

Insper Instituto de Ensino e Pesquisa

Faculdade de Economia e Administração

FERNANDO SEELAENDER CRESCENTI

**O ANTITRUSTE NA VISÃO NEOCLÁSSICA E NA VISÃO
AUSTRIACA: UMA ANÁLISE COMPARATIVA**

SÃO PAULO

2015

FERNANDO SEELAENDER CRESCENTI

**O ANTITRUSTE NA VISÃO NEOCLÁSSICA E NA VISÃO AUSTRIACA:
UMA ANÁLISE COMPARATIVA**

Monografia de graduação
apresentada ao curso de Ciências
Econômicas do Insper Instituto de
Ensino e Pesquisa como requisito
parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Ciências Econômicas

Orientador: Prof. Dr. Guilherme Fowler A.
Monteiro

SÃO PAULO

2015

Crescenti, Fernando Seelaender
O antitruste na visão Neoclássica e na visão Austríaca: Uma análise
Fernando Seelaender Crescenti. – São Paulo, 2015.

n.f

Graduação – Insper, 2015
Orientador: Guilherme Fowler A. Monteiro

1. Antitruste. 2. Competição 3. Empreendedor 4. Teoria econômica. I. Fernando Seelaender Crescenti. II. O Antitruste na visão Neoclássica e na visão Austríaca: Uma análise comparativa

FERNANDO SEELAENDER CRESCENTI

O Antitruste na visão Neoclássica e na visão Austríaca:

Uma análise comparativa

Monografia de graduação apresentada ao curso de Ciências Econômicas do Insper Instituto de Ensino e Pesquisa como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dr. Guilherme Fowler A. Monteiro

Data de Aprovação: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

NOME COMPLETO
TITULAÇÃO
INSTITUIÇÃO

NOME COMPLETO
TITULAÇÃO
INSTITUIÇÃO

NOME COMPLETO
TITULAÇÃO
INSTITUIÇÃO

ΕΠΙΓΡΑΦΕ

“The curious task of economics is to demonstrate to how little they really know about what they imagine they can design”

F. A. Hayek, The Fatal Conceit, 1988

Sumário

1.Introdução.....	8
2 Metodologia.....	11
3.O que é o Antitruste?.....	12
3.1 O Surgimento do Antitruste.....	16
3.1.1 Estatutos do Antitruste.....	18
3.2 O Antitruste na Europa.....	19
4. O Arcabouço teórico do Antitruste.....	21
4.1 Análise do poder de mercado.....	23
4.1.1 Mercado relevante.....	24
4.2 Estrutura Conduta Desempenho (ECD).....	25
4.3 Escola de Chicago.....	26
4.4 Nova Economia das Instituições/Teoria dos Contratos.....	27
4.5 Nova OI e Nova OI Empírica (NOIE).....	29
5.A Escola Austríaca.....	31
5.1 Metodologia da Escola Austríaca.....	32
6. O processo de mercado.....	40
6.1 Críticas ao modelo de concorrência perfeita.....	46
6.2 Concorrência de substitutos.....	50
6.3 Elasticidade da demanda.....	51
6.4 Concorrência potencial.....	52
6.5 Barreiras não legais a entrada.....	53

6.5.1 Diferenciação de produtos	53
6.5.2 Marketing.....	54
6.5.3 Eficiência e inovação.....	54
6.5.4 Capital financeiro.....	55
6.5.5 Preços predatórios.....	56
6.5.6 Discriminação de preços.....	57
6.6 Cartéis, Fusões e Aquisições em um livre mercado.....	59
7. O Monopólio na Escola Austríaca.....	64
8. O Internet Explorer e a destruição criativa.....	68
8.1 Google e Amazon no Brasil.....	71
9. Conclusões.....	73
10. Bibliografia	79

1. Introdução

lorio (2013) mostra que é aceito no *mainstream* econômico que o mercado pode apresentar falhas, e a regulação ou intervenção estatal direta são necessária para corrigir seus efeitos. Uma das ditas *falhas de mercado* seria que, na ausência de regulações, uma única empresa poderia acabar por dominar determinado mercado e, nessa condição, poderia abusar de seu poder econômico (monopolístico), praticando preços maiores e restringindo a quantidade em comparação com a situação de concorrência perfeita. A política antitruste surge exatamente com a proposta de neutralizar o abuso de poder econômico.

Para entender o racional dos formuladores e *enforcers* das políticas antitruste é preciso analisar o surgimento do direito antitruste e por que foi considerado necessário, assim como a base teórica que o sustenta. De modo geral, a teoria que dá base ao antitruste é a teoria microeconômica neoclássica, refinada por especialistas em organização industrial, como Tirole (1988). Porém, suas definições de competição e monopólio parecem descoladas da realidade, o que pode gerar políticas mal formuladas e intervenções desnecessárias no mercado. O entendimento de competição perfeita, situação na qual os recursos estão alocados da melhor maneira possível segundo a tradição neoclássica, simplesmente não existe fora dos livros – produtos homogêneos, e compradores e vendedores atomizados que tenham informação perfeita sobre os fatores relevantes do mercado não parecem hipóteses condizentes com a realidade.

Como alternativa à escola neoclássica será apresentada a visão da Escola Austríaca (Mises, 1998; Rothbard, 2009; Hayek, 2002) sobre competição, monopólios, barreiras à entrada e outros temas pertinentes à ação de agências antitruste. Na visão dos autores da Escola Austríaca, o mercado é um processo de constantes descobertas, de tentativas e erros, que tendem sistematicamente a coordenar os interesses dos agentes econômicos. Como, na teoria austríaca, as circunstâncias que cercam a ação humana estão sempre sofrendo mutações, o estado de coordenação plena jamais é

[G1] Comentário: Fonte?

[G2] Comentário: Explicar, em rodapé, que a concorrência perfeita gera a maximização do bem-estar social. Referenciar!

[G3] Comentário: Fonte?

[G4] Comentário: Evitar, ao máximo, usar a terceira pessoa do plural.

[G5] Comentário: Colocar referências "clássicas". Por exemplo, Tirole.

[G6] Comentário: Fonte? Sem referência, fica especulativo.

alcançado, embora os mercados tendam para ele. Ou seja, a competição é vista como um processo e não como resultado de um processo¹.

[G7] Comentário: Esse parágrafo é bem didático em colocar as diferentes visões.

Existem, ainda, diferenças no entendimento de racionalidade dos agentes das duas escolas de pensamento, o “*Homo Economicus*”, da tradição neoclássica, homem maximizador e alocador eficiente dos recursos dados para determinados fins, e o “*Homo Agens*” de Mises (1998), homem que age e procura novos meios para eliminar algum desconforto, da Escola Austríaca. Reconhecer essas diferenças é essencial para entender os fundamentos de cada teoria e o entendimento que cada uma tem de competição. Essas diferenças serão exploradas no decorrer da revisão bibliográfica das duas escolas de pensamento.

O objetivo deste trabalho, nesse sentido, é examinar os aspectos de convergência e divergência entre (i) as teorias econômicas que servem de embasamento às políticas antitruste e (ii) a teoria econômica da Escola Austríaca.

Entretanto, existe uma dificuldade na análise do direito antitruste: o antitruste não tem como objetivo único fazer com que os mercados promover a competição e evitar abusos de poder de monopólio, pode ser utilizado também como uma técnica para implementação de políticas públicas (Forgioni, 1998), dentre muitos outros objetivos que já buscou atingir (Motta, 2004); ou seja, ele é instrumental a determinada política econômica, possuindo, por consequência, objetivos bem próprios, diversos em cada país.

Dada os diversos usos e objetivos que o antitruste pode perseguir é necessário definir, então, o que é o antitruste e o que pretende, assim como uma breve história de seu surgimento e seus principais estatutos, o que será realizado no capítulo 3. O capítulo 4 apresenta as escolas que fundamentam o antitruste e seus fundamentos essenciais. No capítulo 5 será apresentada a Escola Austríaca, uma breve história do seu desenvolvimento, e também a metodologia que os teóricos da Escola Austríaca consideram adequada para o estudo da Economia. O capítulo 6 apresenta o entendimento do processo de mercado utilizado pelos economistas da Escola

¹ É verdade também que os formuladores de políticas antitruste tem considerado os aspectos dinâmicos do mercado mais recentemente, e isso será explorado durante a revisão da teoria que embasa o antitruste.

Austríaca, além de uma crítica ao modelo de concorrência perfeita e do entendimento de barreiras à entrada com base na teoria austríaca. O conceito de monopólio da Escola Austríaca é apresentado no capítulo 7, e o capítulo 8 traz duas breves discussões de casos. Na conclusão os pontos de divergência e convergência entre a EA e as outras escolas de pensamento são discutidos, e se há alguma contribuição que a EA possa fazer ao entendimento de competição utilizado pelas agências antitruste.

2. Metodologia

Será realizada uma revisão bibliográfica das teorias que fundamentam o antitruste e da teoria econômica da Escola Austríaca, assim como uma revisão histórica das políticas antitruste para entender sua evolução e relação com as teorias apresentadas. Como materiais serão utilizadas obras tanto nacionais como internacionais – vide Revisão da Literatura – de destacada importância para a compreensão do assunto tratado e, posteriormente, para a sua problematização.

Será, então, feita uma análise crítica das políticas antitrustes sob a luz das teorias concorrentes a fim de se obter uma melhor compreensão sobre seus pontos de convergência e divergência.

3. O que é o antitruste?

“Antitrust is a complicated subject and is usually informed by several points of view “

Oliver Williamson

Desde Adam Smith, a concorrência é tratada como a essencial para a transformação e desenvolvimento econômico. No entendimento da Escola Neoclássica (Alfred Marshall, Leon Walras, Vilfred Pareto, George Stigler, Frank Knight, Milton Friedman, et al), a concorrência garante a eficiência alocativa dos meios de produção. Para Schumpeter (1934), prove o incentivo à inovação e garante a eficiência dinâmica. Já para Douglass North, a concorrência estimula o aprendizado, favorecendo o desempenho econômico através do tempo (1981). Para os economistas ligados a tradição da Escola Austríaca, competição pode ser entendida como rivalidade empresarial, o mercado (competição) é um processo (e não um resultado, um destino) de descobertas, tentativas e erros, que coordenam os interesses dos agentes econômicos.

[G8] Comentário: Citar entre parênteses autores afiliados à escola.

E é exatamente por causa de seus diversos benefícios que a concorrência deve ser defendida.

Algumas vertentes do pensamento econômico (a Escola Austríaca, Public Choice, alguns autores da Escola de Chicago, como David Friedman²) argumentam que para defender a concorrência basta não intervir no mercado, respeitando e garantindo a segurança da propriedade privada (XX). Sob este prisma, a intervenção na economia por parte do Estado, seja diretamente ou através de órgãos reguladores, gera distorções que impedem que os recursos sejam usados da melhor forma possível, além de ser um claro desrespeito à propriedade privada e à liberdade de contrato.

[G9] Comentário: Citar as “vertentes do pensamento econômico”.

Outras vertentes (Neoclássicos, Escola de Chigaco, Keynesianos, Novos Keynesianos Institucionalistas) argumentam que, ocasionalmente, o livre mercado não consegue promover o bem-estar geral da sociedade, falha também em promover o interesse público, e algumas dessas falhas decorrem do abuso do poder de monopólio

² Ver FRIEDMAN, David. As engrenagens da liberdade. Disponível em <http://www.libertarianismo.org/livros/aedl.pdf>

ou poder de mercado, tal abuso permite que as firmas restrinjam a produção e aumentem os preços, e, além disso, permite que operem com custos mais altos, ou seja, de forma ineficiente, não aloca os recursos da melhor maneira possível. Logo, para proteger a concorrência, faz-se necessário uma lei, ou conjunto de leis, que proíba as firmas de abusarem de seu poder de mercado ou monopólio. Atendendo, dessa forma, o interesse público, já que as firmas produzirão maiores quantidades a custos menores, o que será traduzido em preços menores, e maior quantidade e variedade para os consumidores. E o antitruste deve funcionar como esse conjunto de leis e práticas que protege os consumidores de abusos de poder de mercado e promove sua eficiência.

[G10] Comentário: Esse parágrafo está longo e confuso. Rever,

[G11] Comentário: A frase não tem sentido.

Ademais, o problema não é o poder de monopólio em si, mas o ABUSO do poder.

[G12] Comentário: ?

[G13] Comentário: Rever todo o parágrafo.

Para atingir os objetivos propostos o antitruste deve ser um misto de direito, economia e política. Mas, devido a sua interdisciplinaridade, acaba por perseguir objetivos diversos, e muitas vezes contraditórios, como sugere Motta (2004). Por esse motivo, também, é que o antitruste, ou *competition policy*, é entendido e aplicado de forma diversa ao longo do tempo e em diferentes países. Dessa forma, como bem observa Motta (2004), definir o antitruste não é uma tarefa fácil.

[G14] Comentário: Cuidado. Essa frase é do Motta...mas vc não citou ele. Isso pode ser visto como má fé pela banca que irá avaliar o seu trabalho. E ela, a banca, tal como eu, reconhece as ideias dos diversos autores....a solução é ser o mais claro e honesto possível, colocando no final da frase o autor que vc está se baseando: no caso, colocar (MOTTA, 2004, cap. XX).

Para Dominick Armentano (1999), o antitruste pode ser entendido de três maneiras distintas: (i) como um planejamento/política industrial do governo, (ii) como o atendimento de interesse de grupos específicos (competidores ineficientes), ou (iii) como o atendimento do interesse público (sendo preciso definir o que é o interesse público, e também se ele é constante ao longo do tempo).

Motta (2004), por outro lado, mostra que as políticas antitruste já perseguiram diversos objetivos ao longo do tempo: (i) Bem-estar da sociedade (excedente total), (ii) Bem-estar do consumidor (excedente do consumidor), (iii) Defesa de pequenos e médios produtores, (iii) Promover a integração do mercado (no caso específico da União Européia), (iv) Liberdade econômica³, (v) Combater a inflação⁴, (vi) Equidade e “justiça” (*fairness*).

[G15] Comentário: Explicar melhor.

[G16] Comentário: Idem acima.

[G17] Comentário: Idem acima.

³ As vezes a busca por eficiência pode entrar em conflito com a liberdade econômica, isso na visão de alguns defensores do antitruste. Por exemplo: Integrações verticais podem aumentar a eficiência de determinada firma mas, ao mesmo tempo, limitar a liberdade de vendedores.

Apesar dos diferentes usos que o antitruste teve ao longo do tempo, Motta (2004: 30) sugere a seguinte definição: “o antitruste é um conjunto de leis e práticas/políticas que asseguram que a competição no mercado não é restringida de um modo que diminua o bem-estar econômico da sociedade”⁵. Essa definição, que será usada como base para as análises deste trabalho, abre espaço para que o antitruste seja entendido tanto como o atendimento do interesse público, quanto como o atendimento de interesses de grupos específicos.

[G18] Comentário: PÁGINA da citação.

[G19] Comentário: Colocar a citação original, em inglês, em nota de rodapé.

Em efeito, pode-se analisar de duas maneiras o entendimento de que o antitruste atende ao interesse público (que pode ser entendido tanto como bem-estar do consumidor como bem-estar geral). A primeira, compreende desafiar o modelo teórico de competição e monopólio no qual o entendimento do próprio antitruste se baseia (as escolas de pensamento que fundamentam o antitruste podem ser encontradas na Tabela 1⁶). Se o modelo for deficiente, a defesa do antitruste fica prejudicada.

Tabela 1 - As Bases Teóricas do Antitruste

	Principal motivo	Qualificações
ECD	Monopolização/poder de mercado - "tradição da não hospitalidade" (década de 60)	Eficiência

⁴ O antitruste já foi usado na Alemanha para quebrar cartéis e, desse modo, forçar uma redução nos preços, ajudando a controlar a inflação, que estava alta na época.

⁵ No original: “the set of policies and laws which ensure that competition in the marketplace is not restricted in a way that is detrimental to society”.

⁶ A análise economia dos ensinamentos das escolas da Tabela 1 será realizado na próxima seção deste trabalho.

Escola de Chigaco	Eficiência	Cartéis
Nova Economia das Instituições(NEI)/Teoria dos Contratos(ECT)	Eficiência (economizing)	-Estratégias ofensivas contra rivais efetivos ou potenciais -Estratégias defensivas (probabilidade na presença de direitos de propriedade mal definidos)
Pós-Chigaco		
Nova OI - modelos de comportamento estratégico - teoria dos jogos	(Década 80/90)	Condições estruturais e de credibilidade das estratégias
NOIE - Nova OI Empírica - micro-econometria e simulações empíricas	80/90 em diante - estratégias anticompetitivas	Parâmetros de conduta

Fonte: Farina (2006: 58)

A segunda, é estudar o comportamento das firmas que supostamente possuem o chamado “poder de mercado”, e verificar se seu comportamento está de acordo com o que diz a teoria, ou seja, se realmente essas firmas diminuem a produção e aumentam o preço. Se o comportamento das firmas não estiver de acordo com a teoria, a hipótese de atendimento de interesses de grupos específicos ganha força. Nessa análise, é interessante estudar a história e desenvolvimento do antitruste. O tipo de firmas autuadas e as acusações que sofreram podem ser bons indicadores do que pretendem os aplicadores das leis antitruste. Nesse espírito, será apresentado abaixo um breve relato da história do antitruste norte-americano (e europeu); em uma seção posterior será feita a análise de casos emblemáticos do antitruste norte americano.

[G20] Comentário: Frase confusa. A que se refere o termo “se”?

Isso é algo original seu, ou de um outro autor? Parece-se uma ideia de um autor austríaco, não? Citar fonte.

3.1 O surgimento do antitruste

O antitruste surgiu na segunda metade do século XIX nos EUA, uma época marca por grandes inovações tecnológicas (ferrovias e telégrafos tiveram um papel importantíssimo nesse período) e gerenciais, que permitiram um enorme crescimento da economia norte americana e europeia. Nas palavras de Chandler (1990:71): “Maior output e capacidade produtiva intensificaram a competição e diminuíram os preços. De fato, o declínio dos preços de bens de consumo de 1870 até o final do século caracterizou os EUA e o oeste europeu”⁷.

[G21] Comentário: Colocar citação original em rodapé.

Foi nessa época de intensa competição, também, que surgiram os primeiros trustes⁸. Segundo alguns especialistas, os trustes surgiram com o intuito de frear essa competição, para que as empresas conseguissem cobrar maiores preços e, com isso, obter maiores margens de lucro. Por esse motivo foi considerado necessário a criação do *Sherman Act*, em 1890, a lei que inaugura o antitruste. A Suprema Corte norte americana deixa isso bem claro ao dizer: “Seu propósito [do *Sherman Act*] não é proteger as empresas do funcionamento do mercado, mas sim proteger o público das falhas do mercado. A lei não é direcionada contra condutas competitivas, mas contra condutas que visam destruir a competição”.

[G22] Comentário: Quais?

[G23] Comentário: Propósito do Sherman Act?

Colocar citação original em rodapé.

Calixto Salomão (2007: 71) corrobora essa visão: “[a] exposição dos fatores políticos-econômicos relevantes para a aprovação do *Sherman Act* permite focalizar corretamente a questão. Em primeiro lugar, fica bastante evidente que a maior preocupação relativamente aos monopólios naquela época eram os efeitos econômicos negativos sobre o consumidor”⁸. A intenção dos criadores do *Sherman Act*

[G24] Comentário: Referenciar corretamente, ANO e PÁGINA.

7

⁸ Berle e Means (*A propriedade privada na economia moderna*, p.104) explicam o truste: “Corresponde à criação de um grupo de fideicomissos ou *trustees*, muitas vezes membros da diretoria, que ficam com o poder completo de voto de todas as ações que lhes são entregues. Quando a maioria das ações é controlada pelo fideicomisso como geralmente ocorre, os *trustees* exercem o controle quase completo sobre os negócios da empresa, embora sem terem, necessariamente, importante participação na mesma. Os acionistas, por sua vez, recebem, em lugar das ações, *trust certificates*, que os habilitam a participar dos dividendos resultantes das operações, quando os diretores julgarem conveniente distribuí-los”. Carvalhosa (*Poder econômico: a tenomologia – Seu disciplinamento jurídico*, p.41), explica que: “caracteriza-se o truste pela transferência de capitais e valores econômicos de uma determinada pessoa física ou jurídica, que tem como objetivo gerir e administrar aqueles capitais e valores; exerce esta última o papel de agente fiduciário, *trustee*, cabendo-lhe, com plena autonomia, aplicar tais bens e valores da melhor forma, no interesse do agenciador. Ao *trustee* cabe a direção, de maneira uniforme, do conjunto de negócios que lhe são confiados”.

parece estar no lugar certo pela definição do que deve ser o antitruste, defendendo o interesse público.

Porém, os estudos de DiLorenzo (1999; 1985) e de Bourdeaux & DiLorenzo (1993) da produção e preços dos trustes do período mostram que não havia motivo para criação de tal lei. A produção estava aumentando e os preços caindo⁹, o que certamente não pode ser considerado ruim pelos consumidores. Somado a isso, a pressão de grupos de pequenos produtores (especialmente os *grangers*¹⁰) para a aprovação da lei mostra que, pelo menos em sua criação, o antitruste estava mais voltado para defender os interesses de grupos específicos do que o interesse do consumidor¹¹, os estudos de Gabriel Kolko (1963; 1965) também corroboram essa visão¹².

No Brasil o antitruste também parece ter raízes protecionistas, como sugere um estudo de revisão histórica de André Santa Cruz Ramos (2015). Essa ideia parece bastante plausível em que pese a posição protecionista e nacionalista de Agamenon Magalhães (1949), considerado o pai da legislação antitruste nacional:

“O capital industrial, que atingiu o seu apogeu no Velho Mundo e na América do Norte, só nos meados do século XX se volta para o Brasil e atravessa nossas fronteiras, com a sua técnica, as suas formas de concentração, a sua cobiça de lucros e de mercados. O Brasil que, na colônia e no Império, não soube defender-se contra o mercantilismo capitalista, que levou o ouro do açúcar, das minas e do café para Portugal, Holanda e Inglaterra, deve ter outra atitude em face da Revolução Industrial. Se as Companhias de Comércio dos séculos XVI, XVII e XVIII dominaram os mares e as trocas do mundo, os *trusts* e os cartéis controlam hoje a produção industrial e a sua distribuição em todos os mercados. A verdade é que devemos ser senhores das nossas matérias-primas e das nossas riquezas minerais, mas,

[G25] Comentário: Vc não deve assumir a posição do autor! Essa é a seção de revisão de literatura...

“Todavia, há autores que argumentam que a implementação do Sherman Act não era, em si, justificado. Fulano (XXX), por exemplo, anota que”

⁹ DILorenzo, Thomas. The Truth About Sherman

¹⁰ Pequenos produtores agrícolas nos EUA

¹¹ Ver DILorenzo, Thomas. The protectionist roots of antitrust.

¹² Ver Também FOLSOM, Burton. The Myth of the Robber Barons (2013).

senhores industrialmente, formando um grande mercado de trabalho e de consumo”¹³.

3.1.1 Estatutos do antitruste

Mas qual era o conteúdo do *Sherman Act*? Será que era adequado para proteger os consumidores americanos (o suposto objetivo da lei)?

[G26] Comentário: Essa pergunta é importante para responder a sua pergunta de pesquisa? Com quem vc quer dialogar?

A seção 1 do *Sherman Act* proíbe contratos, combinações e conspirações que restrinjam o comércio. E a seção 2 proíbe a monopolização, tentativa de monopolizar e conspirações para monopolizar qualquer parte do comércio tanto entre os estados quanto com qualquer nação estrangeira (o monopólio em si não parece ser um problema)

Em 1911, a suprema corte norte americana aplicou a proibição de restrição de preços também para acordos verticais, clausulas que obrigam o revendedor a vender o produto acima de um preço mínimo foram declaradas ilegais *per se*.

Uma grande onda de fusões e aquisições, bem como o surgimento de outras práticas ditas anticompetitivas, tornou necessária, para o congresso americano pelo menos, a criação, em 1914, de uma nova lei antitruste, o *Clayton Act*. A nova lei previu a proibição de fusões e aquisições que pudessem reduzir a competição. Também proibiu outras práticas ditas anticompetitivas. Prevê a recuperação de *treble damages* em ações privadas de antitruste (três vezes o dano causado pelas práticas “predatórias” ou anticompetitivas, mais as taxas de advogados). Nesse ano foi criado também o *Federal Trade Commission* (FTC), órgão responsável por analisar as fusões e aquisições assim como as práticas de conduta anticompetitiva.

[G27] Comentário: Evitar ironia. Sugiro inverter a ordem. “incitou o congresso norte-americano a ...”.

O *Clayton Act* recebeu algumas emendas ao longo do tempo para que as leis antitruste pudessem atingir seu objetivo. O *Robinson-Patman Act* (1936) emenda as provisões sobre discriminação de preços, tornando-a ilegal *per se*. O *Celler-Kefauver Act* (1950) emenda as provisões sobre fusões, estendendo a proibição para transações de ativos (o original cobria apenas transações de ações). O *Hart-Scott-Rodino Act*

¹³ Conforme citado em RAMOS, André Santa Cruz. Os Fundamentos Contra o Antitruste. P. 104-105

(1976) dá ao departamento de justiça e ao FTC o poder de rever todas as fusões e aquisições de firmas acima de um certo tamanho.

[G28] Comentário: Sugiro levar toda essa parte para a seção acima.

[FC29] Comentário:

O objetivo declarado da lei já é sabido, proteger o interesse dos consumidores, mas se essas leis são capazes de atingir o objetivo que pretendem será analisado nas próximas seções, após a apresentação e análise das teorias que fundamentam o antitruste e da teoria austríaca.

3.2 O antitruste na Europa

A comunidade europeia apresenta um entendimento um pouco diferente do apresentado por Motta de qual deve ser o objetivo da *competition policy*, segundo a *European Commission* (2000):

“O primeiro objetivo da *competition policy* é a manutenção de mercados competitivos. *Competition policy* é um instrumento para encorajar a eficiência industrial, a alocação ótima dos recursos, progresso técnico e flexibilidade para adaptação a um ambiente em constante mudança. Para que a Comunidade Europeia seja competitiva nos mercados globais é preciso que tenha um mercado doméstico competitivo. Dessa maneira, nossa política antitruste adota uma linha dura contra colusões para fixar preços, carteis, abuso de posição dominante e fusões que diminuam a competição. Também ficam proibidos monopólios concedidos pelo governo de forma não justificada, e medidas estatais que não asseguram a viabilidade de longo prazo dos negócios e que acabam por distorcer os mercados. O segundo objetivo da *competition policy* é a integração dos mercados europeus. A integração dos mercados europeus é essencial para o desenvolvimento de uma indústria competitiva e eficiente. A Comissão usou o antitruste ativamente para prevenir, proibir e multar pesadamente as partes que trabalhem acordos que previnam o comércio paralelo entre os países membros, e também acordos para que competidores não entrem no “território” de outros”.¹⁴

¹⁴ No original: “The first objective of competition policy is the maintenance of competitive markets. Competition policy serves as an instrument to encourage industrial efficiency, the optimal allocation of resources, technical progress and the flexibility to adjust to changing environment. In order for the Community to be competitive on worldwide markets, it needs a competitive home market. Thus, the

Os membros da UE parecem concordar com as autoridades americanas sobre os benefícios da competição para o bem-estar da população, e também sobre o que prejudica a competição e quais tipos de práticas devem ser punidas e prevenidas. Porém, a competição não é vista como um fim em si, ela é apenas um meio entre muitos que servem para promover progresso econômico e bem-estar dos cidadãos europeus.

Motivos sociais também são levados em conta na UE ao se aplicar a legislação antitruste, a competição pode ser sacrificada quando os custos sociais (criação de desemprego temporário, por exemplo) são considerados muito altos. Assim, a aplicação do antitruste na Europa irá, obrigatoriamente, diferir daquela que seria recomendada se apenas os critérios econômicos fossem levados em consideração. Essa observação também fortalece a hipótese de que o antitruste serve para o atendimento de interesses de grupos específicos.

Mas, para a análise que será feita neste trabalho, o importante são os pontos de convergência entre os dois entendimentos do antitruste: as supostas falhas de mercado que o antitruste ajudaria a corrigir, basicamente, a obtenção e abuso de “poder de mercado” por algumas firmas, o que é dado como certo por todos os *enforcers* de antitruste ao redor do mundo. Existem, no entanto, diferenças em como esse “poder de mercado” é obtido, dependendo de qual escola de pensamento estiver embasando a análise. O modo como cada escola sugere que o “poder de mercado” é obtido será analisado na próxima seção.

Community's competition policy has always taken a very strong line against price-fixing, market sharing cartels, abuses of dominant positions, and anti-competitive mergers. It has also prohibited unjustified state-granted monopoly rights and state aid measures which do not ensure long term viability of firms but distort competition by keeping them artificially in business. The second is the single market objective. An internal market is an essential condition for the development of an efficient and competitive industry... The Commission has used its competition policy as an active tool to prevent [erecting private barriers to trade], prohibiting, and fining heavily the parties to, two main types of agreement: distribution and licensing agreements that prevent parallel trade between Member States, and agreements between competitors to keep out of one another's 'territories'".

4. O Arcabouço teórico do antitruste

Como foi visto no capítulo anterior, o antitruste é pró competição e anti abuso de poder de mercado. Mas, o que é e como se dá essa competição e que resultados podemos esperar dela?

[G30] Comentário: Por favor, quando me mandar, adicione as partes anteriores ao arquivo.

O entendimento de competição usado pelas escolas que fundamentam o antitruste (ver Tabela 1) vem da teoria econômica neoclássica, o que é chamado de competição perfeita, e seus resultados são usados como *benchmark* pelas autoridades antitruste, como deixam claro Phillip Areeda e Louis Kaplow (1997:11-12):

“O antitruste suplementa ou, talvez, define as regras do jogo em que a concorrência se realiza. Presume-se que as forças de mercado –guiadas pelas limitações impostas pelas leis antitruste – vão produzir bons resultados ou, pelo menos, melhores resultados do que qualquer alternativas que depositem larga confiança nas forças de mercado. Portanto, o modelo de concorrência perfeita pode ser visto como uma meta central, cujos resultados o antitruste procura”¹⁵.

O modelo neoclássico que vemos nos livros texto como de Mankiw (2005) parte de alguns pressupostos básicos: (i) comercialização de um produto homogêneo, ofertado e demandado por um número grande de pequenos vendedores e compradores, nenhum grande o suficiente para influenciar o preço de qualquer forma, (ii) livre entrada no mercado e ausência de restrições no movimento dos preços e recursos, (iii) informação perfeita sobre os fatores relevantes do mercado por parte de todos os participantes. Seu resultado tem o preço igual ao custo marginal da firma (também chamado de preço competitivo), de modo que não existe lucro econômico, e recursos são alocados de maneira eficiente (o custo das firmas é o menor possível).¹⁶

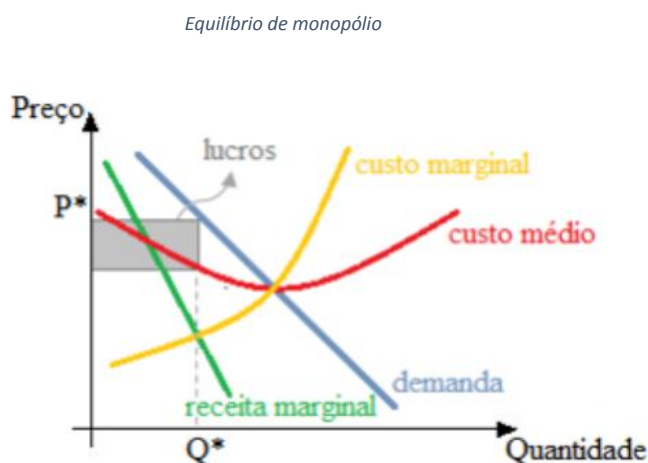
O monopólio, em contraste, ocorre quando uma firma é a única vendedora no mercado. Assumindo que a entrada no mercado esteja bloqueada (e, portanto, a firma não sofre a pressão de entrantes **potenciais**), a existência de um

[G31] Comentário: Pesquisar e escrever uma breve nota de rodapé referenciando a Teoria de Mercados Contestáveis (Baumol et al.).

¹⁵ Como citado em RAMOS, André Santa Cruz. Os Fundamentos contra o antitruste (2015: 67)

¹⁶ Os problemas de usar os resultados e pré-requisitos da competição perfeita serão tratados mais adiante no trabalho.

monopólio tem efeitos negativos na alocação dos recursos: o preço é maior em relação ao preço competitivo e a quantidade ofertada no mercado diminui. Dessa forma, o produtor captura parte do excedente do consumidor e cria um peso morto, ou seja, há uma perda de bem estar geral. Esses efeitos podem ser visualizados na figura abaixo. Além da liberdade de entrada, existem outros fatores que podem mitigar a perda de bem estar causada pela presença de monopólios: concorrência de substitutos e elasticidade da demanda¹⁷.



Fonte: Abreu (2011: 38)

Existem, não obstante, outros fatores que tornam a alocação ainda mais ineficiente sob monopólio. Um deles é o fato de que as empresas monopolísticas podem dedicar parte de seus recursos em atividades de *lobby* político para manter ou ampliar seus poderes de monopólio, resultando numa perda ainda maior de bem estar social¹⁸. O outro fator é a ineficiência produtiva do monopolista, que faz com que seus custos sejam mais altos do que se estivesse inserido em um ambiente competitivo

[G32] Comentário: Referenciar. Quem disse isso?

¹⁷ O efeito da existência de substitutos e elasticidade da demanda é o mesmo para os economistas neoclássicos e austríacos, e serão tratados com maior profundidade mais adiante no trabalho.

¹⁸ Essa ideia está de acordo com os *insights* dos teóricos da School of Public Choice, as grandes empresas ou grupos influentes influenciam os reguladores e políticos a criarem regulações que as favoreçam, o que é conhecido como captura regulatória. Ver BUCHANAN, James, e TULLOCK, Gordon. *The Calculus of Consent* (1962). Ver também DOWNS, Anthony. *An Economic Theory of Democracy* (1957).

(isso ocorre pelo fato de não estar em um ambiente competitivo, então não precisa buscar maior eficiência na alocação de seus recursos, já que não existem concorrentes para *underbid* o monopolista).

Dado isto, deveriam as autoridades antitruste atuar sempre que houver um monopólio? Não, pois, como foi dito acima, a preocupação da autoridade antitruste deve ser com o abuso de poder de mercado, e a concentração de mercado não é condição suficiente para que isto aconteça, é apenas condição necessária.

4.1 Análise do poder de mercado

O que exatamente é poder de mercado? É a habilidade de obter lucro ao aumentar o preço cobrado acima do custo marginal da firma, conforme definido no *Market Power Handbook* (2005:7) da *ABA Section of Antitrust Law*, de forma que o mercado se aproxime da situação demonstrada na figura “Equilíbrio de monopólio”¹⁹.

Um meio para calcular o poder de mercado é através do *Lerner Index* (L), que é calculado da seguinte forma: $L = (p - c)/p$ Sendo p o preço cobrado, e c o custo marginal da firma. Quanto maior o L maior o poder de mercado da empresa. Porém, sua aplicação é muito difícil. Determinar o custo marginal não é uma tarefa simples, e medir o impacto de uma mudança marginal na quantidade produzida sobre o custo total da firma envolve um elevado grau de complexidade e dificuldades, ainda mais para a autoridade antitruste, que possui menos conhecimento sobre o setor e a firma do que os agentes que atuam nele. Outra dificuldade advém do fato de monopolistas podem ter um custo operacional maior do que as firmas em um ambiente competitivo, e isso acaba diminuindo o valor L artificialmente.

Dada a dificuldade de se aplicar o *Lerner Index*, os *enforcers* utilizam um método indireto para medir o poder de mercado se utilizando da concentração do mercado. Faz sentido assumir, como Motta (2007: 117) faz, que o monopolista, firma com 100% de *market share*, tenha o maior poder de mercado possível. Ainda que existam outros fatores que afetam o poder de mercado, como a existência de produtos

¹⁹ nota: poder de monopólio e poder de mercado são intercambiáveis

[G33] Comentário: Confuso. Explicar melhor.

Referenciar e usar o termo apropriado: Ineficiência-X.

[G34] Comentário: O termo “mas” não se refere a nada...isso apenas confunde o leitor....precisa dele aqui?

[G35] Comentário: Isso é uma definição importante e consagrada na literatura. Fundamental REFERENCIAR!

[G36] Comentário: Modo correto de indicar ano e página. Ajustar no resto do documento.

substitutos e a facilidade de entrada no mercado, o *market share* pode ser utilizado como um bom ponto de partida²⁰.

Sabendo que a concentração de mercado é condição necessária para o abuso de poder de mercado, e também a condição mais facilmente observada, é natural a análise começar pela definição do mercado relevante.

4.1.1 Mercado relevante

Motta (2004: 102) sugere que o mercado relevante deve ser entendido como um conjunto de bens e área geográfica que exercem “restrições” competitivas uns nos outros, e não como produtos que compartilhem determinadas características. Por exemplo, sucos e refrigerantes, os dois produtos têm ingredientes distintos, suas características físicas não são as mesmas, mas se um aumento ou diminuição de preço em um dos dois **tem efeito no outro**, então, há uma intercambialidade entre os bens (existe um grau de substituição entre eles), de modo que o aumento do preço em um produto é mitigado **pela existência do outro**.

[G37] Comentário: Qual a base para essa sua afirmação/conclusão?

[G38] Comentário: Mitigado?

O teste usado para encontrar o mercado relevante, tanto de produtos quanto geográfico, é o *Teste do Monopolista Hipotético* ou *Teste SSNIP (Small but Significant and non transitory increase in prices)*. O teste funciona da seguinte forma: considera-se a existência de um monopolista (hipotético) que vende um determinado produto X. Tendo como referência essa condição, questiona-se: a firma obteria lucro se aumentasse o preço de maneira não transitória em 5-10%? Se a resposta for positiva, então o produto X não enfrenta concorrência de outros produtos e o mercado relevante será apenas o produto X. Se a resposta for negativa e o aumento no preço de X leva a um redirecionamento da demanda para algum outro produto Y, **logo o mercado relevante não inclui apenas X**, mas sim X e Y. No caso da resposta negativa o teste prossegue considerando um mercado maior, agora imaginamos um monopolista

[G39] Comentário: Rever redação.

²⁰ Outros índices de concentração de mercado, como o Herfindahl-Hirschman, também podem ser usados.

que vende X e Y, um aumento não transitório de 5-10% nos preços traria lucro para a firma? O teste continua a incluir produtos até que a resposta seja positiva.

[G40] Comentário: Porque essa descrição é importante para a sua pergunta de pesquisa?

O teste SSNIP é realizado da seguinte maneira para a determinação do mercado geográfico: um monopolista imaginário vai aumentar os preços de forma não transitória em 5-10% na região A, se o aumento nos preços trouxer lucros para a empresa a região A fica definida como o mercado geográfico. Caso contrário, o monopolista passa a vender nas regiões A e B e é verificado se um aumento não transitório de 5-10% no preço traz lucro para a firma. O teste continua até o resultado ser positivo, obtido o resultado positivo temos definido o mercado geográfico do produto.

[G41] Comentário: A lógica é a mesma, não? Precisa, então, ser tão detalhado?

O *market share* deve funcionar como um alerta para as autoridades antitruste, se ele passar de determinado patamar ao longo do tempo²¹ é preciso investigar se a firma está em posição de abusar de seu poder de mercado. Para verificar se a empresa investigada se encontra em tal posição, a autoridade antitruste precisa estar atenta a alguns fatores, que irão variar de acordo com a escola de pensamento que está influenciando a análise. As próximas seções irão delinear quais são os principais fatores para cada escola de pensamento.

4.2 Estrutura-Condução-Desempenho (ECD)

O modelo ECD, baseado no trabalho de Joe Bain (1956), era a principal influência sobre o pensamento antitruste nos anos 50 e 60²², ao menos as diversas decisões do *Federal Trade Commission* durante o período indicam para isso, como sugerem Elizabeth Farina (2006) e Dominick Armentano (1990). Esse modelo desconsiderava os ganhos de eficiência de economias de escala, considerava que

[G42] Comentário: REFERENCIAR O TRABALHO. QUAL O ANO? PORQUE NÃO HÁ UMA SEÇÃO DE REFERÊNCIAS?

[G43] Comentário: Quem disse isso? É uma conclusão sua? Se sim, baseado em quê?

[G44] Comentário: Defendia ou considerava a possibilidade?

²¹ Tanto o patamar como o tempo necessário são escolhidos pelas agências antitruste locais, no Reino Unido, por exemplo, a dominância da firma é pressuposta quando a mesma detém mais de 50% do mercado.

²² De acordo com Kwoka e White (2004) o modelo ECD teve grande influência no *Merger Guidelines* de 1968.

barreiras à entrada são um impeditivo à competição e podem ser manipuladas pela(s) firma(s) dominante(s), de modo que preços não competitivos prevalecem em muitos mercados. Partindo desse paradigma práticas novas e não costumeiras (intra e entre firmas) eram vistas com desconfiança pelas autoridades antitruste, já que aumentariam ainda mais as barreiras à entrada.

Ou seja, a grande preocupação era a estrutura do mercado, com a existência ou ausência de barreiras à entrada, sendo o *market share* considerado também como uma barreira, no sentido que empresas estabelecidas têm algumas vantagens sobre as entrantes, como já possuir know-how, e contatos e parceiros ao longo da cadeia produtiva, tornando mais difícil a entrada de novas empresas. As outras são: diferenciação de produtos; propaganda; eficiência e inovação; capital; e preços predatórios. Muitas dessas ações são intrínsecas a um mercado competitivo, e o fato do modelo não diferenciar os atos competitivos legítimos de tentativas de monopolização, tornou patente a necessidade de uma atualização no entendimento do funcionamento do mercado por parte de seus teóricos.

A lógica das barreiras à entrada ainda é usada nos dias de hoje, porém, existe o entendimento de que são necessárias pré-condições estruturais para que a estratégia seja implementada.

4.3 Escola de Chicago

A Escola de Chicago (Milton Friedman, 1957; Richard Posner, 1973; Frank Knight, 1921; Gary Becker, 1976; George Stigler, 1961) entende que (i) as eficiências alocativas relacionadas a economias de escala são muito importantes; (ii) a maioria dos mercados é competitivo mesmo que poucas empresas atuem nele; (iii) monopólios não duram para sempre. O lucro de monopólio irá atrair outras firmas para o mercado e a competição será restaurada; (iv) as barreiras à entrada não são tão significantes quanto se pensava (exceto as barreiras legais); (v) uma firma monopolística não tem incentivos ou poder de barganha para utilizar seu poder de mercado em relações

[G45] Comentário: Explicar melhor. Expandir o raciocínio.

verticais; (vi) firmas buscam maximizar seu lucro, as que não o fazem não permanecem por muito tempo no mercado; (vii) intervenções do governo só devem ocorrer quando melhoram a eficiência alocativa.

O foco está na operação das forças de mercado e na sua capacidade auto reguladora. O comportamento estratégico não é levado em consideração pois a concorrência potencial é suficiente para disciplinar as firmas existentes. Até mesmo os cartéis e conluios não causam muita preocupação nos economistas desta escola; os incentivos para que sejam quebrados são considerados grandes o bastante para esse comportamento não representar grande ameaça à competição.

Segundo Elizabeth Farina (2005: 38):” A Escola de Chicago oferecia o fundamento científico para o que Fox & Sullivan denominaram de processo de eutanásia da política antitruste norte-americana”. Tanto é verdade que, no auge de sua influência nas décadas de 70 e 80, a Seção Antitruste do Departamento de Justiça perdeu 60% de seus funcionários.

4.4 Nova Economia das Instituições/Teoria dos Contratos

Assim como a escola anterior, a NEI/ECT (Robert Coase, 1937; Oliver Williamson, 1985) parte do pressuposto que as firmas buscam maximizar seus lucros, que explorar e desenvolver novos mercados, produtos, formas organizacionais, e estratégias tem como propósito a obtenção de lucro através do melhor atendimento das necessidades dos consumidores, que essas estratégias não são necessariamente tentativas de monopolizar o mercado. Entretanto, é reconhecido que existem outros meios de se auferir lucros econômicos além do método competitivo, como a formação de cartéis ou conluios para aumentar o preço de determinado produto. É feita a diferenciação de comportamentos defensivos, aqueles voltados para garantir a apropriabilidade do investimento, e da estratégia ofensiva, que tem como objetivo obter posições vantajosas ou disciplinar/coibir rivais, efetivos ou potenciais.

[G46] Comentário: Isso é uma citação? Por que as aspas não fecham? Qual o ano do texto? E a página?

Aparentemente, vc está se baseando em Farina desde o começo dessa seção, mas só agora vc referenciou a autora! É fundamental que vc reveja a forma como está referenciando o seu trabalho. Se está com dúvidas, é importante me perguntar.

[G47] Comentário: Rever redação.

A doutrina das barreiras à entrada é retomada como um modo de se eliminar ou diminuir a concorrência, mas essa só é uma estratégia factível se certas condições forem observadas. A concentração do mercado deixa de ser condição suficiente, como no paradigma ECD, e torna-se condição apenas necessária. Um oligopólio, e até mesmo um monopólio, são competitivos em condições de contestabilidade perfeita (ausência de barreiras à entrada, custos de saída desprezíveis e firmas estabelecidas incapazes de responder imediatamente a cortes de preços).

A ECT propõe a comparação entre diferentes arranjos institucionais para conseguir diferenciar as ações estratégicas (aquelas que buscam obtenção de poder de monopólio) e ações competitivas (aquelas que buscam ganhos de eficiência). A ECT ajudou a avançar a ideia de que contratos não convencionais ou não tradicionais podem ser ações competitivas, sendo que nem toda fusão ou aquisição tem como objetivo aumentar o poder de mercado da firma, que essas ações podem ser meios de aumentar a eficiência das firmas ao diminuir os custos de transações. Além de desafiar o entendimento de racionalidade da escola neoclássica²³ ao propor que a racionalidade humana é limitada, que o futuro é cercado de incertezas (o que aumenta os custos de transação) e os agentes tomam medidas (através de contratos, por exemplo) para reduzi-las. Porém, a racionalidade limitada não está restrita a coleta e processamento da informação, como ressalta Williamson (1993: 109): “mas também se refere [a racionalidade limitada] à impossibilidade de se lidar com problemas complexos, mesmo que bem-estruturados (informacionalmente)”.

Dado esse paradigma, a atuação da autoridade antitruste deve estar voltada para a identificação de estratégias ofensivas, considerando sempre se o contexto do setor permite que tal estratégia seja realizada.

4.5 Nova OI e Nova OI Empírica (NOIE)

²³ O agente neoclássico é um agente maximizador e economizador. É um conceito que assume que os indivíduos são capazes de absorver toda a informação disponível e, assim, agir de modo a maximizar sua utilidade.

[G48] Comentário: O que é um “contrato convencional”?

[G49] Comentário: Lembrar ao leitor qual é esse entendimento.

[G50] Comentário: A frase está confusa. “Além de desafiar...”, mas a racionalidade limitado não é o desafio?

A Nova OI (Jean Tirole, 1988; Richard Schmalensee, 1989; John Sutton, 1998) e a Nova OI Empírica (Timothy Bresnahan, 2000; Kenneth Corts, 1999; Aviv Nevo, 1998) estuda como as preferências dos consumidores (elasticidade da demanda), relações tecnológicas e o comportamento das firmas determinam a estrutura do mercado endogenamente. **É reconhecido**, que, mesmo em situações de não contestabilidade perfeita, a competitividade do setor pode ser mantida graças a uma série de fatores internos, como: velocidade da mudança tecnológica, frequência das compras, diferenciação dos produtos (presença de substitutos), ausência de *sunk costs*, e elasticidade da demanda.

Essa nova abordagem reconhece que indústrias são distintas entre elas, e que os detalhes de cada indústria são importantes, de modo que comparações entre indústrias são problemáticas, como aponta Bresnahan (1989). Esse novo método de pesquisa busca entender os detalhes institucionais de indústrias particulares e usar esse conhecimento para testar hipóteses específicas sobre o comportamento de consumidores e firmas, ou mesmo estimar modelos para serem usados de contrafactual em análises de casos de fusões²⁴, por exemplo.

O uso do ferramental da teoria dos jogos²⁵ e de modelos de equilíbrio e hipóteses de otimização das firmas permitiu que o conhecimento sobre modelos de competição imperfeita fossem aprofundados. Com esse novo ferramental de teoria dos jogos foi possível aprofundar o entendimento da competição imperfeita, e, com isso, capaz de entender certos comportamentos das firmas. Comportamentos que não faziam sentido sem o ferramental da teoria dos jogos, como uma firma monopolista baixar o preço, passaram a ser compreendidos. Certas atitudes das firmas tinham como objetivo influenciar a tomada de decisão de firmas rivais ou potenciais, era preciso, ainda, diferenciar essas ações entre ameaças críveis e não-críveis, é preciso

[G51] Comentário: QUAL?

²⁴ Einav e Levin (2010) dizem que uma crítica que pode ser feita é que os modelos são estimados com base em modelos de equilíbrio, o que pode tornar a análise não transparente, o que pode obscurecer o *link* entre os parâmetros estimados e a variação dos dados

²⁵ De acordo com Sartini et al (2004: 3): “A teoria dos jogos é uma teoria matemática criada para se modelar fenômenos que podem ser observados quando dois ou mais “agentes de decisão” interagem entre si. Ela fornece a linguagem para a descrição de processos de decisão conscientes e objetivos envolvendo mais do que um indivíduo.”

saber se a empresa dominante é capaz de influenciar a estimativa que a potencial entrante tem sobre o lucro pós-entrada, se consegue influenciar a decisão tomada por um concorrente potencial, se consegue limitar de alguma forma a competição. Para que a ameaça seja crível, a firma precisa estar comprometida com a estratégia sinalizada, é necessário que haja um pré-comprometimento, ou *sunk costs*, por parte dela, como: investimento em capacidade, propaganda, proliferação de marcas, P&D em inovação de produto ou processo. Além disso, esses investimentos devem ser irreversíveis e diminuir os custos da empresa dominante na situação de guerra contra a entrante ou afetar a demanda.

Segundo Elizabeth Farina²⁶: “A abordagem ECD via, nas estruturas concentradas, a base para o comportamento anticompetitivo. A Escola de Chicago afirmava que as estruturas concentradas refletiam a subaditividade de custos e a eficiência das grandes empresas sobreviventes. No modelo de Sutton²⁷, a estrutura é função não somente das características do conjunto de tecnologia, mas também dos padrões de concorrência vigente”.

[G52] Comentário: O leitor não entende do que vc está tratando aqui... a frase está truncada e sem lógica com o resto do texto.

[G53] Comentário: Idem comentário anterior.

[G54] Comentário: Quem é Sutton? O que ele diz? Ele está associado a qual corrente?

5. A Escola Austríaca

²⁶ Revista de Direito da Concorrência, número 6, abr. a jun./2005

²⁷ SUTTON, John, *Sunk Costs and Market Structure*, MIT Press, 2007

A Escola Austríaca (EA) foi inaugurada por Carl Menger em 1971, com a publicação de seu “Princípios da Economia Política”²⁸, no qual desenvolve a teoria do valor subjetivo (descoberta simultânea a de Jevons e Walras). A teoria do valor subjetivo refuta a teoria do valor trabalho (XXX) e, por conseguinte, muitos dos entendimentos e conclusões dos economistas clássicos.

A descoberta de Menger atraiu diversos estudiosos, e a EA cresceu tanto em número como em prestígio nos contam Schulak e Unterköfler(2011). Ainda no século XIX, a teoria foi expandida por Eugen Bohm-Bawerk, que desenvolveu a teoria dos juros como resultado de preferências intertemporais, em seu livro de 1884, *História e Crítica das Teorias de Juros*, e Friederich von Wieser, em seu *The Nature and Main Content of Theoretical State Economics* (1911), que aprofunda o entendimento da utilidade marginal e desenvolve o entendimento dos custos de oportunidade. Ludwig von Mises e Frideriech Hayek deram continuidade ao desdobramento da teoria econômica da EA antes da eclosão da segunda Guerra Mundial, com a publicação de *The Theory of Money and Credit* (1912) e *Prices and Production* (1922), respectivamente.

A ameaça nazista e a anexação da Áustria fizeram com que a maioria dos economistas da escola fugissem do país e se espalhassem pelo mundo, e essa falta de contato entre eles prejudicou o desenvolvimento da EA. Outro fato que contribuiu para que a EA ficasse em segundo plano durante grande parte do século XX foi o surgimento da economia neoclássica, o entendimento Marshalliano e Walrasiano de determinação de preços combinado com macroeconomia Keynesiana. O paradigma neoclássico era muito mais amigável à intervenções e planejamento econômico, portanto mais condizente com o clima ideológico do período, do que o entendimento austríaco, que baseia sua teoria na suposição de que o indivíduo é o único agente

[G55] Comentário: Não entendo o que vc quer dizer nesse parêntese.

[G56] Comentário: Referências. Vou usar esse símbolo para indicar REFERÊNCIA ou necessidade de indicar FONTE para o texto.

[G57] Comentário: Será que “descoberta” é a palavra certa? Ele não descobriu o “valor subjetivo”, mas sim cunhou essa expressão com o intuito de expressar uma determinada teoria.

[G58] Comentário: Fonte?

[G59] Comentário: Corrigir tempos verbais.

²⁸ *Grundsätze der Volkswirtschaftslehre* no original

econômico, e que a interação entre eles gera uma ordem espontânea auto reguladora, segundo a interpretação de Joseph Salerno (2009)²⁹.

Hayek, em Londres e posteriormente em Chicago, e Mises, nos EUA (Nova York), foram os principais responsáveis por manter a tradição austríaca viva até a década de 1970. Mises, com a publicação de *Ação Humana* (1949), ainda avançou consideravelmente a teoria economia da EA, assim como solidificou a metodologia austríaca como o estudo da ação humana. O estudo da ação humana é chamado de Praxeologia, como exposto por Mises na obra supracitada, e a economia é um de seus ramos, mais especificamente, o estudo dos meios pelos quais a ação humana se realiza.

O “renascer” da EA começou com a publicação de *Man, Economy and State*, de Murray Rothbard, em 1962. O prêmio Nobel de Hayek, em 1974, assim como a inabilidade da teoria neoclássica em explicar os fenômenos econômicos que ocorriam na época, também contribuíram para renovar o interesse nos ensinamentos da Escola Austríaca.

Os principais economistas que continuaram a explorar a teoria da Escola Austríaca depois de seu “renascimento” são Hans Herman Hoppe, Walter Block, Jesus Huerta de Soto, Israel Kirzner, Thomas DiLorenzo, Joseph Salerno, Mark Thorton, Thomas Woods e Guido Hülsmann. As principais questões estudadas por esses economistas se relacionam com o uso do conhecimento na sociedade, teoria monetária e ciclos econômicos, empreendedorismo, o processo de mercado, e o surgimento de ordens espontâneas.

5.1 Metodologia da Escola Austríaca

Na tradição austríaca é entendido que os economistas não devem imitar os métodos utilizados nas ciências naturais, pois a economia trata de eventos que envolvem seres humanos e circunstâncias sempre mutáveis. Os próprios temas da

²⁹ Exposição feita na introdução de ROTHBARD, Murray N. *Man, Economy and State with Power and Market* (Ludwig von Mises Institute, 2009).

ciência econômica (bens de consumo e capital, dinheiro, salários, etc) não são definidos por sua propriedade física ou química, mas sim pelas atitudes subjetivas dos indivíduos em relação a eles. Dessa forma, o método adequado para um economista conduzir sua pesquisa é partir de axiomas autoevidentes e deles deduzir conclusões lógicas, Hoppe (2007).

O axioma autoevidente do qual parte a análise austríaca é de que as pessoas agem³⁰, e que sua ação é realizada com objetivos específicos em mente. Ao agir, o agente econômico pretende trocar sua situação atual por uma melhor no futuro. Segundo Mises (1998: 646-647):

“A economia lida com a ação de homens reais. Suas leis não se referem a um homem ideal ou perfeito, nem ao fantasma de um fabuloso *homo economicus*, nem à noção estatística de um homem médio... O homem com todas suas fraquezas e limitações, o modo como vive e age, esse é o objeto de estudo da economia”.³¹

A primeira característica do método austríaco (ou praxeologia) é o individualismo metodológico, ou seja, a explicação para os fenômenos econômicos parte do estudo da ação humana, da ação do indivíduo. Como grupos não agem (grupos não tem consciência nem vontades ou desejos), não faz sentido estudar a economia agregando indivíduos únicos em classes ou grupos. Nas palavras de Rothbard (2009: 2-3):

“A primeira verdade sobre a ação humana é que ela só pode ser realizada por agentes individuais. Somente indivíduos **têm metas e podem agir** de modo a obtê-las. Não existe algo como metas ou ação por parte de grupos ou coletivos que não sejam metas ou ações de indivíduos específicos.

[G60] Comentário: Trazer a nota de rodapé para o texto conforme já conversamos.

[G61] Comentário: Colocar citações mais recuadas.

³⁰ É preciso diferenciar ação não proposital, como reflexos, da ação proposital, que é o objeto de estudo da economia, como Mises (1998) deixa claro.

³¹ No original: “Economics deals with the real action of real men. Its laws refer neither to ideal nor to perfect men, neither to the phantom of a fabulous economic man nor to the statistical notion of an average man... Man with all his weakness and limitations, every man as he lives and acts, is the subject matter of economics”.

Sociedades ou grupos não tem existência independente da ação de seus diversos membros”.³²

A ciência econômica se abstém de qualquer juízo de valor, não lhe cabe dizer que fins as pessoas devem almejar; o porquê do fim que o indivíduo pretende atingir com a ação realizada não faz parte do escopo da economia. A economia trata dos meios que a pessoa utilizará para atingir seu objetivo. Ela não diz como alguém deve se portar, mostra apenas como alguém deve agir se quiser alcançar determinado fim. Ou seja, a economia analisa como as pessoas utilizam bens e serviços para satisfazer seus desejos. E esses desejos estão relacionados a pessoas específicas, não são constantes entre os indivíduos ou no tempo, e nem são valorados igualmente por pessoas diferentes (Mises, 1998).

O segundo fundamento da metodologia austríaca é exatamente o subjetivismo metodológico. Fenômenos econômicos surgem de julgamentos individuais, que são baseados em conhecimento pessoal e expectativas subjetivas sobre o futuro. Como consequência, avaliações subjetivas de bens e serviços determinam a sua demanda. É dizer, os consumidores determinam os tipos, quantidades e preços dos bens e serviços de acordo com o que acreditam contribuir para o atendimento de sua necessidade (Hoppe, 2007).

Mas a ação (humana) não é simplesmente a manifestação de preferências; é possível manifestar preferência em eventos e coisas inevitáveis, como preferir sol a chuva. O agente escolhe diversos fins e tenta alcançá-los, não podendo obter todos os fins, seleciona uns e desiste de outros. A ação, portanto, implica tanto obter como renunciar. Vale ressaltar que ação no entendimento da EA não é somente fazer, mas também omitir aquilo que possivelmente poderia ser feito, como explicado por Mises (1998). E aqui é possível observar outro aspecto da metodologia austríaca: os custos de uma ação são sempre custos de oportunidade, o que significa dizer, como faz de Soto (2013: 40): “que a ação implica sempre renúncia; o valor que o agente dá aquilo a

[G62] Comentário: Confuso. Rever.

³² No origina: “The first truth about human action is that it can be undertaken only by individual actors. Only individuals have ends and can act to obtain them. There no such things as ends or for actions by “groups”, “collectives” or “State”, which do not take place as actions by various specific individuals. “Societies” or “groups” have no independente existence aside from actions of their individual members”.

que renuncia é o seu custo, e, na essência, este consiste numa valoração, estimativa ou apreciação puramente subjetiva”³³.

Porém, para fazer um homem agir não bastam o desconforto e a imagem de uma situação melhor no futuro (sua preferência), é necessário, além disso, a expectativa de que uma ação propositada tenha a capacidade de afetar, ou pelo menos aliviar, o seu desconforto. Na ausência desta condição, nenhuma ação é viável (XXX). Estas são as condições gerais da ação humana. Todos os homens, independente de lugar e tempo, são seres que vivem submetidos a essas condições.

É importante, no entanto, entender que a convicção de uma pessoa pode estar errada e, mesmo assim, motivar uma ação racional no entendimento da Escola Austríaca. Por exemplo, como anota Robert Murphy (2010), era uma prática comum no século XIX médicos tratarem algumas doenças colocando sanguessugas nos pacientes, e o faziam porque acreditavam que este era um tratamento adequado. Isto é condizente com o fato de que homens não são oniscientes nem possuem informação ou conhecimento perfeito sobre o mundo que os cerca, e de que vivemos em um mundo cercado de incertezas. Porém, essa incerteza não torna a ação ilógica ou irracional, a incerteza é parte integral do processo de tomada de decisão, como ressalta de Soto (2013: 39):

“O futuro é, portanto, sempre incerto, no sentido de que ainda está por ser construído e o agente tem apenas a respeito dele algumas ideias, fantasias ou expectativas que espera tornar realidade por meio da sua ação pessoal e da interação com outros agentes. Além disso, o futuro está aberto a todas as possibilidades criativas do homem, sendo que o agente o enfrenta com uma incerteza inevitável que poderá ser reduzida pelos comportamentos próprios e alheios (instituições) padronizados e pelo bom exercício da função empresarial, mas que será impossível de eliminar completamente. O caráter aberto e ilimitado da incerteza a que nos referimos faz com que não seja possível aplicar no campo da ação humana as noções tradicionais da probabilidade objetiva e subjetiva, nem tampouco a concepção bayesiana desenvolvida em torno desta última. Isto acontece não só porque não é

³³ Ver também BUCHANAN, James. *Cost and Choice* (1969)

possível conhecer todas as alternativas ou todos os casos possíveis, mas também porque o agente possui apenas certas crenças ou convicções subjetivas — que Mises designou de «probabilidades» de casos ou eventos únicos¹¹ —, que, à medida que se modificam ou ampliam tendem a mudar de forma surpreendente, ou seja, de forma radical e não convergente, todo o «mapa» de crenças e conhecimentos do agente. Desta forma, o agente descobre constantemente situações completamente novas que não teria sido sequer capaz de conceber anteriormente”.

Outro fato sobre a ação humana é que elas são tomadas na margem. Isso significa que as avaliações relevantes são determinadas pelo significado de última unidade adicionada ou subtraída do total. Porém, a lei da utilidade marginal, como lembra Rothbard (2009), não é relacionada com a “lei de satisfação das vontades” (ou qualquer outra explicação psicológica ou fisiológica). As preferências são organizadas em um *ranking* individual (esse *ranking* não é fixo, ela varia ao longo do tempo) e as necessidades mais urgentes ficam em suas posições mais altas. A utilidade marginal diminui quando se aumenta o estoque de determinado bem pois este bem passa a atender necessidades menos urgentes do indivíduo, são necessidades que estão mais abaixo no *ranking* de preferências individual.

Como essas avaliações são subjetivas não é possível medi-las, não existe uma unidade para a utilidade. Mises (1998: 663) deixou isso claro ao afirmar: “Na esfera da ação não existe unidade de medida nem qualquer tipo de medição”³⁴.

As preferências são organizadas em uma escala ordinal de objetivos, e os agentes tentam satisfazer primeiro aqueles que estão no topo de seu *ranking*. Quando um agente escolhe X ao invés de Y, não podemos dizer que ele prefere X a Y por uma quantidade Z, podemos, apenas, inferir que naquela situação X foi preferido a Y, que o indivíduo espera que X satisfaça seus desejos melhor do Y o faria.

Além do mais, trocas não possuem valor equivalente. A ação humana pretende trocar a situação atual por uma melhor. Uma troca voluntária significa que as duas partes valorizam mais o que estão recebendo do que aquilo que estão abrindo mão

[G63] Comentário: Isso difere no entendimento “tradicional” (i.e., neoclássico)? Se sim, em que sentido? Retome o livro de Formação de Preços e me diga. Em caso afirmativo, acrescente uma nota de rodapé explicando a diferença.

[G64] Comentário: Idem comentário acima.

³⁴ No original: “In the sphere of action there is no unit of measurement and measuring”.

(duas opções não podem ocupar o mesmo lugar no *ranking* de preferências do indivíduo), ou seja, não é possível utilizar o preço como uma proxy da utilidade, (Hülsmann, 2002).

Como preferências são subjetivas, únicas para cada indivíduo, e não podem ser quantificadas, não faz sentido tentar agregar ou combinar as diferentes utilidades em utilidades ou bem-estar “social”. Logo, também não é possível medir excedente do consumidor ou produtor.

É importante ressaltar, também, que o entendimento do tempo utilizado pelos economistas da Escola Austríaca e como ele afeta a ação humana, de acordo com de Soto (2013: 38):

“Toda a ação humana se desenvolve sempre no tempo, não no seu sentido determinista, newtoniano, físico ou analógico, mas na sua concepção subjetiva, ou seja, tal como o tempo é subjetivamente sentido e experimentado pelo agente dentro do contexto de cada ação.¹⁰ De acordo com esta concepção subjetiva do tempo, o agente sente e experimenta o seu transcorrer à medida em que age, ou seja, à medida em que cria, descobre, ou simplesmente se dando conta dos novos fins e meios, de acordo com a essência da já explicada função empresarial. Produz-se assim na mente do agente, de forma contínua, uma espécie de fusão entre as experiências do passado (sempre subjetivas), que guarda na sua memória, e a sua projeção simultânea e criativa em relação ao futuro, na forma de imagens mentais e expectativas. Este futuro nunca está determinado; antes é imaginado, criado e construído passo a passo pelo agente”.

Recapitulando, a metodologia da Escola Austríaca se baseia em oito pontos: (a) individualismo metodológico; (b) subjetivismo metodológico; (c) gostos e preferências subjetivos; (d) custos são custos de oportunidade; (e) marginalismo/utilidade marginal; (f) estrutura temporal da produção e consumo. Além desses aspectos, há também (g) soberania do consumidor, que será explorado na próxima seção; e (h) individualismo

[G65] Comentário: Existe uma contradição lógica aqui: “recapitulando” e “será explorado” são mutuamente exclusivos.

Talvez: *Recapitulando...Além desses aspectos, há também, ...*

político³⁵. É interessante observar, também, os pontos de divergência da Escola Austríaca com os economistas neoclássicos, descritos na tabela abaixo.

Tabela 2 – Comparativo entre o paradigma austríaco e o paradigma neoclássico

Pontos de Comparação	Paradigma Austríaco	Paradigma Neoclássico
1. Conceito de economia (princípio essencial)	Teoria da ação humana entendida como um processo dinâmico (praxeologia)	Teoria da decisão: maximização sujeita a restrições (conceito estrito de racionalidade)
2. Perspectiva metodológica	Subjetivismo	Estereótipo do individualismo metodológico (objetivista)
3. Protagonista dos processos sociais	Empreendedor criativo	Homo economicus
4. Possibilidade dos agentes se equivocarem a priori e natureza do ganho empresarial	Admite-se a possibilidade de serem cometidos erros empresariais puros que poderiam ter sido evitados com maior perspicácia empresarial na percepção de oportunidade de lucro	Não se admite que existam erros dos quais alguém possa se arrepender, uma vez que todas as decisões passadas se racionalizam em termos de custos e benefícios. Os lucros empresariais são considerados como a renda de mais um fator de produção
5. Concepção da informação	O conhecimento e a informação são subjetivos, estão dispersos e alteram-se constantemente (criatividade empresarial). Distinção radical de conhecimento científico (objetivo) e prático (subjetivo)	Pressupõe-se a existência de informação perfeita (em termos certos ou probabilísticos), objetiva e constante a propósito de fins e meios. Não se distingue entre conhecimento prático (empresarial) e científico

³⁵ Liberdade política não pode ser dissociada de liberdade econômica, restrições em alguma das duas levará, inevitavelmente, a intensificação de medidas coercitivas por parte do estado e erosão de liberdades individuais.

6. Ponto de referência	Processo geral com tendência coordenadora. Não se distingue entre micro e macroeconomia, todos os problemas econômicos são estudados de forma inter-relacionada	Modelo de equilíbrio (geral ou parcial). Separação entre micro e macroeconomia.
7. Conceito de concorrência	Processo de rivalidade empresarial	Situação ou modelo de concorrência perfeita
8. Conceito de custo	Subjetivo (depende da capacidade empresarial para descobrir novos fins alternativos)	Objetivo e constante (pode ser conhecido e medido por uma terceira parte)
9. Formalismo	Lógica verbal (abstrata e formal) que permite a consideração do tempo subjetivo e da criatividade humana	Formalismo matemático (linguagem simbólica própria da análise de fenômenos atemporais e constantes)
10. Relação com o mundo empírico	Raciocínios apriorísticos-dedutivos. Separação radical e, quando necessário, coordenação entre teoria (ciência) e história (arte). A história não pode ser usada para testar teorias, apenas ilustrar.	Verificação empírica das hipóteses
11. Possibilidade de previsão específica	Impossível, uma vez que o que vai suceder no futuro depende de um conhecimento empresarial ainda não criado. Apenas são possíveis <i>pattern predictions</i> do tipo qualitativo e teórico sobre consequências descoordenadoras do intervencionismo	A previsão é um objetivo que se procura de forma deliberada
12. Responsável pela previsão	O empresário	O analista econômico (engenheiro social)

Fonte De Soto (2010: 15-17)

Os economistas da Escola Austríaca partem desses princípios e, a partir de deduções lógicas, explicam os fenômenos econômicos como valor, trocas, preços, juros, lucro empresarial, e o processo de mercado. O entendimento austríaco do processo de mercado será analisado no próximo capítulo.

6. O processo do mercado

“Entrepreneurs drive the market economy, but competition among entrepreneurs keeps them honest”. Robert Murphy³⁶

Na teoria econômica da Escola Austríaca, o empreendedor tem um papel de destaque no funcionamento de uma economia de mercado. O empreendedor é aquele que percebe oportunidades de lucro no mercado e age de maneira a aproveitá-la, dessa maneira, como colocou Israel Kirzner: “o lucro motiva o empreendedor a agir como uma força coordenadora”³⁷.

De acordo com Klein (2015), o empreendedor possui quatro características distintas: (i) procura obter informações sobre o ambiente econômico e realizar previsões; (ii) realiza as computações que devem ser feitas para o processo de produção ser eficiente; (iii) destina os bens de capital à um processo de produção particular; e (iv) supervisiona a produção.

O empreendedor está sempre alerta para as oportunidades e está sempre fazendo previsões acerca de demandas futuras. A concorrência em relação a estas oportunidades resulta em um sistema de lucros e prejuízos que gera preços para mão-

³⁶ Lessons for the Young Economist, p.128

³⁷ No original: “The profit motive instructs the entrepreneur to act as a coordinating force”.

de-obra e para os bens de capital. Rothbard (2009) diz que esta competição direciona os recursos escassos para a satisfação das necessidades mais urgentes dos consumidores.

Temos, então, que a função empresarial é, por sua natureza, competitiva. A competição é entendida aqui como uma concorrência múltipla de reivindicações sobre um determinado bem ao qual um proprietário deve ser atribuído, os empreendedores competem para descobrir quem dará o melhor uso para os recursos escassos (o que é feito através da alocação de direitos de propriedade). A ideia de concorrência está intimamente ligada a ideia de rivalidade. A EA entende a concorrência, então, como um processo dinâmico em que empreendedores rivalizam entre si para descobrir oportunidades de lucro e se aproveitar delas antes que outros empreendedores o façam, tema central da obra de Kirzner (2012).

O objetivo do empreendedor é descobrir, antes dos demais, oportunidades latentes de lucro que existem no processo empresarial. Uma vez descoberta a oportunidade de lucro, ele terá de atuar em harmonia com outros empreendedores – pois o mercado é uma rede de trocas altamente complexa e interativa – para se aproveitar dela. A ação do empreendedor sempre envolve o uso futuro dos meios de produção, sendo, nesse sentido, especulativa (XXX).

Por isso, a EA entende que a concorrência é um processo de emulação, um processo no qual se busca superar os rivais, em todos os aspectos, criando e se aproveitando de oportunidades de lucro antes deles. Nos termos de Mises (1998: 582):

“O que diferencia o empreendedor de sucesso das outras pessoas é o fato que ele não se deixa levar pelo que foi e pelo que é, mas toma suas decisões de acordo com a sua visão do futuro. Ele vê o passado e o presente como o resto, mas julga o futuro de uma forma diferente”³⁸.

Quando um empreendedor surge com uma inovação que agrada os consumidores, este consegue auferir lucro. Esse lucro é obtido porque o

³⁸ No original: “What distinguishes the successful entrepreneur from other people is precisely the fact that he does not let himself be guided by what was and is, but arranges his affairs on the ground of his opinion about the future. He sees the past and the present as other people do; but he judges the future in a different way”.

[G66] Comentário: Esse termo existe? Ver literatura de Empreendedorismo...

[G67] Comentário: Não entendo essa frase.

empreendedor criou valor para seus clientes, ao combinar os fatores produtivos de tal maneira que eles agora valem mais do que valem quando estão separados. O lucro empresarial (que não é o mesmo que remuneração do capital ou do trabalho) é um *premium* pelo uso mais produtivo dos bens de ordem superior –os fatores de produção.

[G68] Comentário: Coloque isso num diagrama (figura), por favor.

[G69] Comentário: Muito “ele”, “eles”. Elimine todos os pronomes de terceira pessoa desse parágrafo.

Na existência de lucro empresarial os outros empreendedores observam essa situação e começam a imita-lo, além de procurar maneiras de aprimorar a inovação original, ou mesmo criar uma nova inovação. Com o tempo e pressão competitiva, a tendência é que os bens e serviços oferecidos sejam de maior qualidade e preços menores. É possível observar esse tipo de comportamento facilmente, nos dias de hoje, no setor de eletrônicos, basta comparar a diversidade de modelos, qualidade e preços de celulares com os de alguns anos atrás.

[G70] Comentário: Preço caiu?

O lucro funciona, então, como um sinal de que os recursos estão sendo utilizados de maneira produtiva, que estes estão sendo alocados de forma a atender as necessidades mais urgentes dos consumidores. O prejuízo, por outro lado, sinaliza que os recursos não estão sendo alocados de forma a beneficiar os consumidores. O prejuízo e falência de empresas são necessários para que os recursos sejam liberados para operações mais produtivas, operações que beneficiem os consumidores, conforme Hayek deixa claro em sua obra.

Fica claro, portanto, o motivo pelo qual a soberania do consumidor é uma das características fundamentais da teoria de mercado da Escola Austríaca. Segundo Mises (1994: 23-25):

“Em um sistema capitalista de produção o consumidor é o “verdadeiro chefe” ... Eles, ao comprarem e se absterem de comprarem, decidem quem deve ser o dono do capital e comandar as plantas de produção. São eles que determinam o que deve ser produzido e em que quantidade e qualidade. Suas atitudes resultam ou em lucro ou em prejuízo para a empresa. Eles podem tornar ricos os pobres, e pobres os ricos... Portanto, o sistema de produção capitalista é uma democracia econômica, na qual cada centavo conta um voto. Os consumidores são os soberanos. Os capitalistas, os empreendedores, e os fazendeiros são seus mandatários. Se eles não obedecerem, se falharem em

produzir ao menor custo possível aquilo que o consumidor deseja, eles perdem seus empregos. Sua tarefa é servir o consumidor. Lucros e prejuízos são os instrumentos pelos quais os consumidores mantêm seu controle sobre o toda a atividade produtiva”³⁹.

Enquanto a produção for voltada para o mercado – ou seja, para ser trocado com outras pessoas – toda empresa irá procurar produzir bens em tal quantidade e qualidade que, em antecipação, prometem um retorno que ultrapasse o tanto quanto possível seus custos de produção. E essas empresas também precisam decidir, repetida e continuamente, se o uso dos recursos de produção deve ser mantido e replicado ou, se devido a uma mudança na demanda (ou antecipação de mudança na demanda), os recursos devem ser alocados de maneira diferente.

Do ponto de vista do consumidor, esse processo de alocação e realocação dos recursos é racional e desejável, pois toda decisão sobre o uso dos recursos produtivos é constantemente testada de acordo com o mecanismo de lucros e prejuízos. Toda empresa que falhar em atender as demandas do consumidor irá incorrer em prejuízos e, por isso, está fadada, no curto ou longo prazo, a diminuir de tamanho ou ser eliminada do mercado. Somente empresas que atendem as demandas dos consumidores conseguem obter lucro⁴⁰, somente essas empresas podem continuar a operar no mercado, assim como expandir seu tamanho.

[G71] Comentário: Reformular para eliminar o pronome.

O processo competitivo, ao eliminar os empreendedores que preveem de forma equivocada a demanda dos consumidores, fortalece a posição daqueles que antecipam, correta e consistentemente, a demanda. Esta dinâmica assegura que as mudanças estruturais que ocorrem ao longo do tempo são movimentos em direção a uma utilização mais racional dos recursos, assegurando um processo sem fim de direcionamento e redirecionamento dos fatores de produção de linhas de produção

³⁹ No original: “In a capitalist system the consumers are “the real bosses” ... They, by their buying and by their abstention from buying, decide who should own the capital and run the plants. They determine what should be produced and in what quantity and quality. Their attitudes results either in profit or in loss for the enterprise. They make poor men rich and rich men poor... Thus the capitalist system of production is an economic democracy in which every penny gives a right to vote. The consumers are the sovereign people. The capitalists, the entrepreneurs, and the farmers are the people’s mandatories. If they do not obey, if they fail to produce, at the lowest possible cost, what the consumers are asking for, they lose their office. Their task is servisse to the consumer. Profit and loss are the instruments by means of which the consumers maintain a tight rein on all business activities”.

⁴⁰ Vale lembrar que estamos tratando de um mercado livre de intervenções estatais

que criam menos valor para aquelas que criam mais valor na avaliação dos próprios consumidores.

A competição é entendida pelos austríacos como um processo empreendedor de descoberta e ajustes sob condições de incerteza, como descrito por Hayek (2010). O processo de mercado funciona como um mecanismo que se auto regula e se auto corrige, não sendo necessárias intervenções estatais, que apenas distorceriam a sinalização dos preços e levaria a uma alocação não racional dos recursos produtivos.

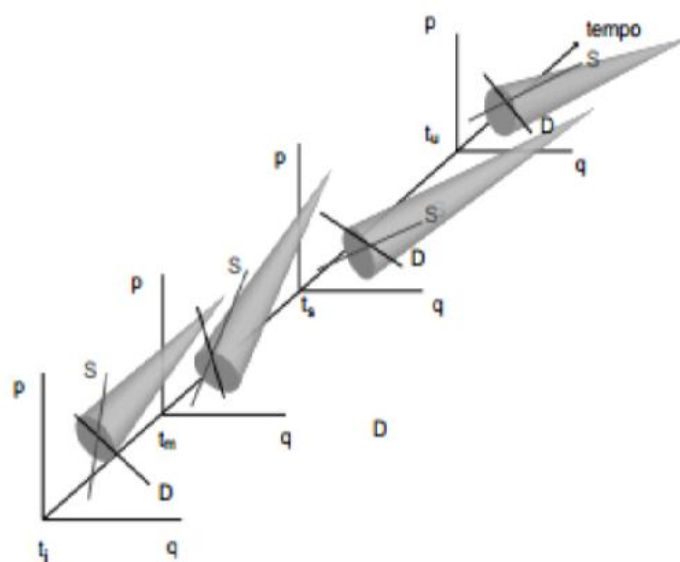
[G72] Comentário: Esse parágrafo é MUITO importante para a sua tese e deve ser referenciado MUITO BEM.

Em contraste com os modelos neoclássicos de equilíbrio estático, nos quais não há espaço para o empreendedor, dado o pleno conhecimento do mercado (logo as alocações dos recursos são sempre ótimas), a análise da Escola Austríaca do processo de mercado tem o empreendedor como elemento fundamental. O empresário funciona como uma força coordenadora, é somente através dele que o mercado se move na direção do equilíbrio. Contudo, o equilíbrio não é atingido, pois a situação modifica-se, as preferências se alteram, assim como a tecnologia e outros fatores produtivos. Graças a essas mudanças, os agentes acabam por não guiar corretamente seus planos e erros ocorrem durante o processo. Surgem, então, novas oportunidades de lucro que são aproveitadas pelos empreendedores, dando continuidade ao processo de mercado, que Israel Kirzner (2012: 53) resume da seguinte maneira:

“[...] as mudanças que o empreendedor inicia são sempre rumo ao hipotético estado de equilíbrio; são mudanças provocadas pela reação ao padrão existente de decisões erradas, um padrão caracterizado por oportunidades perdidas. O empresário, na minha opinião, leva *a um ajuste mútuo* aqueles elementos discordantes que resultam na ignorância anterior do mercado”.

O processo de mercado austríaco pode ser representado pelos cones “austríacos” na figura a seguir:

Figura 2 - Cones “Austríacos”



Fonte: IORIO, Ubiratan. Ação, Tempo e Conhecimento (2011). P. 80.

Podem existir, no entanto, algumas objeções em relação a capacidade do processo de mercado em funcionar como é descrito na teoria da Escola Austríaca. O que aconteceria quando uma empresa, mesmo que por meio de sua eficiência, dominasse um mercado (ultrapassasse um certo índice de concentração de mercado)? O que impediria a empresa de aumentar o preço cobrado, diminuir a qualidade ou quantidade do produto ou serviço? Existem três fatores inerentes ao mercado competitivo que impedem que isso ocorra: (i) concorrência de substitutos; (ii)

elasticidade da demanda; e (iii) concorrência potencial. Como estes mecanismos operam será explicado nas próximas seções.

Mas antes é preciso verificar em que o processo competitivo da EA difere do entendimento de competição que as agências antitruste utilizam, o modelo de competição perfeita⁴¹. Será discutido na próxima seção a razão, do ponto de vista austríaco, desse *benchmark* ser inadequado.

[G73] Comentário: Melhorar link com o parágrafo anterior.

6.1 Críticas ao modelo de concorrência perfeita

[G74] Comentário: Melhorar esse título.

A teoria de competição dos economistas neoclássicos trata de um estado de “equilíbrio competitivo” - uma situação estática, sem movimento e sem nenhum processo empreendedor. O modelo de concorrência perfeita enxerga a concorrência como uma situação, e não como um processo, segundo Kirzer (2013). A competição perfeita é analisada como uma fotografia. Os defensores deste modelo são os economistas matemáticos que acreditam na tese de que uma economia sempre pode estar em equilíbrio.

[G75] Comentário: Frase um pouco forte. Lembre-se: NADA DE “PAIXÃO” NO TEXTO.

De Soto (2013) sugere que nos modelos matemáticos de concorrência perfeita, a concorrência é definida como perfeita quando, ao se fazer esta fotografia instantânea de um determinado processo de mercado, observa-se nesta foto – que nada mais é do que uma situação estática, sem nenhum movimento – a existência de múltiplos ofertantes, todos eles vendendo o mesmo produto, com exatamente as mesmas características e ao mesmo preço.

[G76] Comentário: Isso foi tirado de um texto, certo? Deve ser referenciado!

Como é possível observar, a existência do que é entendido como competição perfeita na teoria neoclássica é incompatível com o entendimento do processo competitivo austríaco. O modelo de concorrência perfeita é o *benchmark* usado pelas agências antitruste, mas será que faz sentido usá-lo como tal?

[G77] Comentário: Melhorar conexão com o parágrafo anterior. Busque diferentes (várias) referências que argumentem que “competição perfeita na teoria neoclássica é incompatível com o entendimento do processo competitivo austríaco”.

Primeiro, é preciso analisar quais são as condições necessárias elencadas pela teoria neoclássica para se obter o estado de competição perfeita, no livro texto de

⁴¹ O entendimento de quais são as condições necessárias para se chegar ao resultado de competição perfeita tem mudado ao longo do tempo, ver, por exemplo, BAUMOL, William et al. *Contestable Markets and the Theory of Industry Structure* (1982). Mas os resultados perseguidos ainda são aqueles obtidos pelo modelo de concorrência perfeita.

Mankiw (2005) temos: (i) um produto homogêneo que seja ofertado e demandado por um grande número de vendedores e compradores, todos relativamente pequenos, e sem expectativa de influenciar os preços; (ii) livre entrada no mercado e ausência de restrições no movimento de preços e recursos; e (iii) informação perfeita sobre os fatores relevantes por parte de todos os participantes do mercado.

A condição (ii) está de acordo com a teoria austríaca, apesar das diferenças no que são consideradas barreiras à entrada, mas este problema será tratado mais adiante neste trabalho.

A condição (i) já apresenta uma dificuldade sob a perspectiva da Escola Austríaca: como saber se um produto pode ser considerado homogêneo? Rothbard (2009: 699) sugere a seguinte definição: “Um bem só pode ser considerado homogêneo se todas as suas unidades são intercambiáveis”⁴². Ou seja, um bem só pode ser considerado homogêneo se os consumidores avaliarem todas as suas unidades da mesma maneira, o que significa que a homogeneidade não está nas características físicas do produto, mas sim na mente do público consumidor (XXX). Dessa forma, o que é considerado um produto homogêneo varia de acordo com a pessoa que está analisando os produtos.

Outro problema com a condição (i) é o fato de as empresas não poderem influenciar o preço, implicando que a curva de demanda é perfeitamente elástica. Pela própria construção da curva de demanda sabemos que é impossível uma curva perfeitamente elástica existir, em alguns pontos ela necessariamente cairá, um aumento na oferta levará a um preço menor, como explica Rothbard (2009). **A firma individual, não importa quão pequena, sempre tem influência na oferta total**, sempre tem influência, mesmo que pequena, na formação dos preços. De acordo com Rothbard (2009: 721): “O erro em acreditar em uma elasticidade perfeita vem do uso de conceitos matemáticos como “derivada de segunda ordem”, em que passos infinitesimais são assumidos. Porém, a economia analisa a ação humana realizável, e a ação humana considera apenas passos discretos e perceptíveis, nunca passos

[G78] Comentário: ??

⁴² No original: “A good with a homogeneous supply is only a good if all its units are interchangeable”.

infinitesimais”.⁴³ É possível dizer que os economistas neoclássicos incorrem no mesmo erro dos economistas clássicos ao não considerarem a unidade adequada na tomada de decisão dos agentes.

A condição (iii) é a mais problemática de todas. Primeiro, pela nossa própria experiência podemos saber que informação ou capacidade de previsão perfeita não existem⁴⁴, quem nunca se arrependeu de uma compra? Segundo, há o paradoxo do efeito paralisante que possuir informação perfeita e premonição tem sobre a ação. Terceiro, a competição é, essencialmente, como descreve Hayek (2002), um processo de formação de opinião e obtenção de informações, assumir informação perfeita por parte dos participantes é assumir que a competição não existe.

Os produtores, de acordo com o modelo de concorrência perfeita (ou modelos de equilíbrio, de forma geral), sabem exatamente os desejos e preferências dos consumidores, sabem exatamente o que é demandado e o preço que os compradores estão dispostos a pagar. Já o consumidor sabe qual produto irá satisfazer melhor suas necessidades e onde pode encontra-lo pelo menor preço possível. Porém, como colocou Hayek (2010): “A função da competição é precisamente nos ensinar quem nos servirá melhor: de qual supermercado ou agência de turismo, de qual loja ou hotel, de qual médico ou provedor de serviço, podemos esperar a melhor solução para qualquer problema que possamos vir a ter”⁴⁵.

Ainda segundo Hayek (2010): “A descrição de um equilíbrio competitivo nem pretende dizer que se tivermos certas condições teremos tais e tais consequências, se limita a definir condições nas quais as próprias soluções já estão implícitas sem nos diz como essa situação pode ser obtida”⁴⁶.

⁴³ No original: “The error in believing in “perfect elasticity” stems from the use of such mathematical concepts as “second order of smalls”, by which infinite negligibility of steps can be assumed. But economics analyzes real human action, and such real action must always be concerned with discreet, perceptible steps, and never with “infinitely smalls” steps”.

⁴⁴ Esta crítica também está presente na ECT em Williamson (1985)

⁴⁵ No original: “The function of competition is here precisely to teach us who will serve us well: which grocer or travel agency, which department store or hotel, which doctor or solicitor, we can expect to provide the most satisfactory solution for whatever particular personal problem we may have to face”.

⁴⁶ No original: “the description of the competitive equilibrium does not even attempt to say that, if we find such and such conditions, such and such consequences will follow, but confines itself to defining

[G79] Comentário: Colocar em rodapé uma referência à ideia de racionalidade limitada da Economia dos Custos de Transação. Ver Williamson e citar.

[G80] Comentário: ?????

[G81] Comentário: Referenciar!

[G82] Comentário: Qual?

[G83] Comentário: Quem?

Em suma: o mundo da competição perfeita é um mundo estático e livre de incertezas, um mundo bem distante da realidade em que vivemos, fato reconhecido por defensores do antitruste como Ernest Gellhorn e William Kovacic (1994: 57): “[o] modelo de concorrência perfeita é importante, mesmo que descreva poucos, se algum, mercado real... Ele [o modelo de concorrência perfeita] prove o *standard* para se medir a performance do mercado”⁴⁷.

[G84] Comentário: SEM JUÍZO DE VALOR!! TIRAR ESSA PARTE DA FRASE.

A teoria da competição perfeita elimina o papel que o empreendedor desempenha no processo competitivo, por esse motivo, assim como os que vimos acima, é complementarmente incompatível com o entendimento que os autores da Escola Austríaca têm do funcionamento do mercado. Frank Knight (1956: 92)⁴⁸ reconhece isso: “Sob competição perfeita ele [o empreendedor] seria, obviamente, completamente inócuo, um mero escrivão de escolhas dos consumidores, dos trabalhadores e dos proprietários dos meios de produção na medida que eles demonstram suas preferências...”⁴⁹.

[G85] Comentário: IMPORTANTE: buscar textos de Nicolai Foss e Peter Klein. Eles discutem o papel (ou ausência) do empreendedor na visão neoclássica. Ver papers e citá-los numa nota de rodapé.

Como a teoria de competição perfeita não nos fornece uma boa descrição da realidade (nem apresenta boa performance preditiva), nem descreve uma situação possível no “mundo real”, não faz sentido usar seus resultados como base de comparação com os resultados dos mercados reais. Seus resultados esperados não devem ser usados para verificarmos se estamos em um ambiente competitivo ou não, fazê-lo seria incorrer na falácia do nirvana⁵⁰.

[G86] Comentário: Para quê?

[G87] Comentário: Para mim, essa frase não tem sentido...

Como podemos, então, sem um modelo referencial, diferenciar uma restrição de quantidade ou aumento que está passando de uma situação sub competitiva para uma competição, de uma que está passando de uma situação competitiva para uma situação não competitiva? Rothbard (2009) argumenta que não é possível determinar

[G88] Comentário: Idem acima.

conditions in which its conclusions are already implicitly contained and which may conceivably exist but of which it does not tell us how they can ever be brought about”

⁴⁷ No original: “The theory of perfect competition is importante, even though it precisely describes few, if any, markets... It provides a standard for measuring market performance”

⁴⁸ Como citado em SALSMAN; Richard. *The False Profits of Antitrust* (2005) p37

⁴⁹ No original: “Under perfect competition he would of course be completely helpless, a mere automatic registrar of choices of consumers and of laborers and property owners in so far as these have sentimental preferences...”

⁵⁰ A falácia de comparar a realidade com resultados ou situações alternativas idealizadas e irrealistas.

o preço competitivo fora do mercado, ou seja, não é possível determinar que um preço observado no mercado seja um preço de monopólio.

Sob a perspectiva austríaca, em um livre mercado, todos os preços são competitivos. Os preços vigentes em uma economia de mercado são um reflexo de acordos cooperativos envolvendo pessoas dotadas de liberdade de escolha. Segundo Mises (1998: 392-394):

“Preços são fenômenos do mercado... Eles são o resultado de uma certa constelação de dados, de ações e reações dos membros da sociedade. Não temos por que meditar sobre qual seria o preço se seus determinantes fossem outros... Temos menos motivos ainda para ponderar qual deveria ser o preço de determinado bem. Todos ficamos felizes se o preço do que queremos comprar cai, e se o preço do que queremos vender sobe... Qualquer preço determinado no mercado é, necessariamente, o resultado de interações entre vendedores e compradores, isto é, das forças de oferta e demanda. Qualquer que seja a situação do mercado que gerou o preço, quando se trata do preço que foi determinado ele é adequado, genuíno e real. O preço não pode ser maior se nenhum comprador disposto a oferecer um preço maior aparecer, e não pode ser menor se não surgir um vendedor disposto a vender mais barato. Somente o surgimento de pessoas assim pode alterar os preços. A economia não desenvolve fórmulas que permitem que alguém calcule um preço “correto” diferente daquele estabelecido no mercado através da interação de vendedores e compradores... Isso também se refere a preços de monopólio... Nenhuma especulação acadêmica pode descobrir outro preço que iguale a procura e oferta. As falhas de todos os experimentos em encontrar uma solução satisfatória para os monopólios naturais claramente demonstram isso”⁵¹.

⁵¹ No original: “Prices are a market phenomenon... They are the result of a certain constellation of market state, of actions and reactions of the members of a market society. It is vain to meditate what prices would have been if some of their determinants had been different... It is no less vain to ponder on what prices ought to be. Everybody is pleased if the price of things he wants to buy drop and the prices of things he wants to sell rise... Any price determined on the market is the necessary outgrowth of the interplay of forces operating, that is, demand and supply. Whatever the market situation which generated this price may be, with regard to it the price is always adequate, genuine and real. It cannot be higher if no bidder ready to offer a higher price turns up, and it cannot be lower if no seller ready to deliver at a lower price turns up. Only the appearance of such people ready to buy or sell can alter prices. Economics does not develop formulas which would enable anybody to compute a “correct” price

[G89] Comentário: De novo: não entendo a ideia. Parece-me que vc copiou isso de algum autor e o raciocínio está truncado. Ademais, simplesmente não concordo com essa ideia. Se vc quer mantê-la, vai precisar me convencer.

A conclusão que se tira disso é que não podemos usar os resultados do modelo de competição perfeita nem de outros possíveis modelos como *benchmark*, e também, que movimentações nos preços são fenômenos de mercado, não indicam abuso de poder de mercado.

6.2 Concorrência de substitutos

Mesmo que uma empresa domine todo um mercado, os consumidores ainda podem “escapar” de seus produtos ao utilizar produtos substitutos. Conforme indicado, de acordo com a EA, os homens agem para atingir determinado fim, sendo que a compra de uma mercadoria ou serviço é um meio pelo qual esse fim pode ser atingido. Segue, dessa forma, que caso a empresa monopolista aumente muito seu preço, o consumidor irá buscar outros meios (produto ou serviço) para atingir seus fins.

Então, em um livre mercado, caso o monopolista decida aumentar o preço (tudo mais constante), não há nada que ele possa fazer para impedir o consumidor de trocar de produto ou serviço. A existência dessa força competitiva impede que o consumidor seja prejudicado caso exista um monopólio. Mesmo que não haja um substituto com o qual seja possível atingir o fim desejado, todos os produtores competem ininterruptamente pelo dinheiro dos consumidores, o que significa que o consumidor pode mudar o fim que pretende atingir se o monopolista tornar o custo de fazê-lo muito alto.

Além disso, o mercado, de acordo com o entendimento da EA, é um processo em constante movimento, outros empreendedores, percebendo essa oportunidade de lucro, poderão entrar nesse mercado e trazer os preços para baixo no futuro. Outro fator relevante é a dificuldade, ou até mesmo impossibilidade, de uma empresa

[G90] Comentário: Deixar os títulos homogêneos. Ou em negrito, ou sem negrito.

[G91] Comentário: Mas, e se não houver substitutos??

different from that established on the market by interaction of buyers and sellers... This also refers to monopoly prices... No alleged “fact finding” and no armchair speculation can discover another price at which demand and supply would become equal. The failure of all experiments to find a satisfactory solution for the limited-space monopoly of public utilities clearly proves this truth”.

controlar 100% do mercado devido aos limites do tamanho da firma, conforme discutido por Peter Klein (2015).

6.3 Elasticidade da demanda

Foi explicado acima que o custo de uma ação é o custo de oportunidade, o benefício que seria obtido se fosse realizada a próxima necessidade no *ranking* de preferências do indivíduo. Com um aumento no preço de determinado produto é preciso que o consumidor abra mão de mais recursos para adquirir o bem, o que diminui seu benefício líquido, pois aumenta o custo de oportunidade do consumidor, ele tem que sacrificar o atendimento de mais necessidades do que antes para adquirir a mercadoria do monopolista.

Pessoas não alocam a renda de modo a satisfazer categorias de desejos, mas sim de modo a satisfazer desejos específicos (decisões são tomadas na margem) que as proporcione o maior acréscimo líquido ao nosso bem-estar. Este acréscimo, por sua vez, é determinado pela urgência de seus desejos e pelo custo da aquisição do bem em questão. Custos crescentes obviamente afetam o consumidor de maneira adversa, e isso pode induzir a comprar um produto completamente diferente, e que, devido as novas circunstâncias, contribuirá mais para seu bem-estar.

Então, quanto mais elástica for a demanda de um produto, menor é a variação no preço que o vendedor pode fazer sem afetar a demanda pelo seu produto. Mas o que acontece com o consumidor quando sua demanda é inelástica? Ele fica refém do produtor? Foi explicado acima que a existência de produtos substitutos pode amenizar a subida de preços nesses casos (quanto mais substitutos, maior a elasticidade da demanda por determinado bem), mas existe ainda outro fator que contribui para evitar a escalada dos preços: a concorrência potencial.

3.4 Concorrência potencial

[G92] Comentário: Custo é o benefício???

[G93] Comentário: Parágrafo muito grande com o termo "abrir mão" duas vezes...redundância.

[G94] Comentário: Induzi-lo

[G95] Comentário: Dúvida: em que tudo isso difere (se é que difere) da visão neoclássica?

A concorrência potencial existe em todas as áreas nas quais exista liberdade de entrada no mercado. Como foi elucidado acima, os empreendedores estão continuamente em busca de novas oportunidades de lucros, e lucros altos em determinado setor (independente do fato de o setor ser um monopólio, oligopólio ou dominado por um cartel) sinalizam que este setor oferece oportunidades inexploradas de lucro.

Então, por temer que seu setor seja invadido por tais empreendedores, o monopolista terá de agir do mesmo modo que agiria se estivesse cercado por diversos concorrentes. Ou seja, o monopolista terá de se manter sempre alerta, terá de aprimorar continuamente seus produtos ou serviços, assim como precisará encontrar métodos de reduzir seu preço. Caso não atue dessa maneira, ele estará convidando outros empreendedores a entrarem no setor em que atua. E, em muitos casos, empresas entrantes possuem diversas vantagens sobre a já existente, elas podem possuir máquinas e equipamentos novos, assim como novas ideias e métodos de produção e gerenciamento. Esse cenário não permite que o monopolista aja de maneira contrária às demandas dos consumidores. O entendimento é parecido com o do modelo de mercados contestáveis de Baumol et al (1982), porém, este último apresenta mais restrições⁵² para a concorrência potencial ser efetiva em disciplinar as firmas estabelecidas.

6.5 Barreiras não legais à entrada

O que alguns autores, como Bain (1954), Michael Mann (1966) e William Baumol (1982), argumentam, no entanto, é que existem diversas barreiras à entrada que impedem que a concorrência potencial seja considerada como um limitador do uso do poder de monopólio, que não permitem o desenvolvimento do processo competitivo. Essas barreiras são: (a) diferenciação de produtos; (b) marketing; (c) eficiência e inovação; (d) capital; (e) práticas predatórias; e (f) discriminação de preços. Se essas barreiras impedem ou não a competição será analisado a seguir.

⁵² Ter no mínimo duas firmas no mercado; e barreiras não legais à entrada afetam a efetividade da concorrência potencial.

[G96] Comentário: Dois pontos:

1. Continua sem referências.
2. Citar teoria dos mercados contestáveis (Baumol et al.)

[G97] Comentário: Quem são esses "muitos"??

6.5.1 Diferenciação de produtos

Como o *benchmark* dos defensores de medidas antitruste, ou pró-competição, é a concorrência perfeita, a diferenciação de produtos é vista de maneira negativa (concorrência perfeita exige produtos homogêneos). Teóricos do antitruste dizem⁵³ que firmas que obtêm êxito ao diferenciar seus produtos podem aumentar seus preços acima do que seria o preço competitivo – o preço que seria obtido em competição perfeita –, o que geraria uma má alocação dos recursos. Além de que os custos extras para conseguir diferenciar o produto seriam uma barreira a entrada⁵⁴ de novas firmas.

Porém, se a dificuldade de entrada advém da preferência dos consumidores por produtos diferenciados, se eles estão dispostos a pagar a mais para ter os benefícios que a diferenciação proporciona para eles, como é possível afirmar que a alocação dos recursos é ineficiente? O uso de recursos escassos não deve priorizar as necessidades mais urgentes dos consumidores? Ao diferenciar seus produtos, as empresas estão apenas agindo de acordo com a preferência revelada dos clientes. Eficiência e preferências dos consumidores não podem ser consideradas um entrave à competição.

6.5.2 Marketing

A propaganda é tida, por certos economistas, sendo Joan Robinson (1961) um deles, como uma barreira que limita a entrada e faz com que recursos sejam mal alocados, isso porque no modelo de concorrência perfeita não há necessidade de marketing, os produtos são homogêneos e os consumidores tem informações perfeitas sobre a qualidade e preço do produto. Mas foi visto que o modelo de concorrência perfeita não nos oferece uma boa descrição da realidade e, ao menos para economistas austríacos, não deve ser usado como parâmetro.

Na visão austríaca, o *marketing* é mais um elemento do processo competitivo. Como o consumidor não possui informação perfeita sobre as

⁵³ Ver, por exemplo, Phillip Areeda, *Antitrust Analysis: Problems, Text, Cases*, p.17-23

⁵⁴ Ver Joseph S. Bain, *Barriers to New Competition*; e *Industrial Organization*

características e preço dos produtos (muitas vezes nem sabe que o produto existe), o marketing cumpre exatamente essa função, de informar os potenciais consumidores sobre o produto. Esse tipo de ação diminui os custos de procura e de obtenção de informações por parte do consumidor, não é uma ação que o prejudica. Logo, não faz sentido entender o marketing como uma barreira à competição, o fato de uma empresa fazer propaganda de seus produtos não impede que outras empresas vendam seus produtos.

[G98] Comentário: Ver o livro da Beth Farina, Paulo Furquim e Sylvia Saes.

6.5.3 Eficiência e Inovação

Firmas que exploram economias de escala, possuem uma tecnologia mais eficiente ou inovam constantemente, realmente dificultam a entrada de rivais em seu setor. Porém, essa dificuldade de entrada advém do fato que os consumidores preferem os produtos de firmas que possuem tais eficiências. E o objetivo do processo de mercado é exatamente esse: descobrir métodos eficientes de se produzir os bens e serviços que a população demanda.

[G99] Comentário: ???

Se as empresas existentes deixassem de oferecer esses bens e serviços, novas empresas poderiam tomar o seu lugar. A competição só seria prejudicada se algo impedisse a entrada de novas firmas caso as antigas não estivessem atendendo as demandas dos consumidores.

6.5.4 Capital financeiro

Muitas vezes, produtores potenciais precisam pagar um preço maior pelo capital (pagar maiores juros) do que produtores já estabelecidos, esse fato pode ser entendido como prejudicial a competição. Porém, todos os recursos escassos têm um preço, e com capital financeiro não é diferente.

Seu preço é determinado de maneira competitiva no mercado de capitais, e os empreendedores que tomam o empréstimo o precisam fazer sob preços determinados nele. Algumas firmas conseguem obter juros menores porque

demonstram menor risco de utilizar o capital de maneira equivocada, ou seja, por que utilizam o capital com maior eficiência.

O custo de se obter capital pode dificultar a entrada de novas empresas no mercado. Isso só ocorre porque usuários mais eficientes do capital eliminam os menos eficientes. No entanto, esse processo é absolutamente necessário para que o capital financeiro, um bem escasso, seja alocado para as firmas que apresentam maior chance de atender as demandas dos consumidores (os bancos só terão retorno se a empresa para qual emprestam capital tiver lucro), ou seja, de maneira eficiente.

Milhares de novas firmas tentam obter capital, e eventualmente conseguem e até se expandem. Essa suposta barreira a competição pode ser superada da mesma forma que as outras barreiras não legais: através uma performance econômica superior.

6.5.5 Preços predatórios

A prática de precificação predatória é, supostamente, utilizada para eliminar competidores do mercado e com isso ocupar uma posição monopolista, e, com isso, aproveitar dos benefícios que essa posição traz. Essa prática também pode ser utilizada para evitar a entrada de novos concorrentes no mercado.

A precificação predatória funciona da seguinte forma: a empresa cobra um preço abaixo de seus custos, e graças a essa diminuição de preços ganha os clientes de outras empresas e as expulsa do mercado. Também pode ser usada para impedir a entrada de novos competidores ao baixar os preços se houver ameaça de entrada.

Porém, essa estratégia não resiste a análise lógica. Quanto maior a empresa maior seu prejuízo ao utilizar essa tática (empresa terá prejuízo de x por quantidade, logo, quanto maior a quantidade vendida maior o prejuízo total), enquanto as empresas rivais podem simplesmente interromper a produção e voltar a

[G100] Comentário: OBSERVAÇÃO: eu estou lendo seu texto com atenção. Todavia, são tantos itens e explorados de forma tão estanque que eu já perdi o "fio da meada" do seu argumento. Eu simplesmente não sei mais para onde vc está indo. O texto, que vinha bem até um momento, virou uma descrição monótona em que parece que vc quer ganhar o leitor pelo cansaço. Eu repensaria a forma de apresentar esses itens...uma tabela com pontos (austriacos) e contrapontos (neoclássicos)? Seu texto está muito grande.

vender somente quando a firma dominante subir os preços novamente. Outra possibilidade é que as outras firmas comprem os produtos da dominante e os revenderem a um preço maior posteriormente.

Mesmo que as empresas rivais de fato entrem em concordata, seus bens de capital continuam intactos, o que impediria novos empreendedores de os comprarem e concorrerem com a empresa estabelecida quando esta aumentar seus preços? A firma estabelecida pode comprar as plantas, mas terá de pagar um preço alto para desestimular os potenciais rivais de comprarem, será possível fazer isso após o prejuízo incorrido pelo uso de precificação predatória? Além disso, o preço alto pago pelas empresas estimulará o surgimento de novas empresas, cujo o interesse será ser comprada pela empresa estabelecida⁵⁵, aumentando ainda mais o custo de se utilizar essa estratégia.

Enquanto isso, os consumidores apenas se beneficiam. Se a empresa A passa a praticar preços baixos, os clientes podem comprar mais, ou do produto vendido pela empresa ou qualquer outro, terão mais dinheiro disponível para outras compras se mantiverem o consumo da mercadoria vendida pela empresa x.

No mais, é uma estratégia que para funcionar necessita do apoio dos consumidores. Caso os consumidores ignorem a diminuição dos preços, ela não pode ser predatória. Os únicos que podem eliminar compradores certos competidores do mercado são os consumidores, ao alterar suas preferências e escolher outro produto, por qualquer razão que seja.

E como diferenciar precificação predatória de uma competição por preços? Como foi visto, o preço competitivo só pode ser determinado pelo mercado, não existe base de comparação para dizer se a empresa está praticando um preço não competitivo. Vimos, também, que todos os custos são custos de oportunidade, portanto, subjetivos. Como é possível verificar que o preço está abaixo do custo?

⁵⁵ Na época em que a Standard Oil tentou utilizar essa tática, um empresário vendeu três refinarias para Rockefeller, tirando grande proveito de seu uso. Ver Leeman, *The Limitation of Local Price-Cutting*, p.332

A estratégia de preços predatórios é descrita por alguns como “tentar empurrar o oceano para conseguir um lugar seco para sentar”⁵⁶⁵⁷.

6.5.6 Discriminação de preços

A prática de discriminação de preços consiste em vender um bem homogêneo para diferentes compradores a preços distintos. Práticas de vendas por atacado, por exemplo, poderiam ser um caso de discriminação de preços na visão dos agentes antitruste⁵⁸. Na prática, o que a proibição da discriminação de preços alcança é a limitação da competição por preço, de acordo com Dominick Armentano (2007: 71):

“Existe, agora, pouco debate entre os profissionais sobre a lei de discriminação de preços: seu propósito é, claramente, reduzir a competição por preço, e proteger empresas com custos de produção alto do processo de realocação dos recursos produtivos. Como as leis de salário mínimo, de manutenção de preços agrícolas, e as leis do *National Recovery Act* durante a grande depressão, o *Robinson-Patman Act* foi aprovado para diminuir os rigores do mercado ao restringir a competição por preço. Presumivelmente, a justificação para a criação de tal lei nos anos de 1930 não existe mais, se é que sua criação foi justificável na época. Nos dias de hoje, o único efeito dessa lei é atrapalhar o processo competitivo”⁵⁹.

Além disso, a prática de discriminação de preço não é compatível com a alegação de restrição da produção, o fato de uma empresa vender o produto ou

[G101] Comentário: Quem disse isso??

[G102] Comentário: Cuidado! Vc está assumindo que esse autor está certo. Vc “comprou” a ideia dele, ao invés de “reportar” a ideia...

[G103] Comentário: Eu simplesmente “não compro” isso. Primeiro, parece que o argumento é “datado” (i.e., se aplica a um determinado momento histórico). Segundo, que lei é essa? O que ela diz? Eu não vejo o ponto do autor.

⁵⁶ No original: “That is like trying to sweep back the ocean to get a dry place to sit on...”

⁵⁷ Ver Harold Fleming, *Oil Prices and Competition*, p.54

⁵⁸ Descontos para grandes quantidades foi, inclusive, um dos motivadores do *Sherman Act*. Os *grangers* estavam incomodados com os descontos que as ferroviárias davam aos grandes produtores agrícolas e buscaram ajuda do governo para ter acesso a preços menores. Ver KOLKO, Gabriel. *The Triumph of Conservatism* (1963) e *Railroads and Regulations* (1965). Ver também DILORENZO, Thomas. *The Origins of Antitrust: An Interest-group perspective* (1985).

⁵⁹ No original: “There is now little professional debate over the intent and effect of price-discrimination laws: its purpose has clearly been to reduce price competition and to protect high-cost, high-priced business from the resource-reallocation process. Like minimum-wage laws, agricultural price supports, and National Recovery Act codes during the Great Depression, the Robinson-Patman Act was depression legislation aimed at reducing the rigors of the market by restricting price competition. Presumably, the justification claimed for such a law in the 1930s is no longer relevant, if it ever was. Today the law’s only effect is to stifle the competitive market process”.

serviço mais barato para certos consumidores implica que está vendendo uma quantidade maior do que se não houvesse o desconto.

Para finalizar a discussão sobre barreiras não legais à entrada, uma distinção importante que deve ser feita é entre liberdade de entrada e capacidade de entrada, como lembra George Reisman (2012)⁶⁰:

“Liberdade de entrada não significa capacidade de entrar em um dado setor. Se as pessoas não possuem a capacidade de entrar em uma determinada área da economia (porque, por exemplo, elas não possuem o capital para isso), isso não significa que a liberdade de entrada foi violada. Assim, por exemplo, se for necessário um investimento mínimo de, digamos, \$1 bilhão, para se ter uma mínima esperança de poder competir no setor de aparelhos eletrônicos e informática, isso não significa de modo algum que tal setor não possui liberdade de entrada, ou que a minha liberdade, como indivíduo, de entrar em tal setor foi violada de alguma forma só porque eu pessoalmente não tenho a capacidade de levantar o bilhão necessário.

O fato de eu não possuir ou não poder levantar o capital necessário não implica uma violação da minha liberdade de entrada, assim como o fato de eu não possuir um canal de televisão ou jornal, e não gozar do apoio de nenhum deles, não implica uma violação da minha liberdade de expressão ou de imprensa.

Sob quais circunstâncias a liberdade de entrada estaria sendo violada? Ela estaria sendo violada se eu realmente possuísse ou pudesse obter o capital necessário – e, obviamente, fosse capaz também de satisfazer vários outros requerimentos necessários para poder concorrer, como ter montado uma equipe com administradores capacitados e mão-de-obra qualificada, dominar conceitos tecnológicos, etc. – e fosse coercitivamente impedido de entrar neste setor pelo governo”.

6.6 Cartéis, Fusões e Aquisições em um livre mercado

⁶⁰ Legislações antitruste e agências reguladoras não podem existir em uma sociedade livre. Disponível em <http://mises.org.br/Article.aspx?id=1210>

Nesta seção será analisado se a aparição de um cartel ou fusões e aquisições tem algum efeito adverso sobre a competição sob a perspectiva da Escola Austríaca. A mesma análise vale para as duas situações, cartelização, e fusões e aquisições podem, na visão dos defensores do antitruste, causar o mesmo problema: criação de uma grande empresa que possa abusar de seu poder de mercado, ou seja, restringir a produção e elevar o preço cobrado do consumidor.

[G104] Comentário: Não! Nessa seção será analisado se a aparição de um cartel ou fusões e aquisições tem algum efeito adverso sobre a competição **sob a perspectiva da Escola Austríaca.**

Foi visto na discussão sobre competição perfeita que não podemos diferenciar quando passamos de um estado sub competitivo para um estado competitivo, de quando passamos de um estado competitivo para um não-competitivo, não é possível afirmar que uma restrição da produção é um ato não-competitivo. Rothbard (2009: 638-639) diz:

[G105] Comentário: E se duas empresas se fundem porque estão financeiramente fragilizadas ou porque querem explorar sinergias de P&D? Nesses casos, elas estão atrás da “criação de uma grande empresa que possa abusar de seu poder de mercado”?

[G106] Comentário: confuso

“O conceito de restringir a produção é completamente falacioso quando aplicado ao livre mercado. Em um mundo de recursos escassos como o nosso, toda a produção envolve escolhas e alocação dos fatores para atender as necessidades mais urgentes dos consumidores. Ou seja, a produção de qualquer produto é, necessariamente, restrita. Tal restrição vem do simples fato universal da escassez dos recursos produtivos e da lei da utilidade marginal. É, então, absurdo falar em restrição da produção”⁶¹

Ao que Mises (1974: 115-116)⁶² complementa:

“A produção do bem p não é maior devido ao fato de que os fatores de produção complementares requeridos para sua expansão estarem sendo utilizados na fabricação de outros bens... Os produtores de p não restringiram intencionalmente sua produção. Todo empreendedor tem capital limitado; ele o emprega nos projetos nos quais espera que, ao anteder as necessidades mais urgentes dos consumidores, tragam o maior retorno possível.

⁶¹ No original: “The whole concept of “restricting production”, then, is a fallacy when applied to the free market. In the real world of scarce resources in relation to possible ends, all production involves choice and the allocation of factors to serve the most highly valued ends. In short, the production of any product is necessarily always “restricted”. Such “restriction” follows simply from the universal scarcity of factors and the diminishing marginal utility of any one product. But then it is absurd to speak of “restriction” at all”.

⁶² Planning for Freedom, p.115-16

Um empreendedor que dispõe de 100 unidades de capital pode empregar, por exemplo, 50 unidades para a produção de p e 50 unidades para a produção de q. Se ambas linhas de produção são lucrativas, não faz sentido acusar o empreendedor de não empregar mais capital para a produção de p. Ele poderia aumentar a produção de p apenas se diminuísse a produção de q. Mas se o empreendedor é acusado de restringir a produção de p, ao se recusar a aumentá-la, ele também deve ser acusado de restringir a produção de q. Ou seja, o empreendedor é acusado pelo fato de haver escassez dos meios de produção, e pela terra não ser o paraíso⁶³.

Não é possível dizer, então, que cartéis restringem a produção para se beneficiar em detrimento do consumidor. Rothbard (2009), assim como André Santa Cruz Ramos (2015), considera o resultado da realocação dos fatores produtivos sob um cartel como o mesmo de que qualquer outra alocação feita em um livre mercado. O cartel não é um instrumento criado para tirar proveito do público, é apenas umas das formas de cooperação que o mercado oferece. O processo de cartelização não é o mesmo processo de qualquer outro tipo de parceria? O que diferencia um cartel de uma joint-venture ou de uma fusão?

Ainda assim, o cartel não está imune das forças do mercado competitivo, os mesmos incentivos que os empreendedores têm para entrar no mercado quando uma única empresa obtém lucros altos existem quando um cartel está obtendo lucros elevados. Para não atrair novos empreendedores para o seu mercado o cartel precisa se manter competitivo, tanto em qualidade como em preço.

No caso do cartel, o processo competitivo pode realocar os recursos mais rapidamente do que no caso de uma única empresa. Isso porque as empresas mais

⁶³ No original: "That the production of a commodity p is not larger than it really is, is due to the fact that the complementary factors of production required for an expansion were employed for the production of other commodities... Neither did the producer of p intentionally restrict the production of p. Every entrepreneur's capital is limited; he employs it for those projects which, he expects, will, by filling the most urgent demand of the public, yield the highest profit.

An entrepreneur at whose disposal are 100 units of capital employs, for instance, 50 units for the production of p and 50 units for the production of q. If both lines are profitable, it is odd to blame him for not having employed more, e.g., 75 units, for the production of p. He could increase the production of p only by curtailing correspondingly the production of q. But with regard to q the same fault could be found by the grumblers. If one blames the entrepreneur for not having produced more p, one must also blame him for not having produced more q. This means: one blames the entrepreneur for the fact that there is a scarcity of factors of production and that Earth is not a land of Cockaigne".

[G107] Comentário: Mas e se não há competidores fora do cartel?? Ademais, se isso é verdade, justifica-se o cartel dos trens em SP, que fez todos nós pagarmos um sobre-preço? A diferença não poderia ser aplicada em outros fins?

eficientes de um cartel têm grandes incentivos para desviar do acordo, elas obteriam mais lucro se expandissem a produção e vendessem a um preço mais barato. A formação de um cartel, desde que não seja mantido pelo governo, é altamente instável. Nesse ponto os economistas austríacos e os da Escola de Chicago concordam.

[G108] Comentário: Porque não citou Escola de Chicago aqui??

A proibição de fusões e aquisições tem um outro agravante, seu impedimento ou restrição impede que os bens de capital passem de empreendedores menos eficientes para aqueles mais eficientes. Ou seja, as dificuldades criadas para a realização de fusões e aquisições apenas atrapalham a realocação dos fatores de produção para a realização das necessidades mais urgentes dos consumidores. Kirzner (2013b) acredita que:

“As políticas antitruste tradicionalmente reprovam (e com frequência proíbem) fusões entre duas empresas até então concorrentes. Na perspectiva convencional, o raciocínio por trás disso é óbvio e plausível: substituir duas empresas que concorrem entre si por uma maior não pode representar outra coisa que não uma redução no grau de concorrência do mercado (na definição convencional do termo). Duas empresas menos poderosas foram substituídas por uma mais poderosa.

Mas a visão austríaca ensina que tal fusão, contanto que a potencial entrada de outros no mercado não tenha sido e não venha a ser bloqueada artificialmente [pelo governo], é um ato concorrencial; impedi-lo significa obstruir a maneira pela qual a concorrência de mercado descobre o tamanho ótimo das empresas e com isso um menor custo de produção (mesmo que haja uma única firma atendendo um setor da economia, enquanto essa empresa estiver restringida pela potencial ameaça de novas entradas no seu setor ou pela concorrência – ou ameaça de concorrência – de empresas que produzam mercadorias alternativas, tal setor ainda estará operando concorrencialmente)”.

É possível dizer, então, que os teóricos da Escola Austríaca entendem que as autoridades antitruste não devem se preocupar com a formação de cartéis, nem com fusões e aquisições que ocorrem no mercado. Klein (1993)⁶⁴ compartilha desta visão:

“A razão para atividades de fusões e aquisições é simples: como sabemos da teoria econômica, em uma economia de mercado os recursos tendem a se mover em direção a seus usos mais bem avaliados. Fusões e aquisições, então, como mudanças no padrão de propriedade dos ativos, são simplesmente parte do processo de mercado de ajuste da estrutura de produção para atender o que o consumidor quer. Recursos são deslocados de alguns empreendedores para aqueles que o mercado acredita que vão fazer um melhor trabalho.

[...]

Fusões e aquisições, como outras práticas de negócios que não estejam em conformidade com os modelos de livros didáticos da concorrência, há muito tempo são vistas com desconfiança por economistas e autoridades reguladoras. [...] a maioria das discussões sobre lei antitruste e políticas públicas para fusões concentram-se na expansão horizontal e no aumento de poder de mercado que a acompanha [...].

Economistas da Escola Austríaca têm sustentado que o modelo de concorrência perfeita é um guia extremamente inapropriado para a política pública; estimativas entre preço e custo marginal, longe de serem uma ferramenta útil para localizar falhas de mercado e justificar a intervenção do governo, são irrelevantes para os problemas reais da organização econômica. No mundo real de incerteza, de erro e de mudança constante, eficiência alocativa significa na mais do que direcionar recursos para os usos com valor mais elevado, o que só pode ser medido pelo sucesso e fracasso de empresas, conforme determinado pelo processo concorrencial. O que é bom para a empresa, então, é bom para o consumidor. Há também óbvios benefícios na expansão horizontal e até mesmo em acordos de cartel: redução de incerteza sobre ações dos rivais, redução dos custos de distribuição, estabelecimento de padrões, e assim por diante. Em resumo, sem restrições legais nas estruturas de mercado, a teoria dinâmica presume eficiência. Qualquer fusão que não é

⁶⁴ KLEIN, Peter G, *Mergers and the market for corporate control*, 1993

feita como resposta a restrições legais ou incentivos deve ser presumida como algo para criar valor”⁶⁵.

7. O Monopólio na Escola Austríaca

“When buying and selling are regulated by legislation, the first things to be bought and sold are legislators” P.J. O’Rourke

Em um sistema de liberdade econômica irrestrita, uma posição monopolística⁶⁶ no mercado só pode ser conquistada pela eficiência de acordo com entendimento dos economistas austríacos de processo de mercado visto no capítulo anterior. Sem

⁶⁵ Como citado em Ramos (2015: 153-4)

⁶⁶ De acordo com a definição de monopólio como único vendedor de um bem ou serviço

[G109] Comentário: Mas não acabamos de falar de monopólio acima? (“ganhar o leitor pelo cansaço”?)

intervenções governamentais, uma empresa eficiente tende a crescer até atingir seu tamanho ótimo⁶⁷. Sennholz (1960) coloca a questão nos seguintes termos:

“Em um sistema de liberdade econômica irrestrita, uma posição monopolística de mercado só pode ser conquistada pela eficiência. Sem intervenções governamentais, uma empresa eficiente tende a crescer até atingir seu tamanho ótimo, quando os custos por unidade produzida são menores. Esse ótimo vai depender da natureza da indústria, do produto, dos mercados de capital, da carga tributária e da capacidade administrativa da empresa. Obviamente uma siderúrgica requer muito mais gastos de capital e uma mão de obra mais volumosa do que requer um consultório de um dentista ou uma barbearia. Da mesma forma, uma empresa gerida por um gestor brilhante será muito mais otimizada do que uma gerida por seus medíocres sucessores. Uma posição monopolística pode ser obtida somente se o tamanho ótimo for suficiente para suprir completamente um dado mercado.

[...] uma empresa monopolista que cresce além do ponto de otimização está flertando com o fracasso, pois seus custos unitários de produção tendem a voltar a subir. A empresa monopolista que desconsiderar esse fato estará abrindo as portas para potenciais concorrentes invadirem seu território, produzirem a custos mais baixos e, com isso, reduzirem a monopolista novamente ao seu tamanho ótimo. Portanto, não há nenhuma necessidade de governo atacar uma empresa gigante. Caso ela de fato esteja excessivamente grande, seus concorrentes irão reduzi-la utilizando o próprio mercado”.

Os economistas austríacos entendem que, em uma economia regulada, empresas podem tanto servir quanto prejudicar a população em geral. Em um sistema intervencionista, as firmas que querem aumentar seus lucros têm duas opções: investir em produtividade, para competir pelos consumidores, ou investir em lobby, para competir pelos favores políticos. A competição para servir à sociedade é o capitalismo, a competição por favores políticos é o mercantilismo no entendimento de Rothbard (2009). São os mercantilistas que defendem legislações protecionistas de corporações

⁶⁷ Sobre limite do tamanho da firma ver Peter G. Klein, *The Capitalist & The Entrepreneur*, capítulo 1

contra a competição estrangeira e doméstica. Os liberais defendem um mercado aberto, em que a manutenção de um negócio depende do oferecimento de serviços e produtos que satisfaçam os consumidores.

É necessário, então, redefinir o termo monopólio, pois, no contexto competitivo, uma empresa como vendedora única não está em posição de abusar de seu poder de mercado. Para estar em uma posição em que possa abusar de seu poder de mercado, a empresa precisa colocar freios no processo competitivo. Foi exposto acima que barreiras não legais, cartéis, ou fusões e aquisições, na visão da Escola Austríaca, não conseguem atingir este objetivo, o único modo de interferir no processo competitivo – um processo de relações voluntárias – é, então, através de métodos não competitivos, ou seja, uso da força, como descrevem Rand (1967) e Rothbard (2006).

Normalmente não se usa a força diretamente contra concorrentes efetivos ou potenciais. Segundo a visão austríaca, o que as empresas costumam fazer é utilizar o poder coercitivo do estado para prejudicar competidores ou possíveis competidores. Lord Coke, jurista inglês do século XVII, definia monopólios da seguinte forma:

“Um monopólio é uma instituição ou permissão do rei dada a uma pessoa ou grupos de pessoas, político ou corporativo, para ser o *único* comprador, vendedor, produtor, trabalhador, ou usuário do que quer que seja. Dessa forma, qualquer outra pessoa ou grupo de pessoas, político ou corporativo, tem suas liberdades restringidas ou prejudicadas em sua área de atuação”.^{68,69}

Os economistas austríacos entendem, então, o monopólio da seguinte forma: monopólio é um privilégio oferecido pelo estado, que reserva determinada área de atuação para um indivíduo ou um grupo de indivíduos. Ou seja, não importa o número de concorrentes atuando, mas sim se existem barreiras legais à entrada (XXX). Os economistas austríacos entendem que todas as ações tomadas por empresários dentro do mercado são ações competitivas, pois são todas relações voluntárias

⁶⁸ No original: “A monopoly is na institution or allowance by the king, by his grant, commission, or otherwise... to any person or persons, bodies politic or corporate, for the *sole* buying, selling, working, or using of anything, whereby, any person or persons, bodies politic or corporate, are sought to be restraine/d of any freedom or liberty that they had before, or hindered in their lawful trade”.

⁶⁹ Como citado em Man, Economy and State, p. 668-9

[G110] Comentário: Não foi demonstrado! Foi relatado o entendimento da escola austríaca...

As barreiras legais normalmente vêm em uma das seguintes formas: (i) nacionalização; (ii) subsídios; (iii) tarifas e regulação aduaneira; (iv) regulamentações; (v) propriedade intelectual; e (vi) expansão monetária⁷⁰. E os monopólios⁷¹ criados pela interferência estatal na economia terão todos os efeitos adversos que lhe são atribuídos na teoria neoclássica: ineficiência, pouca ou nenhuma inovação, preços elevados, e qualidade que deixa a desejar. A Tabela 3 a seguir resume como a ação estatal gera monopólios.

Tabela 3 – Como o estado gera monopólios

Ação geradora de monopólio	Racional
Nacionalização ⁷²	Somente a empresa estatal pode atuar no mercado, excluindo todas as outras.
Subsídios ⁷³	Permite que determinada empresa atue fora do mecanismo de lucros e prejuízos, mantém empresas que não atendem as necessidades dos consumidores no mercado. Pode diminuir a produção e gerar preços maiores ⁷⁴ .

⁷⁰ Importe ressaltar que a moeda não é neutra na teoria austríaca, então os primeiros recebedores desse dinheiro se beneficiam de preços mais baratos, eles não sofrem os efeitos da inflação, diferente de seus concorrentes que terão que pagar mais caro para equiparar os investimentos.

⁷¹ Para uma discussão sobre monopólios naturais ver DILORENZO, Thomas, *The Myth of the Natural Monopoly*, disponível em <http://mises.org/library/myth-natural-monopoly>

⁷² KIRZNER, Israel, *Competição e Atividade Empresarial*, Instituto Mises Brasil, 2012

⁷³ BARBIERI, Fábio, *A Economia do Intervencionismo*. Instituto Mises Brasil, 2013. MISES, Ludwig von, *A Critique of Interventionism*, Ludwig von Mises Institute, 2005

⁷⁴ Como no caso de queima de café no Brasil.

Protecionismo ⁷⁵	Impede a concorrência de substitutos estrangeiros
Regulamentações ⁷⁶	Captura regulatória e aumento de custos, excluindo concorrentes potenciais.
Propriedade intelectual ⁷⁷	Cria monopólios sobre ideias, impede que conhecimento seja usado por outras pessoas. Interferência direta na propriedade de terceiros, impede-os de utilizar sua propriedade da maneira que desejam.
Expansão monetária ⁷⁸	Moeda não neutra na visão austríaca, primeiros recebedores do dinheiro conseguem comprar bens mais baratos enquanto seus rivais sofrem com a inflação. Booms do ciclo econômico geram aumento no número de fusões e aquisições.

8. Internet Explorer e a destruição criativa

Em 1998 o Departamento de Justiça dos Estados Unidos (DoJ) entrou com um processo contra a Microsoft baseado nas leis antitruste. O DoJ sustentou que a Microsoft tinha um monopólio em sistemas operacionais, apesar da existência de alguns concorrentes⁷⁹, para computadores pessoais (PC) e que a empresa estava usando esse monopólio para beneficiar outros produtos próprios, como o Internet Explorer (IE), e isso prejudicava tanto competidores como consumidores. A Microsoft

⁷⁵ ROTHBARD, Murray N., *Men, Economy and State with Power and Market*, Ludwig von Mises Institute, 2009

⁷⁶ STIGLER, George, *The Theory of Economic Regulation*, The University of Chicago, 2010. IKEDA, Sanford, *Dynamics of the Mixed Economy*, Routledge, 1997. DOWNS, Anthony, An Economic Theory of Political Action in Democracy, in *The Journal of Political Economy*, Volume 65, Issue 2, 1957.

⁷⁷ KINSELLA, Stephan, *Contra a Propriedade Intelectual*, Instituto Mises Brasil, 2010. RAMOS, André Santa Cruz, *Os Fundamentos Contra o Antitruste*, Grupo Editorial Nacional, 2015.

⁷⁸ Ver MISES, Ludwig von, *Theory of Money and Credit*, Ludwig von Mises Institute, 1953

⁷⁹ MAC OS, Unix, OS/2, Linux...

estaria abusando de seu poder de mercado e se aproveitando de externalidades de rede⁸⁰ para beneficiar seus produtos.

A Microsoft fez acordos com diversos produtores de PC's para que ao instalarem o Windows colocassem o Internet Explorer junto, e o fizessem o navegador *default*, a acusação seria a de venda casada. Armentano (2007: 8) faz o seguinte questionamento:

“Venda casada ou integração de produtos não é necessariamente um elemento de monopolização; na verdade, pode ser um componente importante em uma competição vigorosa. A intenção da Microsoft em integrar o navegador ao sistema operacional era competir de maneira mais eficaz contra empresas que já haviam feito essa integração (Apple Computer) e com rivais novos, como o Netscape, que havia estabelecido uma posição dominante no mercado de navegadores. Dessa maneira, quando as autoridades antitruste e os rivais da Microsoft reclamaram da integração ou de precificação predatória estavam, na verdade, reclamando dos rigores do processo competitivo”⁸¹

É importante ressaltar que esse acordo não impedia que os fabricantes colocassem outro navegador junto nem que o usuário instalasse outro posteriormente. Isso significa que a escolha do consumidor de utilizar o IE era totalmente voluntária, indicando, assim, sua preferência.

⁸⁰ Quanto maior o número de usuários maior a demanda pelo produto ou serviço. Podem criar vantagens do lado da demanda para grandes firmas ao aumentar o benefício de seus usuários. O usuário poderá permanecer utilizando o mesmo sistema devido ao alto custo de troca, mas isso significa apenas que o benefício que usufrui do sistema atual é maior do que o custo de trocar, ou seja, o usuário está em melhor situação ao continuar a utilizar o sistema atual.

⁸¹ No original: “Tying or product integration is not necessarily an element of monopolization; indeed, it can be an important component of vigorous rivalry. Microsoft’s decision to integrate the browser into the operating system was intended to be a more effective way of competing with other firms that already had included browsing technology in their operating system (Apple Computer) and with newer rivals, like Netscape, that established a dominant position with an improved independent browser. Thus, when the antitrust authorities and Microsoft’s rivals complained about integration and predatory pricing, they were actually complaining about the rigors of the competitive process, not about monopolization”.

Mesmo com evidências contrárias, o DoJ decidiu contra a Microsoft, e aplicou três “remédios” para evitar novos abusos do poder de monopólio: (i) proibiu a Microsoft de fechar os canais com os fabricantes de hardware ao eliminar a possibilidade da realização de contratos de exclusividade, e também proibiu qualquer medida retaliatória contra os fabricantes por parte da Microsoft; (ii) tentou manter o canal de distribuição de provedores de acesso a internet aberto ao colocar limites na habilidade da Microsoft de desencorajar outros produtores de desenvolverem, promoverem ou distribuírem produtos que não fossem da própria Microsoft; e (iii) medidas de *compliance* para garantir que os outros itens seriam cumpridos.

Infelizmente para a Netscape isso não foi o suficiente para mantê-la no mercado. O fortalecimento do IE (mesmo com as restrições impostas) e o surgimento de novos browsers, como Opera e Mozilla, enfraqueceram a posição da Netscape, que, por não conseguir acompanhar a evolução do mercado (e por isso perdeu a preferência dos consumidores) parou de atualizar seu navegador em 2007. Talvez isso indique que a procura do DoJ pela Netscape não tenha sido apenas por considerar que a Microsoft estava agindo de maneira anticompetitiva, mas sim por que já estava com dificuldades para acompanhar a concorrência e tentou usar o antitruste para colocar um freio no processo de mercado, como sugeriu Armentano (2007).

De acordo com a teoria do antitruste é muito difícil a perda de poder mercado pela firma dominante, principalmente pela análise estática que fazem do mercado. Porém, o estudo dos navegadores de internet mostra que isso aconteceu duas vezes em um curto período de tempo, já que em 2015 a Microsoft anunciou que não irá mais atualizar o IE⁸².

Esse caso é um bom exemplo do dinamismo presente no processo de mercado descrito pelos economistas austríacos, no qual um monopolista não pode se acomodar e achar que outras empresas não tentarão tomar seu lugar (competição é um processo de rivalidade, afinal). Esse caso também ilustra a questão do conhecimento como visto na teoria austríaca: muitos dos acessos à internet tem sido feitos por aplicativos em

⁸² <http://tucker.liberty.me/2015/03/20/before-ie-dies-completely-remember-the-browser-wars/>

tablets e smartphones, um desenvolvimento que nem a autoridade antitruste nem a maioria dos empresários previu.

O caso realça duas grandes diferenças entre a EA e o pensamento que fundamenta o antitruste: (i) o dinamismo do mercado da EA e a análise estática do antitruste; e (ii) o uso e natureza do conhecimento; devido ao extensivo uso da matemática na teoria neoclássica características que são difíceis ou impossíveis de modelar, como a atividade empreendedora e a incerteza, ficam de forma do modelo e este acaba perdendo poder de explicação e previsão. Vimos que na teoria austríaca do empreendedor que, além de agir como uma força coordenadora, o empresário cria novas informações ao buscar novas maneiras de atender as demandas do público (Kirzner, 2012), e a grande maioria dessa nova informação é tácita (Hayek, 1945), ou seja, não é comunicável, não há como as autoridades terem acesso a esse tipo de informação para tomarem sua decisão. Se as autoridades antitruste não incluírem elementos de dinamismo em sua análise do mercado e admitir que não possui a informação adequada para tomar muitas das decisões que são requeridas dela, decisões desastrosas, como no caso da Microsoft, continuarão acontecendo.

8.1 Google e Amazon no Brasil

O Google está sendo alvo de processos antitruste no Brasil devido a supostas práticas anticompetitivas⁸³. O processo foi iniciado a partir de denúncias feitas pela empresa detentora dos sites de buscas Buscapé e Bondfaro, e pela Microsoft, dona do Bing. As alegações dizem, basicamente, que o Google está se utilizando de sua plataforma para beneficiar os próprios produtos em detrimento dos concorrentes. Mas por que o Google não daria tratamento preferencial para seus produtos? Faz sentido atacá-lo por isso?

⁸³ Notícia disponível em <http://www.cade.gov.br/Default.aspx?7acd5cad47dc33f00532025eeb6f>

Muitas redes de supermercado utilizam da mesma estratégia do Google ao posicionar melhor os próprios produtos nas prateleiras, e é uma prática completamente legítima dentro do processo competitivo. Obrigar o Google ou uma rede de supermercados a abandonar tal estratégia seria uma enorme afronta aos seus direitos de propriedade. E o fato do Google ter perto de 90% de *market share*⁸⁴ não altera esse fato, principalmente porque essa soberania no mercado de buscas se deu pela sua eficiência e preferência do consumidor, ainda mais ao considerar que o custo para o usuário de trocar de buscador é praticamente inexistente. Rockefeller (2007: 56) observa:

“Ataques do governo sobre uma alegada monopolização são raros, mas há sempre o perigo para os empresários sucesso, especialmente os inovadores, de que os concorrentes perdedores irão pressionar funcionários ativistas do governo a fazer algo. Assistidos por advogados e economistas criativos, perdedores podem impor ao empresário bem-sucedido pesados custos financeiros para defender o sucesso de seu negócio contra ações vultuosas, com resultados imprevisíveis”⁸⁵.

Outro caso ilustrativo é o do início da venda de livros físicos pela Amazon no Brasil⁸⁶. Na reportagem da Folha o presidente da Associação Nacional de Livros (ANL) deu a seguinte declaração sobre o impacto da chegada da Amazon no mercado de livros físicos: “prejudicou, está prejudicando e irá prejudicar ainda mais”. Ao que complementou: “[a] vinda da Amazon só veio ratificar uma condição já existente no Brasil há bastante tempo, que é a concorrência predatória”. A visão estática que o antitruste tem da competição faz certos empresários acreditarem que o lucro e permanência no mercado são direitos adquiridos, que mudanças e inovações são prejudiciais. Ramos (2015: 83) aconselha:

⁸⁴ <http://www.conversion.com.br/blog/google-domina-91-buscas-brasil/>

⁸⁵ No original: “Government attacks on alleged monopolization are rare, but there is always a danger to successful competitors, especially innovators, that competitive losers will pressure activist government officials to do something. Assisted by creative lawyers and economists, losers can place on the winner heavy financial burdens to defend business success against private treble damage actions with unpredictable results”.

⁸⁶ Notícia disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/11/1551983-chegada-da-amazon-ao-brasil-acirra-guerra-de-precos-de-livros.shtml>

“Se uma determinada empresa empresa pretende ficar longe de processos antitruste, o estudo minucioso da História mostra que o segredo para isso é não ser eficiente demais e, conseqüentemente, nunca alcançar domínio de um mercado específico de bens e serviços. Caso isso ocorra, a probabilidade de que as leis antitruste sejam usadas contra essa empresa é extremamente grande, seja para restringir ou impedir um ato de concentração empresarial que vise otimizar sua logística, reduzir seus custos fixos, aumentar sua eficiência ou ampliar seu alcance geográfico [...], seja para reprimi-la pela adoção de uma estratégia inovadora [...]”

O CADE ainda não decidiu sobre o caso do Google, mas só o fato dele existir ilustra como certos empresários enxergam o antitruste: como uma forma de prejudicar concorrentes para obter algum ganho. O caso da Amazon demonstra como o entendimento de competição defendido pelo antitruste, e, conseqüentemente, pelos empresários, vai de encontro com o entendimento da Escola Austríaca de processo de mercado, e como isso pode prejudicar a inovação e criação de novos negócios⁸⁷.

9. Conclusão

Dado o entendimento da competição como um processo dinâmico de descoberta da Escola Austríaca, as leis antitruste deveriam ser abolidas, como sugere o título da obra de Domick Armentano (2007). As leis antitruste, na visão dos economistas austríacos, impedem a descoberta de novos métodos de produção e organização das firmas, assim como novos jeitos de aumentar a satisfação dos consumidores. Ou seja, as leis antitruste são um impedimento à competição, colocam um freio no processo de mercado e fazem com que a alocação dos recursos seja ineficiente. Kirzner (200: 77-78) coloca a visão austríaca do antitruste da seguinte maneira:

⁸⁷ Para ilustrar: na França, o Google foi processado (e perdeu o caso) por uma empresa de cartografia por oferecer serviços de mapas gratuitos, o que caracterizou uma ação de precificação predatória segundo a agência antitruste local. <http://olhardigital.uol.com.br/noticia/google-e-multado-em-us-660-mil-por-oferecer-google-maps-gratuitamente/23929>

“[A] política de concorrência, como é agora praticada nos países ocidentais, é anticompetitiva. A política da concorrência muitas vezes cria problemas para a descoberta dos empreendedores, impondo-lhes uma construção “ideal” do mercado. Isso pode impedir a livre entrada e diminuir a liberdade de contrato (por exemplo, a proibição de fusões) [...] As principais vítimas, além dos empreendedores que estão impedidos de capturar novas oportunidades de negócios, são os consumidores que não serão beneficiados pelos novos ganhos descobertos pelos empreendedores. Em essência, assim como o livre ingresso é necessário para o processo de competição empreendedora, o livre comércio – interno ou internacional – é crucial para a melhoria do bem-estar do consumidor. A livre entrada e o livre comércio são duas faces da mesma moeda institucional”⁸⁸.

Na visão dos teóricos da Escola Austríaca as leis antitruste podem ser entendidas como captura regulatória, um método que empresas ineficientes tem para barrar o processo competitivo de se desenvolver, Rockefeller (2007), apesar de não ser ligado à EA, tem o mesmo entendimento. Outras consequências ruins são a restrição da liberdade de contrato, como também aponta Bowden (2005), e a incerteza jurídica gerada pelas leis antitruste, de acordo com Greenspan (1962, 63):

“O mundo do antitruste lembra o mundo de Alice no País das Maravilhas: tudo aparentemente é e não é ao mesmo tempo. É um mundo no qual a competição é alardeada como princípio e axioma básico, mas competição “demasiada” é considerada “predatória”. É um mundo no qual ações que pretendem diminuir a competição são tratadas como criminosas quando feitas por empresários mas “iluminadas” quando feitas pelo governo. É um mundo no qual a lei é tão vaga que o empresário não tem como saber se uma ação específica será considerada ilegal ou não até ouvir a decisão do juiz – apenas após o fato”⁸⁹.

⁸⁸ Como citado em GIANTURCO, Adriano. O Empreendedorismo de Israel Kirzner (2015). P 81

⁸⁹ No original: “The world of antitrust is reminiscent of Alice’s Wonderland: everything seemingly is, yet apparently isn’t, simultaneously. It is a world in which competition is lauded as the basic axiom and

O efeito mais perverso advém, ironicamente, da mentalidade anticapitalista⁹⁰ propagada pelo antitruste ao condenar lucros⁹¹ (já que não existe lucro em competição perfeita) e firmas de sucesso (*market share* elevado é tido como sinal para investigação sobre abuso de poder de mercado), como foi feito ao longo de sua existência, e corroborado pelo estudo de Armentano (1990). O caso da Alcoa exemplifica perfeitamente como isso acontece, eis a decisão do juiz do caso^{92,93}:

“Não era inevitável que ela [Alcoa] sempre antecipasse aumentos na demanda por lingotes e estivesse preparada para supri-la. Nada os obrigou a dobrar e redobrar sua capacidade antes que outros entrassem no mercado. Ela insiste que nunca excluiu competidores; mas não podemos pensar um método de exclusão mais eficiente que abraçar cada nova oportunidade assim que apareça, e receber novas firmas com capacidade ampliada já instalada dentro de uma grande organização, possuindo a vantagem da experiência, *network* e funcionários de elite”⁹⁴.

No entanto, mesmo com as diferenças nas conclusões sobre a eficácia e necessidade das leis antitruste, a Escola Austríaca compartilha alguns pontos em comum com as outras vertentes de pensamento que fundamentam o antitruste. A Escola de Chicago é a que mais compartilha aspectos comuns com a Escola Austríaca em relação ao antitruste, tanto que Richard Posner (1976)⁹⁵ chegou a declarar que todas as leis antitruste deveriam ser abolidas, exceto a Seção 1 do *Sherman Act*. Os

guiding principle, yet “too much” competition is condemned as “cutthroat”. It is a world in which actions designed to limit competition are branded as criminal when taken by businessmen, but praised as “enlightened” when initiated by government. It is a world in which the law is so vague that businessmen have no way of knowing whether specific actions will be declared illegal until they hear the judge’s verdict – after the fact”.

⁹⁰ Ver MISES, Ludwig Von. *A Mentalidade Anticapitalista*, Instituto Mises Brasil, 2010. Disponível em <http://www.mises.org.br/files/literature/A%20Mentalidade%20Anticapitalista%20-%20WEB.pdf>

⁹¹ O índice de Lerner é o melhor exemplo disso, no qual quanto maior o lucro maior o indicio de práticas anticompetitivas.

⁹² *United States v. Aluminium Company of America*, 148 F. 2nd, (1945) p 430-31

⁹³ Conforme citado em ARMENTANO, Dominick (2007) p 62

⁹⁴ No original: “It was not inevitable that it [Alcoa] should always anticipate increases in the demand for ingots and be prepared to supply them. Nothing compelled it to keep doubling and redoubling its capacity before others entered the field. It insists that it never excluded competitors; but we can think of no more effective exclusion than progressively to embrace each new opportunity as it opened, and to face every newcomer with new capacity already geared into a great organization, having the advantage of experience, trade connections and elite personnel”.

⁹⁵ POSNER, Richard A. *Antitrust Law* (Chicago: University of Chicago Press, 1976) p. 212

teóricos de ambas escolas acreditam que as forças do mercado são suficientes para evitar o abuso do poder de mercado.

Porém, as diferenças metodológicas da EA com a Escola de Chicago são enormes, como é possível observar na Tabela 2, o que gera conclusões conflitantes em diversos assuntos, como política monetária, alocação de direitos de propriedade e o uso de políticas públicas. Os teóricos da Escola Austríaca enfatizam as falhas do governo e os efeitos negativos das intervenções estatais na economia⁹⁶, enquanto os economistas da Escola de Chicago se preocupam mais com as falhas de mercado e o que o governo pode fazer para corrigi-las, como sugere Iorio (2013).

O entendimento de mercados contestáveis de Baumol (1982) compartilha com o processo de mercado austríaco a ideia de concorrência potencial como uma força disciplinadora. As diferenças estão no número de firmas necessárias em cada vertente (uma na austríaca e duas nos mercados contestáveis), e quais barreiras realmente bloqueiam a entrada de novos competidores.

A teoria austríaca também apresenta semelhanças com a ECT/NEI no entendimento de racionalidade. Ambas escolas supõe uma racionalidade bem distante da racionalidade forte possuída pelo *homo economicus* da economia neoclássica. Ambas escolas entendem que não é possível ter conhecimento perfeito e completo, logo, que o erro faz parte da ação humana, o que faz com que o conceito de incerteza seja incorporado nas análises dos teóricos das duas vertentes (como também o fazem os teóricos da NEI)⁹⁷. Ainda, o enfoque sobre o conhecimento e seu uso diferem entre os teóricos das duas vertentes, Hayek (1945) distingue o conhecimento em dois tipos, científico e prático, sendo este último não é transferível (ele só pode ser transmitido através do mecanismo de preços), ou seja, reconhece não ser possível eliminar a incerteza (até porque, para os austríacos, parte do conhecimento necessário ainda não foi criado) do processo de tomada de decisão, mas, mesmo com algumas diferenças, em ambas vertentes os agentes procuram meios para mitigar a incerteza para a realização do cálculo econômico.

⁹⁶ Ver BARBIERI, Fábio. *A Economia do Intervencionismo*. Instituto Mises Brasil (2013). Ver também IKEDA, Sanford. *Dynamics of the Mixed Economy*. Routledge(1997)

⁹⁷ Apesar de NEI/ECT usar o termo racionalidade como capacidade de realizar cálculos, enquanto os austríacos consideram toda ação proposital racional.

Compartilha com ECT/NEI também a importância da existência de boas instituições (principalmente a defesa da propriedade privada, no caso da EA) para o bom funcionamento do mercado ao diminuir as incertezas. No entanto, os economistas austríacos entendem que apenas boas instituições não são o suficiente para o crescimento e desenvolvimento econômico, foi visto neste trabalho que o principal responsável por isso é o empreendedor, o papel das instituições se restringe a não distorcer os sinais que os guiam nem distorcer seus incentivos.

Quanto a NOI/NOIE, não existem muitos pontos de convergência com a Escola Austríaca. Como foi exposto ao longo do trabalho, o método utilizado difere consideravelmente. O conceito de racionalidade forte ainda está presente, muito em parte por causa do uso de modelos matemáticos⁹⁸ e de equilíbrio. Por conta disso não leva em consideração os *insights* de Hayek (1945) sobre o uso do conhecimento na sociedade nem do entendimento dinâmico da competição que é visto em Kirzner (2012). Compartilham, porém, o reconhecimento da heterogeneidade do capital e necessidade de abrir a “caixa preta” que é a firma (compartilhado também com NEI/ECT) na teoria tradicional para entender melhor como se dá a competição. Talvez haja complementariedades entre as escolas que possam ser exploradas para elaboração de uma teoria da firma mais consistente, como sugere Klein (2015).

Muito dos comportamentos esperados e analisados das firmas são encontrados tanto nas análises do mercado das escolas de pensamento que sustentam o antitruste como no processo de mercado da Escola Austríaca. Contudo, no primeiro grupo esses comportamentos, como uma estratégia para aumentar os custos ou diminuir o benefício de entrada, são vistos, algumas vezes, como anticompetitivos, enquanto que para os austríacos todas as ações no mercado são competitivas pois se destinam ao atendimento das necessidades mais urgentes dos consumidores. Isso acontece graças ao *benchmark* utilizado pelo antitruste. Kirzner (2006) corrobora essa visão: “[...] enquanto a finalidade de manter mercados competitivos é compartilhada por muitos políticos, as políticas implementadas na prática, muitas vezes, enfraquecem as condições para a atividade empreendedora. Isso ocorre porque a lei sobre

⁹⁸ Modelar o comportamento do empreendedor é impossível.

concorrência geralmente se baseia em uma visão estática da competição”⁹⁹. Assim como Rockefeller (2007:100):

“Discussões teóricas sobre mercados e poder de mercado são baseadas em uma análise estática, não em fatos do mundo real. As definições na análise assumem um mundo imóvel. A crença no poder de mercado ignora o longo prazo. No mundo do antitruste não existe longo prazo. É tudo sobre o agora imaginário”¹⁰⁰.

A diferença primordial, então, não está nos resultados obtidos por cada escola de pensamento, mas sim no entendimento do que é economia e qual o método da ciência econômica: é a teoria da ação humana ou é a teoria da decisão? Ela deve explicar o comportamento humano, Mises (1998), ou prever o comportamento humano, Friedman (1953)? Dependendo das respostas para essas perguntas surgem perguntas sobre a metodologia ideal para seu estudo. Dado que a economia trata de fenômenos complexos, questiona Long (2013), qual modelo de abstração devemos usar: precisivos ou não-precisivos? A economia é uma ciência lógico-dedutiva apriorística ou é uma ciência empirista? Ou um misto dos dois? Faz sentido aplicar o falsificacionismo de Popper na economia?

Para saber qual visão sobre o antitruste, ou seja, qual entendimento sobre competição, sobre como os mecanismos do mercado realmente operam, deve prevalecer é preciso dar um passo atrás e responder essas e outras questões quanto a epistemologia e metodologia econômica.

⁹⁹ Como citado em Gianturco (2015: 80)

¹⁰⁰ No original: “Theoretical discussions of markets and market power is based on static analysis, not on facts in the real world. The definitions in the analysis assume a world standing still. Belief in market power requires ignoring the long run. In the antitrust world there is no long run. It’s all about the imaginary now”.

10. Bibliografia

ABREU, Mariana P., Cataláxia: A Escola Austríaca versus o Mainstream, in *MISES: Revista Interdisciplinar de Filosofia, Direito e Economia*, Volume 2, Número 1, 2014

ARMENTANO, Dominick T., *Antitrust, the case for repeal*, Ludwig von Mises Institute, 2007.

_____, *Antitrust and Monopoly*, The Independent Institute, 1990

_____, *A Critique of Neoclassical and Austrian Monopoly Theory*, 2005, disponível em https://mises.org/sites/default/files/Critique%20of%20Neoclassical%20and%20Austrian%20Monopoly%20Theory%2C%20A_4.pdf

_____, Antitrust Reform: Predatory Practices and the Competitive Process, in *The Review of Austrian Economics*, Volumes 1-10, 1987-1997, disponível em https://mises.org/sites/default/files/rae3_1_4_5.pdf

BAUMOL, William J., Contestable Markets: An Uprising in the Theory of Industry Organization, in *The American Economic Review*, Vol. 72, No1, 1982

BOUDREAUX, Donald J.; DILORENZO, Thomas, The Protectionist Roots of Antitrust, in *The Review of Austrian Economics*, Vol. 6, No 2, 1993

BOWDEN, Thomas A., Antitrust: The War Against Contract, in *The Abolition of Antitrust*, Transaction Publishers, 2005

BROZEN, Yale, *Is Government the Source of Monopoly?*, 1969

BUCHANAN, James M. Jr., Domínio da Economia Subjetiva: Entre a Ciência Preditiva e a Filosofia Moral, in *MISES: Revista Interdisciplinar de Filosofia, Direito e Economia*, Volume 2, Número 1, 2014

COSTEA, Diana, A Critique of Mises's Theory of Monopoly Prices, in *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, Vol. 6, No 3, 2003

DE SOTO, Jesús Huerta, *Socialismo, Cálculo Econômico e Função Empresarial*, Instituto Mises Brasil, 2013

_____, *A Escola Austríaca*, Instituto Mises Brasil, 2010

_____, *As definições corretas de monopólio e concorrência – e por quê a concorrência perfeita é ilógica*, 2014. Disponível em <http://www.mises.org.br/Article.aspx?id=1603>

DILORENZO, Thomas, *The Truth About Sherman*, 1999. Disponível em <http://mises.org/daily/331>

_____, *Anti-Trust, Anti-Truth*, 2000. Disponível em <http://mises.org/daily/436/Antitrust-Antitruth>

_____, The Origins of Antitrust: An Interest-Group Perspective, in *International Review of Law and Economics*, 1985 (73-90)

EINAV, Lirian; LEVIN, Jonathan D., Empirical Industrial Organization: A Progress Report, in *NBER Working Papers*, Fevereiro 2010

FARINA, Elizabeth M. M. Querido, Teoria Econômica, Oligopólios e Política Antitruste, in *Revista de Direito da Concorrência*, N. 6, abr. a jun., 2005

FOLSOM, Burton W. Jr., *The Myth of the Robber Barons*, Young America's Foundation, 2013

FORGIONI, Paula A., *Os Fundamentos do Antitruste*, São Paulo, Revista do Tribunal, 1998

GIANTURCO, Adraino, *O Empreendedorismo de Israel Kirzner*, Instituto Mises Brasil, 2015

GREENSPAN, Alan, Antitrust, 1962 in *Capitalism: The Unknown Ideal*, Signet, 1967

GODOY, Daniela, *Eficiências econômicas na análise antitruste: limitações dos critérios tradicionais e perspectivas*, 2009

HAYEK, Friedrich A., *The Meaning of Competition*, 2010. Disponível em <https://mises.org/library/meaning-competition>

_____, The Use of Knowledge in Society, in *The American Economy Review*, Vol. 35, No 4, 1945

_____, Competition as a Discovery Procedure, in *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, Vol. 5, No 3, 2002

HOPPE, Hans-Hermann, *Economic Science and the Austrian Method*, Ludwig von Mises Institute, 2007

HÜLSMANN, Guido, A Theory of Interest in *Quarterly Journal of Austrian Economics*, Vol. 5, No. 4, 2002

IORIO, Ubiratan J., *Ação, Tempo e Conhecimento: A Escola Austríaca de Economia*, Instituto Mises Brasil, 2011

_____, A Grande Ficção das “Falhas de Mercado”, in *MISES: Revista Interdisciplinar de Filosofia, Direito e Economia*, Volume 1, Número 2, 2013

KIRZNER, Israel M., *Competição e Atividade Empresarial*, Instituto Mises Brasil, 2012

_____, *O mercado é um processo dinâmico, e não apresenta “equilíbrio”*, 2013a. Disponível em <http://mises.org.br/Article.aspx?id=1727>

_____, *A irresistível força da concorrência de mercado*, 2013b. Disponível em <http://mises.org.br/Article.aspx?id=1572>

_____, Incerteza, Descoberta e Ação Humana: Um estudo do Perfil Empreendedor no Sistema Misesiano, in *MISES: Revista Interdisciplinar de Filosofia, Direito e Economia*, Volume 1, Número 2, 2013

KLEIN, Peter G., *O Capitalista e o Empreendedor*, Instituto Mises Brasil, 2015

KOLKO, Gabriel, *Railroads and Regulation 1877-1916*, The Norton Library, 1965

_____, *The Triumph of Conservatism*, The Free Press, 1963

KWOKA, John E. Jr; WHITE, Lawrence J., *The Antitrust Revolution*, Oxford University Press, 2004

LASORSA, Brian, *Cinco Maneiras de se criar um monopólio*, 2013. Disponível em <http://mises.org.br/Article.aspx?id=1728>

LONG, Roderick T., Realismo e Abstração em Economia: Aristóteles e Ludwig von Mises contra Milton Friedman, in *MISES: Revista interdisciplinar de Filosofia, Direito e Economia*, Volume 1, Número 1, Jan-Jun 2013

MISES, Ludwig von, *Human Action*, Ludwig von Mises Institute, 1998

_____, *Bureaucracy*, Yale University Press, 1944

_____, *Profit and Loss*, Ludwig von Mises Institute, 2008

MOTTA, Massimo, *Competition Policy*, Cambridge University Press, 2004

RAMOS, André L. Santa Cruz, *Os Fundamentos contra o antitruste*, Grupo Editorial Nacional, 2015

_____, *A nova lei antitruste brasileira: uma agressão a livre concorrência*, 2014, disponível em <http://www.mises.org.br/Article.aspx?id=1319>

RAND, Ayn, *Capitalism: The Unknown Ideal*, Signet, 1967

REISMAN, George, *Legislações antitruste e agências reguladoras não podem existir em uma sociedade livre*, 2012. Disponível em <http://mises.org.br/Article.aspx?id=1210>

_____, *Undesstanding Barriers to Entry*, 2002. Disponível em mises.org/print/19349

_____, *Platonic Competition*, 2005. Disponível em <https://mises.org/library/platonic-competition>

ROCKEFELLER, Edwin S., *The Antitrust Religion*, Cato Institute, 2007

ROTHBARD, Murray N., *Man, Economy and Sate with Market and Power*, Ludwig von Mises Institute, 2009

_____, *Power and Market*, Ludwig von Mises Institute, 2006

ROQUE, Leandro, *Fusões, aquisições, concorrência perfeita e soberania do consumidor*, 2010. Disponível em <http://www.mises.org.br/Article.aspx?id=757>

SALSMAN, Richard S., *The False Porfits of Antitrust*, in *The Abolition of Antitrust*, Transaction Publishers, 2005

SENNHOLZ, Hans F., *Monopólio bom e monopólio ruim – como são gerados e como são mantidos*, 2013. Disponível em <http://mises.org.br/Article.aspx?id=1057>

_____, *The Phantom called monopoly*, 1960. Disponível em ROQUE, Leandro, *Fusões, aquisições, concorrência perfeita e soberania do consumidor*, 2010. Disponível em <http://www.mises.org.br/Article.aspx?id=757>

TIROLE, Jean, *The Theory of Industrial Organization*, MIT Press, 1988

WOODS, Thomas, *Monopólio e livre mercado: uma antítese*, 2010. Disponível em <http://www.mises.org.br/Article.aspx?id=366>