

O objetivo da presente pesquisa é analisar como a formação de cartéis no mercado pode prejudicar os direitos do consumidor. Primeiramente, cumpre observar que a finalidade precípua do direito da concorrência é assegurar o bom funcionamento do mercado de bens e serviços, o que, sem sombra de dúvidas, repercute na proteção do consumidor. Modernamente, uma das maiores preocupações do direito da concorrência no Brasil é a formação de cartéis. Entende-se por cartel o acordo feito entre concorrentes para combinar preços, restringir a variedade de produtos e, conseqüentemente, aumentar os lucros. O cartel se forma quando empresas, que disputam o mesmo mercado relevante material e geográfico, acordam entre si objetivando a maximização das suas receitas. A livre concorrência e a defesa do consumidor são princípios constitucionais balisadores da ordem econômica. Dessa forma, para se ter um mercado equilibrado, sem abuso de poder econômico, imprescindível que haja livre concorrência, com a efetiva punição dos formadores de cartéis. O cartel de empresas retira as possibilidades de escolha do consumidor, fazendo-o pagar preços mais altos e ter seu leque de opções de compra e contratação diminuído, o que fere o seu direito básico de livre escolha previsto no art. 6º, II do Código de Defesa do Consumidor. Ademais, a cartelização no mercado concorrente descumpra a regra prevista no inciso IV do referido dispositivo, que prevê a proteção do consumidor contra as práticas comerciais coercitivas e desleais. Verifica-se, portanto, que o consumidor tem a sua vulnerabilidade ressaltada quando há formação de cartéis, pois as empresas que cooperam entre si com objetivos fraudulentos eliminam a concorrência, gerando aumento dos preços e conseqüente aumento arbitrário dos lucros. O presente estudo foi realizado a partir de fontes doutrinárias e legislativas (Lei nº 8.078/90 e Lei nº 8.884/94), bem como através da análise casuística do cartel dos postos de gasolina da cidade de Florianópolis-SC.