

239

ATOS DE CONCENTRAÇÃO FACE À FIGURA DO CONSUMIDOR: A CARTELIZAÇÃO NO CODESHARE VARIG-TAM. *Eduardo Guimaraes Wanderley, Claudia Lima Marques (orient.)* (UFRGS).

Em 21 de maio de 2004, a Secretaria de Acompanhamento Econômico, órgão ligado ao Ministério da Fazenda, emitiu parecer acerca da operação de *codeshare* entre a VARIG e a TAM, autorizada preliminar e temporariamente pelo CADE em instrumento celebrado em 26 de março de 2003, recomendando expressamente que tal acordo fosse revogado e a operação proibida, visto que "em contradição ao que foi dito ao Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, há indícios de que a cooperação anunciada pelas partes era mais extensa do que um simples compartilhamento de aeronaves". Com efeito, tal parecer, procedendo a uma profunda análise da operação de *codeshare*, por meio de dados das mais diversas naturezas, fornecidos por ambas aquelas empresas e por agentes do mercado aeronáutico, empregando métodos baseados mormente em uma racionalidade lógico-econômica, concluiu que a forma pela qual o acordo vinha se desenvolvendo apresentava indícios de conduta concertada, implicando em cartelização e, por via de consequência, em prejuízo ao consumidor. Indubitavelmente, a união de empresas em torno de cartéis gera uma série de prejuízos a todos os segmentos do mercado, propiciando um aumento extraordinário de poder de barganha a tais companhias, tendo como consequência notória a redução de opções de produtos e serviços e o aumento de preços ao consumidor. Nesse sentido, será analisada a cartelização do presente *codeshare*, através do estudo dos mercados relevantes do segmento do transporte aéreo de pessoas no Brasil, conjugando aspectos de teoria econômica aplicada ao direito da concorrência e à noção de anticompetitividade, tendo por base dados do mercado de aviação brasileiro, doutrina de direito antitruste pátrio e comparado, além da análise de eventos semelhantes no âmbito da União Européia e dos Estados Unidos, de sorte que se possa mensurar os efeitos resultantes daquela operação em face do consumidor.