato ilícito.**” (**GRIFOS NOSSOS**).

Segundo Sandra Cristina Sanches⁶¹, a configuração do ato ilícito deve conter uma lesão, a qual pode ser material, moral, estética ou até mesmo outras formas de se apresentar. Pode se dizer então, que o ato ilícito pressupõe ação em desacordo com a norma jurídica vigente, violando direitos e causando prejuízos, o que é indicado pelo próprio Código Civil.

Sendo assim, evidencia-se que o ato jurídico de aumento excessivo dos preços causa, de maneira geral, ato ilícito, por violar normas de direito civil, do consumidor e até da ordem econômica.

3.4. Das infrações de ordem econômica: do aumento arbitrário dos lucros

O Direito Econômico tutela todas as empresas, em caso de infração contra a ordem econômica e evita danos à economia e à livre concorrência. Em relação ao aumento de preços sem justa causa, existe a proteção oferecida pelo CADE, o qual o artigo 36, caput, III, da Lei nº. 12.529/11⁶² constitui infração de ordem econômica a prática do aumento do lucro de maneira indiscriminada. Vejamos:

⁶⁰ BRASIL, Lei nº. 10.406 de 10 de janeiro de 2002. **Institui o Código Civil**. Disponível em: [L10406compilada \(planalto.gov.br\)](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/01/10/leis10406compilada.html). Acesso 02/06/2022

⁶¹ SANCHES, Sandra Cristina Floriano Pereira de Oliveira. **Ato ilícito e da obrigação de indenizar**. Revista Científica Semana Acadêmica. Ed. 00057, Vol. 01, ano 2014. Pg. 5 . Disponível em: [ato ilicito e a obrigacao de indenizar ultima atualizacao.pdf \(semanaacademica.org.br\)](http://www.semanaacademica.org.br/ato-ilicito-e-a-obrigacao-de-indenizar-ultima-atualizacao.pdf). Acesso em: 07/06/2022

⁶² BRASIL. Lei 12.529, de 30 de novembro de 2011: **Estrutura o Sistema de Defesa da Concorrência**. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112529.htm> Acesso em 29/05/2022

Art. 36. Constituem infração da ordem econômica, independentemente de culpa, os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados:

(...)

III - aumentar arbitrariamente os lucros.

Conforme aduz Renata Albuquerque Lima⁶³, o abuso de poder na economia caracteriza-se quando o agente econômico decide agir de forma desleal, em desfavor da livre concorrência. Desse modo, tais atitudes para serem configuradas deve haver um ato deliberado e intenção da empresa em transgredir o caminhar natural da economia que deve ser precipuamente saudável, ordeiro e praticável a todos, de forma igualitária.

A lei presume que o poder econômico que vise à dominação de mercado, o aumento arbitrário dos lucros e a eliminação da concorrência é abusivo. De modo explicativo, segundo Passos⁶⁴, abuso entende-se por:

[...] todo ato ou conduta do agente que, fazendo se valer de sua condição de superioridade econômica, age prejudicando a concorrência, o funcionamento do mercado ou aumentando arbitrariamente seus lucros, cerceando a liberdade do mercado ou a livre iniciativa. Observa-se que esta conduta não prejudica somente a ordem econômica, mas também, não menos importante, os consumidores.

Conforme o artigo 1º da Lei que estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência - SBDC⁶⁵, o Estado tutela, previne e reprime as infrações contra a ordem econômica, orientada pelos preceitos constitucionais da livre iniciativa, livre concorrência e também da defesa dos consumidores.

⁶³ LIMA, Renata et. al. **Poder Econômico e Monopólio Estatal: Aplicação em um Mercado Concorrencial**. Revista da Academia Brasileira de Direito Constitucional. 2016, pg. 13 e 14

⁶⁴ PASSOS, Eleonai. **Infração à Ordem Econômica: A tutela da livre concorrência**. FACNOPAR, 2015. Disponível em: <https://facnopar.com.br/conteudo-arquivos/arquivo-2017-06-14-14974705639485.pdf>. Acesso em 29/05/2022

⁶⁵ BRASIL. Lei 12.529, de 30 de novembro de 2011: **Estrutura o Sistema de Defesa da Concorrência**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm> Acesso em 29/05/2022

Nesse contexto, nota-se que o Estado não permite o abuso e a imposição de poder econômico das empresas sobre a população, principalmente a mais fragilizada que é o consumidor. Mesmo que a constituição defende a livre iniciativa, fica claro que as empresas não possuem total liberdade para porem o preço que quiserem na venda de seus produtos.

Segundo Farias e Aquino⁶⁶, a ideia de que o fornecedor é completamente livre para reduzir, aumentar ou manter o preço fixado é totalmente equivocada. Qualquer ação de uma pessoa jurídica que gere fato jurídico de ordem econômica deve estar em consonância com os interesses sociais presentes no artigo 173, §4º da Constituição Federal, a qual declara que a lei reprimirá qualquer abuso de poder econômico que vise a dominação de mercados ou a eliminação de concorrência ao aumento arbitrário dos lucros. Estes fatos evidenciam que o Brasil não é composto de um liberalismo puro, necessitando que a Constituição outorgue ao Estado a possibilidade de intervir na economia de modo repressivo para garantir a justiça social.

Assim, de acordo com as normas de Direito Econômico, podemos impedir que as empresas, que não têm contato direto com os consumidores, aumentem indiscriminadamente seus preços.

Entretanto, a defesa dos direitos individuais dos consumidores e o processo de perdas e danos baseado pelo Direito Econômico, não consegue proteger de forma eficaz a disparidade de força que existe entre um monopólio e um consumidor, sendo quase impossível, um consumidor comum conseguir demonstrar a falta de justa causa do aumento de preços de uma empresa monopolista que o afetou financeiramente. É através desse viés de pensamento que será buscado, no próximo capítulo, a possibilidade de responsabilização das empresas monopolistas pelo abuso de uma relação consumerista indireta.

⁶⁶ FARIAS, Talden e AQUINO, Vinícius Salomão. **A Elevação Injustificada de Preços como Prática Abusiva: Fundamentação e Critérios Para sua Identificação**. Fortaleza, 2018. Pg. 6

4. DA POSSIBILIDADE DE RESPONSABILIZAÇÃO DOS FORNECEDORES MONOPOLISTAS ATRAVÉS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR MESMO SEM RELAÇÃO DIRETA CONSUMERISTA

4.1. Do aumento excessivo dos preços: da responsabilização civil, consumerista e econômica

De acordo com o que foi abordado no capítulo anterior, verificou-se que o aumento excessivo dos preços sem justa causa configura: prática abusiva (quando possui relação de consumo); ato ilícito (quando viola direito e cause dano a outrem); ou infração de ordem econômica (prejudicar a livre concorrência). Entretanto, apesar de conhecer a ilegalidade desses atos jurídicos, não foram apresentadas suas respectivas responsabilizações.

Primeiramente, por se tratar de uma responsabilização mais genérica, será estudado a responsabilização civil pela prática de ato ilícito por parte dos monopólios, nos quais as empresas monopolistas aumentam os preços de maneira exacerbada, o que prejudica, no mínimo, materialmente os atingidos.

A consequência jurídica que exsurge do ato ilícito, portanto, é o instituto denominado de responsabilidade civil, que nada mais é do que o dever jurídico de reparar o dano sofrido em virtude da violação a um dever jurídico originário.

A responsabilidade civil está disciplinada no art. 927 do Código Civil⁶⁷ nos seguintes termos:

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

Parágrafo único. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.

⁶⁷ BRASIL, Lei nº. 10.406 de 10 de janeiro de 2002. **Institui o Código Civil**. Disponível em: [L10406compilada \(planalto.gov.br\)](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/01/leis_10406compilada.html). Acesso 02/06/2022

Necessário salientar, todavia, que apenas a ocorrência do dano não é requisito suficiente para ensejar a responsabilização civil. Na verdade, este instituto é composto dos seguintes elementos: a) conduta; b) dano; c) nexos causal. Desta forma, na ausência de um destes elementos, não se pode falar em responsabilidade, uma vez que são requisitos cumulativos.

Com relação à responsabilização perante o Direito do Consumidor, em seu próprio diploma legal, artigo 6º da Lei 8.078/90⁶⁸ também reconhece o dever de indenizar caso ocorra danos ao consumidor. Vejamos:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

Dessa forma, pode-se deduzir que a responsabilização no Direito do Consumidor é objetiva, já que a realidade fática, como bem demonstrado no artigo acima, verifica que uma das partes da relação é sempre mais vulnerável em relação à outra.

Em relação à responsabilização por cometer práticas abusivas, o CDC ainda traz punições ainda mais severas do que simplesmente a indenização pelos danos causados. Por exemplo, o Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 42, aduz que quando um consumidor é cobrado indevidamente ou injustamente, deverá receber o valor cobrado ou o dobro, como uma espécie de punição pelo ato de abuso do fornecedor.⁶⁹

Também em relação às sanções por infrações de caráter consumerista:

⁶⁸ BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990: **Código de defesa do consumidor**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm Acesso em 16 de dez. 2021.

⁶⁹BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990: **Código de defesa do consumidor**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm Acesso em 16 de dez. 2021.

As sanções podem versar em três áreas, podem ser penais, civis ou administrativas. Nas áreas penais acontecem quando a violência ao direito do consumidor é muito agressiva, sendo ela uma agressão física, moral ou psicológica. Em alguns casos os consumidores são expostos a situações de constrangimentos perante a sociedade e cabe a eles escolherem qual das áreas vão representar.⁷⁰

Não se pode olvidar, ainda, que, na hipótese de danos à esfera extrapatrimonial do consumidor que foi lesado, é passível a compensação por danos morais, isto porque, segundo Edna Raquel Hogemann⁷¹, “os danos extrapatrimoniais são em última análise os danos aos direitos de personalidade, e a tutela ressarcitória desses direitos se dá através da indenização por danos morais.”

As práticas consideradas abusivas devem ser punidas, portanto, não somente por contrariarem o ordenamento jurídico pátrio, mas, também, pelos danos causados materialmente e emocionalmente aos consumidores, sendo capazes de atingir, assim, a esfera extrapatrimonial do consumidor.

Nos casos de aumento exacerbado de preços em que o monopólio não possui contato direto com o consumidor, normalmente o que tutela tal ato é a Lei 12.529/11, a qual proíbe que os sujeitos aumentem seus lucros indiscriminadamente. Segundo o artigo 47 da mesma lei⁷², podem ingressar em juízo todos os prejudicados, por si próprios ou pelos legitimados para representá-los, a fim de obter a cessão de práticas que constituam infração da ordem econômica, bem como o recebimento de indenização por perdas e danos. Ou seja, a referida lei também tem cunho individual, tutela interesses materiais e resguarda os ofendidos de suas perdas e danos, o que é muito similar ao dano sofrido quando feito diretamente à um consumidor.

Logo, dada que a coibição apontada pela lei é a mesma do Código Civil, genérica e geral, a qual foi abordada inicialmente, responsabilizando e empresa

⁷⁰ BRASILIO, Mariana Pinotti. **Práticas abusivas à luz do Código de Defesa do Consumidor**. TCC, Centro Universitário Toledo Araçatuba. Pg. 43

⁷¹ HOGEMANN, Edna Raquel. **Danos Morais e Direitos da Personalidade: uma questão de dignidade, in Direito Público e Evolução Social**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008, p. 77

⁷² BRASIL. Lei 12.529, de 30 de novembro de 2011: **Estrutura o Sistema de Defesa da Concorrência**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm> Acesso em 29/05/2022

Em contraponto, a tutela do Direito Econômico contra a prática do aumento exacerbado dos lucros, se traduz apenas na responsabilização concedida pelo Código Civil.

Além disso, a Lei nº. 12.529/11 não traz nenhum benefício processual à parte mais frágil em caso de disputa jurisdicional, demonstrando mais uma vez que esta lei não foi feita para os consumidores afetados indiretamente por monopólios.

Portanto, já que se concluiu que uma responsabilização perante o Direito do Consumidor é mais benéfica para o indivíduo lesado, o estudo se aprofundará, portanto, nos requisitos para que se aplique o Código do Direito do Consumidor.

Primeiro, cabe destacar que o Código de Defesa do Consumidor não traz em seu conteúdo de forma expressa as condições ou requisitos para a formação de uma relação de consumo, tratando apenas de seus elementos subjetivos e objetivos.

Segundo Maria A. Zanardo Donato⁷⁴, a relação de consumo é: “a relação que o direito do consumidor estabelece entre o consumidor e o fornecedor, conferindo ao primeiro um poder e ao segundo um vínculo correspondente, tendo como objeto um produto ou serviço”.

Nesse mesmo entendimento, o autor Michael Silva e Wellington Santos⁷⁵ “A relação jurídica de consumo é estabelecida pela composição de fornecedor e consumidor em lados opostos, tendo como objeto produto ou serviço, conforme se depreende da análise dos artigos 2º e 3º do CDC.”

⁷⁴ DONATO, Maria Antonieta Zanardo. **Proteção ao consumidor: conceito e extensão**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993.

⁷⁵ SANTOS, Wellington Fonseca dos e SILVA, Michael César. **O direito do consumidor nas relações de consumo virtuais**. Brasília, 2012, p. 5. Disponível em: [000952705.pdf \(senado.leg.br\)](#). Acesso em 01/06/2022

Então, pode-se dizer que existem dois elementos obrigatórios para a existência dessa relação jurídica, os elementos subjetivos: consumidor e fornecedor e também os elementos objetivos: produto ou serviço.

Por fim, para firmar entendimento acerca da matéria, Clarissa Teixeira Paiva⁷⁶ aduz o seguinte: “[...] conclui-se que é indiferente o tipo contratual celebrado entre as partes para que uma dada relação jurídica seja, ou não, de consumo, pois não é o negócio jurídico em si que faz incidir as normas do CDC”.

O subtópico 1.2 do primeiro capítulo deste trabalho já abordou exaustivamente a questão do conceito e da definição de consumidor para o Direito do Consumidor. Para breve recordação, conforme o artigo 2º da Lei 8.078/90 (CDC)⁷⁷ consumidor é toda pessoa, seja física ou jurídica, que adquira ou utilize produtos ou serviços como destinatário final.

Cabe lembrar ou ressaltar ainda a visão de Paiva⁷⁸:

[...] pode-se concluir que a tutela oferecida pelo CDC ao consumidor não se restringe unicamente ao contrato. A defesa do consumidor abrange a fase pré-contratual, quando vincula o fornecedor às condições contratuais, bem como às informações por ele divulgadas à coletividade por meio de mensagem publicitária, e a pós-contratual, como nos casos de responsabilidade pelo vício ou fato do produto e do serviço.

O outro elemento subjetivo para se obter uma relação jurídica é o fornecedor, a definição deste conceito aqui abordado será determinante para podermos concluirmos se os monopólios, quando mantém relação de consumo indireta, podem ser enquadrados como fornecedores sob a perspectiva do Código de Defesa do Consumidor ou se essa hipótese é totalmente descabida e não pode ser sequer arguida.

⁷⁶ PAIVA, Clarissa Teixeira. **O que caracteriza uma relação de consumo**. Jus. 2014. Disponível em: [O que caracteriza uma relação de consumo? - Jus.com.br | Jus Navigandi](http://www.jus.com.br/jusnavigandi). Acesso em 01/06/2022

⁷⁷ BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990: **Código de defesa do consumidor**. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm > Acesso em 01/06/2022

⁷⁸ PAIVA, Clarissa Teixeira. *op. cit.*

Para iniciarmos a discussão do referido conceito, cabe em primeiro lugar citar o próprio texto legal contido no artigo 3º da Lei 8.012/90⁷⁹ (CDC):

Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Como pudemos ver, o conceito de fornecedor não cabe muitas interpretações, já que o legislador, ao redigir a norma, buscou o máximo de generalidade a quem possa ser o fornecedor, desde pessoa física às pessoas de direito público.

Ada Pelegrin Grinover⁸⁰ e outros afirma de modo semelhante, defendendo que os fornecedores: “são considerados todos quantos propiciem a oferta de produtos e serviços no mercado de consumo, de maneira a atender às necessidades dos consumidores, sendo despidendo indagar-se a que título”

Entretanto, para a análise de nosso caso prático, necessito, mesmo que de forma ou pouco forçada, extrair um pouco mais do conceito de fornecedor e de sua relação com o consumidor, na visão do CDC.

O fornecedor, segundo a lei supracitada e referenciada, é aquele quem fornece o produto ou serviço, entretanto, o produto ou serviço oferecido deve ser utilizado de forma finalística para se obter uma relação de consumo entre o suposto fornecedor e o consumidor. Sendo assim, seguindo a mesma lógica, há uma diferenciação entre os fornecedores que mantêm um vínculo consumerista e os fornecedores, que embora estejam todos definidos de forma genérica no CDC, não fazem parte de nenhuma relação de consumo e por consequência, não são regulados ou tutelados pela Lei. 8.078/90.

⁷⁹ BRASIL. *op. cit.*

⁸⁰ GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código brasileiro de defesa do consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 47

Desta forma, mesmo que já existam inúmeras classificações acerca dos vários tipos de fornecedores, nenhuma delas atendeu perfeitamente ao propósito do trabalho. Dessa forma, venho por sugerir subdividi-los da seguinte forma:

1. Fornecedor originário, aquele que obtém, cria, extrai ou fabrica o produto em seu estado final e o vende diretamente para o consumidor (manufaturas, hortas urbanas e extração de madeira);

2. Fornecedor distribuidor, aquele que obtém, cria, extrai ou fabrica o produto já em seu estado final e o vende para um outro fornecedor, nunca para o consumidor final (Petróleo, hidrelétricas, metalúrgicas e agricultores de grande porte);

3. Fornecedor revenda, que é aquele que compra os produtos do fornecedor distribuidor e os revende diretamente para os consumidores (lojas em geral; prestadores de serviço e etc).

Cabe frisar que, embora todas as classificações possuam a palavra fornecedor, segundo a interpretação fria da lei, o tipo distribuidor não é tutelado pelo Código de Defesa do Consumidor, já que não possui vínculo ou contato direto com o consumidor final. Dessa forma, as práticas abusivas ocasionadas pelos fornecedores distribuidores, a primeiro momento, são abrangidas pelo Direito Econômico, mais especificamente, pela Lei 12.529/11.

Além disso, para a devida configuração de uma relação de consumo, deve haver um produto ou serviço que vincula tanto o conceito de consumidor quanto o de fornecedor.

Desta forma, de acordo com o art. 3º, §1º do CDC⁸¹, "Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial." Um conceito bem amplo, que embora contrariem a visão de alguns doutrinadores, define que qualquer bem que circule de um fornecedor para o consumidor, pode ser considerado produto.

⁸¹ BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990: **Código de defesa do consumidor**. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm> Acesso em 01/06/2022

Segundo Tupinambá Miguel Castro Nascimento⁸²:

Ao conceito de produto, interessa saber que é um bem com determinado conteúdo finalístico. É um bem porque, no sentido genérico, tem aptidão para satisfazer necessidades humanas e, mais do que isto, tem valor econômico e pode ser objeto de uma relação jurídica entre pessoas.

Desta vez em análise aos serviços, obtemos a seguinte definição do artigo 3º, §2º da Lei 8.078/90⁸³ (CDC) conceitua os serviços como: "qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista."

Portanto, para a existência de relação de consumo e a devida tutela do Código de Defesa do Consumidor, devem se fazer presentes tanto o consumidor, quanto o fornecedor, ambos ligados por um produto ou serviço com caráter finalista.

4.3. Da possibilidade de responsabilização indireta na hipóteses de fornecedor distribuidor monopolista

A partir de agora, dadas todas as considerações já levantadas, o presente trabalho terá por objetivo analisar a possibilidade de uma responsabilização perante o Direito do Consumidor, mesmo quando não houver relação de consumo direta, nas hipóteses do fornecedor ser um monopólio e ser caracterizado como fornecedor distribuidor.

Diante do que foi apresentado, o Código de Defesa do Consumidor não tutela todos os atos jurídicos que possuam o consumidor em seu polo passivo, para tanto é necessário também uma relação consumerista, que de modo resumido, é

⁸² NASCIMENTO, Tupinambá Miguel Castro do. **Responsabilidade Civil no Código de Defesa do Consumidor**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Aide, 1991.

⁸³ BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990: **Código de defesa do consumidor**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm Acesso em 16 de dez. 2021.

um vínculo direto entre fornecedor e consumidor, na qual o consumidor adquire o produto ou serviço com intuito finalístico.

No tópico 3.1, “o campo de aplicação do Código de Defesa do Consumidor”, foi levantado uma discussão acerca dos elementos necessários para a constituição de uma relação jurídica de consumo, dentre elas, a existência do fornecedor. Além disso, classifiquei os fornecedores, segundo o conceito do Código de Defesa do Consumidor, em três tipos: fornecedor originário; fornecedor distribuidor; e fornecedor revenda.

Cabe lembrar que, segundo o entendimento do Direito do Consumidor, não há relação de consumo entre o fornecedor distribuidor e o consumidor. Por consequência, mesmo que o fornecedor distribuidor aumente os preços de forma indiscriminada, segundo o CDC, este não comete ato abusivo. A título de exemplificação: numa relação jurídica entre uma distribuidora de parafusos, revenda de materiais para construção e o consumidor, o simples fato da fabricante de parafusos aumentar o valor de seus produtos, não vincula a revenda de comprar seus parafusos, sendo possível a compra deste produto onde estiver mais barato. Ou seja, o aumento de preço do fornecedor distribuidor, via de regra, não ocasiona dano direto ao consumidor

Entretanto, não podemos generalizar e levar essa conclusão como uma máxima ou como um postulado, pois existem fatos jurídicos que não se aplicam totalmente a esse entendimento, como é no caso do fornecedor distribuidor constituir um monopólio.

Nesse contexto, observamos que na hipótese supramencionada, o fato do fornecedor distribuidor aumentar o preço não ocasiona um dano direto ao consumidor, já que a revenda poderá comprar de outro fornecedor, entretanto, essa narrativa não faz sentido quando tratamos o distribuidor como um monopólio. Ora, conforme o que abordado no tópico 2.1 “Monopólios: conceito, classificações e seus impactos na sociedade brasileira”, os monopólios têm total controle sobre os preços que serão comercializados, já que o fornecedor revenda não tem outra forma de obter seus produtos de revenda.

Por exemplo, um fornecedor distribuidor monopolista do setor de petróleo, caso decida dobrar o preço de seus combustíveis, o fornecedor revenda, no caso o posto de gasolina, não tem opção a não ser realizar o mesmo aumento, o que causaria impacto direto aos consumidores. Observe que, no caso apresentado, aquele que cometeu a prática abusiva foi justamente o fornecedor distribuidor, embora ele não tenha diretamente negociado ou vendido para o consumidor, por se tratar de monopólio, suas ações atingiram diretamente o consumidor final.

Portanto, fica demonstrado que em caso do fornecedor distribuidor ser constituído de um monopólio, seus aumentos excessivos sem justa causa causam impacto idêntico se esse aumento fosse realizado por um fornecedor revenda ou um fornecedor originário, o que não se enquadra no entendimento o qual nosso ordenamento tem aplicado.

O próprio Código do Consumidor alega, em seu artigo 7º, parágrafo único⁸⁴ que: “Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.”.

De maneira semelhante, também podemos observar o que aduz o art. 25, §1º da Lei 8.078/90⁸⁵: “Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores.”

Vale destacar que, em caso de reconhecer que os fornecedores distribuidores monopolistas causam dano direto aos consumidores, a não responsabilização destes pelo Direito do Consumidor, é negar a proteção especial concedida ao consumidor e por sua condição de vulnerabilidade perante à disparidade de poder econômico entre ele e um fornecedor, principalmente em caso dele constituir um monopólio, que o torna bem mais poderoso economicamente do que uma empresa normal.

⁸⁴ BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990: **Código de defesa do consumidor**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm Acesso em 16 de dez. 2021.

⁸⁵**Ibid.**

Dessa forma, levando em consideração a condição de vulnerabilidade do consumidor, o princípio da aplicação da norma mais benéfica ao consumidor, a disparidade de poder econômico entre o monopólio e o consumidor e principalmente perante à demonstração do dano causado diretamente pelas ações dos monopólios, considero ser possível uma responsabilização solidária para tutelar tais atos abusivos.

5. CONCLUSÃO

Em meio a tantas crises e dificuldades financeiras pelas quais a sociedade tem passado nesta década, uma delas tem se tornado ainda mais recorrente, as práticas abusivas. Dentre essas práticas condenadas pelo Código de Defesa do Consumidor, a que mais tem afetado à população é a de aumento excessivo dos preços sem justa causa, que além de parecer que nunca é aplicável a realidade fática, também é difícil determinar o motivo do aumento, qual a empresa responsável e, o pior de tudo, a possibilidade de responsabilização ou não da empresa que comete o abuso citado.

A presente investigação teve justamente como objetivo averiguar a condição da aplicação dessa norma consumerista, de coibir o aumento indiscriminado dos preços, além de entender as hipóteses de responsabilização por parte dos fornecedores. Além disso, resolver a questão que gerou a maior controvérsia da pesquisa, que é a hipótese de responsabilização do fornecedor monopolista pelo Direito do Consumidor, mesmo sem haver relação de consumo direta, já que estes são tutelados, a princípio, apenas as relações diretas da empresa com o consumidor. Dessa forma, o estudo também foi realizado no intuito de resolver tal problemática.

O capítulo primeiro demonstrou a proteção exhaustiva que a Constituição e o Código de Defesa do Consumidor têm acerca do sujeito do consumidor. A análise não foi feita baseada apenas na letra fria ou no entendimento doutrinário atual, a qual averiguou que a história da proteção ao consumidor, se confunde com a própria história do surgimento do Direito e do desenvolvimento da mercantilização.

No segundo capítulo demonstrou-se que a função dessa proteção é necessária, principalmente, pela disparidade de poder econômico entre o consumidor e os fornecedores com quem possuem vínculo consumerista. Dessa forma, até mesmo através do princípio da utilização da lei mais benéfico ao consumidor, pode-se afirmar que o tratamento diferenciado que o ordenamento

jurídico dá ao consumidor não é uma vantagem em cima de uma empresa, mas sim uma tentativa de igualar as forças de ambas as partes do negócio jurídico.

Posteriormente, foi apresentado o conceito de monopólio, seus tipos e classificações, estudo o qual se obteve todas as consequências jurídicas de um aumento excessivo de preços sem justa causa. Verificou-se que, na prática, caso o monopólio tenha contato direto com o consumidor, este comete prática abusiva e na hipótese da elevação dos preços em excesso ocorrer, porém sem contato direto com o consumidor, isto configura ato ilícito ou infração de ordem econômica. No entanto, apenas a aplicação do Direito do Consumidor atende à necessidade da proteção máxima ao consumidor, tanto material, quanto processualmente.

Por fim, o último capítulo serviu para analisarmos os requisitos de caracterização de uma relação de consumo, requisito necessário para a aplicação do Direito do Consumidor em relação aos monopólios. Nesse contexto, buscou-se apresentar argumentos que possibilitassem a responsabilização das empresas monopolistas mesmo quando estas mantinham contato indireto com os consumidores. Concluiu-se que, além de possível a responsabilização, é muito mais benéfica a utilização do Código de Defesa do Consumidor do que a simples responsabilização contida nos dispositivos no Código Civil ou mesmo no Direito Econômico.

Diante de toda a investigação, foi possível constatar apesar da sociedade estar sendo alvo de infrações de ordem econômica, atos ilícitos e práticas abusivas no aumento exacerbado de preços sem justa causa, tais atos podem ser impedidos ou minimizados pelo ordenamento jurídico atual, principalmente analisando a proteção máxima imposta pela constituição e pelas leis infra-constitucionais dadas ao consumidor. Além disso, constatou-se ser possível uma responsabilização direta dos monopólios, mesmo que estes causem dano através de uma relação de consumo indireta, aumentando o grau interpretativo, à medida que a sociedade prejudica mais e mais a parte mais fraca de uma relação consumerista.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCARÁ, Marcos. **A evolução do Direito do Consumidor**. 2013, p. 10. Disponível em

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUK EwipkKO3t9H3AhViCrkGHWy2Afo4ChAWegQIGhAB&url=https%3A%2F%2Fperiodicosonline.uems.br%2Findex.php%2FRJDSJ%2Farticle%2Fdownload%2F655%2F619&usg=AOvVaw1YZcZMeN3Rfh4Tfe0F7svt>. Acessado em: 09/05/2022

_____. BESSA. L. R.; MOURA. W. J. F. **Manual do direito do consumidor**. 3, ed. Brasília: SDE/DPDC, 2010

_____. BESSA, Leonardo Roscoe e MOURA, Walter José Farid. **Manual de Direito do Consumidor**. Ministério da Justiça. Brasília/DF, 2014

BITTAR, Carlos Alberto. **Direito do consumidor, código de defesa do consumidor**. 6 ed. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária. 2003

_____. BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990: **Código de defesa do consumidor**. Disponível em <
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm> Acesso em 16 de dez. 2021.

_____. BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm> Acesso em 16 de dez. 2021).

_____. BRASIL. Lei 12.529, de 30 de novembro de 2011: **Estrutura o Sistema de Defesa da Concorrência**. Disponível em <
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm> Acesso em 29/05/2022

_____. BRASIL, Lei nº. 10.406 de 10 de janeiro de 2002. **Institui o Código Civil**. Disponível em: L10406compilada (planalto.gov.br). Acesso 02/06/2022

_____. TJDT-AC n°. 07104893320178070020- Res 65 CNJ, relator: MARIA DE LOUDRES ABREU, Data de julgamento: 17/07/2019. Data de Publicação: DJe 02/08/2019. SISTJWEB (tjdft.jus.br)

_____. REsp 476428/SC, 2002/0145624-5, Terceira Turma do STJ, Rel. Min. Nancy Andrighi, Data de Julgamento: 19/04/2005, DJ, Data de Publicação: 09/05/2005.

_____. TJ-MG- AC n°. proc. 0135071-47.2014.8.13.0518 MG, Relator: Otávio Portes, julgado dia 04/11/2015, publicado dia 13/11/2015. Disponível em: <https://tj-mg.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/255786287/apelacao-civel-ac-10518140135071001-mg>

_____. TJ-DF APC n°. proc. 0015592-60.2010.8.07.0003 DF. Relator: Simone Lucindo. Julgado dia 18/09/2013, publicado dia 29/09/2013. Disponível em: <https://tj-df.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/115987319/apelacao-civel-apc-20100310157100-df-0015592-6020108070003>

_____. TJ-SC AC n°. 20110744474, Imaruí, 2011.074447-4. Relator: Jorge Luis Costa Beber. Julgado no dia 07/03/2013. Disponível em: <https://tj-sc.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/945747564/apelacao-civel-ac-20110744474-imarui-2011074447-4>

CARVALHO, Brunna L. de Oliveira. **A ineficiência do código de defesa do consumidor nas práticas abusivas no comércio eletrônico.** Disponível em: Acesso em: 10/02/2019

CATELMO, Fernando. **A história milenar do Direito do Consumidor e as novas perspectivas na proteção dos interesses consumeristas.** Disponível em: https://jus.com.br/artigos/92207/a-historia-milenar-do-direito-do-consumidor-e-as-novas-perspectivas-na-protecao-dos-interesses-consumeristas#_ftn3

COSTA, José Eduardo da. **O artigo 39, X, do Código de Defesa do Consumidor: “não estamos mais no Kansas”**. Disponível em: [cdc7.pdf \(tjst.jus.br\)](#). Acesso em: 08/05/2022

CLEZAR, Samuel Mantelli. **A responsabilidade civil dos fornecedores em face do código de defesa do consumidor, Monografia (TCC em Direito)** – Curso de Direito, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí/SC, p. 111. 2010

Código de Hamurabi. Disponível em: <https://www.pravaler.com.br/wp-files/download/codigo-de-hamurabi-idioma-portugues-download-pdf.pdf>. Acesso em 28/05/2022

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

EFING, Antônio Carlos. **Fundamentos do direito das relações de consumo**. 2ª ed. Curitiba: Juruá, 2004

FARIAS, Talden e AQUINO, Vinícius Salomão. **A Elevação Injustificada de Preços como Prática Abusiva: Fundamentação e Critérios Para sua Identificação**. Fortaleza, 2018

FIGUEREDO, Leonardo Vizeu. **Lições de direito econômico**. Rio de Janeiro: Forense, 2011

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual do direito do consumidor**. 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2008

GAMA, Helio Zaghetto. **Curso de direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2000

GARCIA, Leonardo. **Código de defesa do consumidor comentado (artigo por artigo)**. 16ª Ed. São Paulo: 2021

GOMES, Rogério Zuel. **Questões processuais em lides de consumo** – Revista do Consumidor, n. 69. São Paulo: RT, jan.-mar. 2009

GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 9. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007

GUGLINSKI, Vitor. **Breve histórico do direito do consumidor e origens do CDC**. JusBrasil, 2014. Disponível em: <https://vitorgug.jusbrasil.com.br/artigos/112106596/breve-historico-do-direito-do-consumidor-e-origens-do-cdc> Acesso em: 16 de dez. 2021

KUPLER, David e HASENCLEVER, lia. **Economia Industrial: Fundamentos Teóricos e Práticos no Brasil**. Elsevier Editora Ltda, 2013

LEITE, Rita. **Práticas abusivas**. Disponível em: <https://figueiredoeferreira.com.br/praticas-abusivas/> Acesso em: 09/05/2022

LEITE, Roberto Basilone. **Introdução ao direito do consumidor: os direitos do consumidor e a aplicação do código de defesa do consumidor**. São Paulo: LTr, 2002

LIMA, Renata et. al. **Poder Econômico e Monopólio Estatal: Aplicação em um Mercado Concorrencial**. Revista da Academia Brasileira de Direito Constitucional. 2016

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999

MENDES, Gilmar Ferreira. **Palestra – a dimensão da proteção constitucional do direito do consumidor**. VI Congresso do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – a defesa do consumidor e a justiça – ética, equidade e riscos:

desafios da próxima década. Informação verbal. Starfish Restort Hotel. Aracajú/SE, 29.04.2009.

MIRAGEM, Bruno. **Direito Protege Consumidor e Livre Concorrência de Aumentos Abusivos**. Consultor Jurídico. 2016. Disponível em: ConJur - Direito protege consumidor e livre concorrência de aumentos abusivos. Acessado em 09/05/2022

NASCIMENTO, Tupinambá Miguel Castro do. **Responsabilidade Civil no Código de Defesa do Consumidor**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Aide, 1991.

NUNES, Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2008

OLIVEIRA, Celso Marcelo de. **Tratado de direito do consumidor: doutrina, prática forense e legislação**. São Paulo: Jurídica brasileira, 2010.

PAIVA, Clarissa Teixeira. **O que caracteriza uma relação de consumo**. Jus. 2014. Disponível em: O que caracteriza uma relação de consumo? - Jus.com.br | Jus Navigandi. Acesso em 01/06/2022

PASSOS, Eleonai. **Infração à Ordem Econômica: A tutela da livre concorrência**. FACNOPAR, 2015. Disponível em: <https://facnopar.com.br/conteudo-arquivos/arquivo-2017-06-14-14974705639485.pdf>. Acesso em 29/05/2022

SANCHES, Sandra Cristina Floriano Pereira de Oliveira. **Ato ilícito e da obrigação de indenizar**. Revista Científica Semana Acadêmica. Ed. 00057, Vol. 01, ano 2014. Disponível em: [ato ilicito e a obrigacao de indenizar ultima atualizacao.pdf \(semanaacademica.org.br\)](#). Acesso em: 07/06/2022

SANTOS, Wellington Fonseca dos e SILVA, Michael César. **O direito do consumidor nas relações de consumo virtuais**. Brasília, 2012. Disponível em: 000952705.pdf (senado.leg.br). Acesso em 01/06/2022

SILVA, Antônio Vinicius. **Quais são as vantagens da aplicação do Código de Defesa do Consumidor para o Paciente na responsabilidade civil por erro médico?** Site: Jus Brasil. 2018. Disponível em: Quais são as vantagens da aplicação do Código de Defesa do Consumidor para o paciente na responsabilidade civil por erro médico? (jusbrasil.com.br). Acesso em 02/06/2022

SILVA, Lorena Costa e ARAÚJO, Ana Dulce Fonseca Oliveira. **Monopólios: análise sob a perspectiva do Direito Econômico.** Jus. 2016. Disponível em: Monopólios: análise sob a perspectiva do Direito Econômico - Jus.com.br | Jus Navigandi. Acesso em 31/05/2022.

SILVEIRA, André. **Análise de Regulação Tarifária no Porto de Salvador.** Universidade Federal da Bahia. 2008, Salvador. Disponível em: TCC ANDRÉ RICARDO SANTOS SILVEIRA (ufba.br). Acesso em 31/05/2022

SIMÃO, José Fernando. **Vícios do produto no novo código civil e no código de defesa do consumidor.** São Paulo: Atlas, 2003

SOUZA, Miriam de Almeida. **A política do consumidor no direito comparado.** Em evidência: Revista Magister de Direito Empresarial, n. 12, Dez.Jan./2007

SZNIFER, Moyses Simão. **Da aplicação da norma jurídica mais benéfica.** Site: Jus Brasil. 2012. Disponível em: <https://moysessimaosznifer.jusbrasil.com.br/artigos/121935130/da-aplicacao-da-norma-juridica-mais-benefica>. Acesso em 29/05/2022.

TAVARES, André Ramos. **Direito constitucional econômico.** 2.ed. São Paulo: Ed. Método, 2006

THOMAZ, Afrânio Carlos Moreira. **Lições de direito do consumidor.** 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2012.

TORRES, Thaylindre Coelho. **A jurisprudência do STJ sobre práticas abusivas no CDC.** Jus. Disponível em: A jurisprudência do STJ sobre prática abusiva no CDC - Jus.com.br | Jus Navigandi . Acessado em 08/05/2022