

Concorrência: Uma Nova Agência

Publicado desde 18/4/2001

Márcio Coimbra

*Márcio Chalegre Coimbra, é sócio do escritório Campos e Saldanha Advogados Associados (www.camposesaldanha.com.br). Dirige o escritório de Brasília-DF. É habilitado em Direito Mercantil pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos e especializando em Direito Internacional pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Atualmente cursa MBA em Direito Econômico na Fundação Getúlio Vargas. Em 2000, participou do Program of Instruction for Lawyers na Harvard Law School. Atua e é palestrante na área de Direito Regulatório e Econômico. Sócio do IEE - Instituto de Estudos Empresariais. Vice- Presidente do CONIL-Conselho Nacional dos Institutos Liberais pelo Distrito Federal. É articulista semanal do site www.widebiz.com.br. Tem artigos publicados em diversos portais jurídicos e jornais brasileiros, como Jornal do Brasil, Gazeta Mercantil, Zero Hora, Correio Braziliense, O Estado Maranhão, Gazeta do Paraná, O Tempo (MG), Hoje em Dia e A Gazeta do Acre. É autor do livro "A Recuperação da Empresa: Regimes Jurídicos brasileiro e norte- americano", Ed. Síntese (www.sintese.com). **

** segundo o próprio autor em 18 de abril de 2001*

Atento às movimentações ocorridas no mundo, o Estado brasileiro vem aos poucos modificando suas formas de atuação. O modelo que está sendo adotado é intitulado "Estado Regulador" e situa-se entre os modelos de estado intervencionista e liberal. Sua aplicação pode ser assistida através das recentes concessões e permissões de serviços públicos à iniciativa privada e a criação de agências reguladoras que monitoram estes setores, como é o caso da energia elétrica, com a ANEEL, das telecomunicações com a ANATEL e do setor de petróleo, com a ANP. Este é um modelo novo, pois até pouco tempo o Brasil vivia em um modelo de Estado interventor, onde o governo financiava o desenvolvimento. Entretanto, a entrada do país na economia de mercado deve ser extremamente cuidadosa, pois o Brasil não possui tradição em um ponto crucial de todo este mecanismo: a concorrência.

Dentro desta nova concepção, está tomando forma àquela que é uma das agências de maior importância no Brasil, a agência nacional do consumidor e da concorrência. A importância de uma agência que visa preservar uma concorrência sadia é fundamental para um país que está entrando em um regime de mercado. O projeto da nova agência, que deverá ser uma autarquia especial com autonomia administrativa e financeira, deve ser remetido ainda em março para apreciação do Congresso Nacional. Como deve correr em caráter de urgência, a previsão é que seja aprovado ainda antes de agosto.

Hoje, a preservação da concorrência é regulada por dois órgãos complementares: a SDE – Secretaria de Direito Econômico e o CADE – Conselho Administrativo de Defesa Econômica, ambos parte da estrutura do Ministério da Justiça. O primeiro investiga e instaura o procedimento administrativo que será remetido para julgamento no segundo. A tendência é que a nova agência abrigue as competências destes dois órgãos, além de parte de um terceiro, a SEAE – Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda. O novo órgão, muito provavelmente, contará com duas diretorias relativas a assuntos de natureza concorrencial, duas de assuntos relativos ao consumidor e uma quinta que terá a incumbência de realizar estudos relativos a ambas as áreas. Além das diretorias deverão existir o conselho nacional de defesa do consumidor e o tribunal da concorrência.

A existência de um novo órgão que regule a concorrência nos parâmetros de uma agência vem em boa hora para o Brasil. Como resultado da abertura do mercado brasileiro, somente no último ano foi possível observar uma expansão de atos de concentração na ordem de 600%. A onda de fusões que iniciou nos Estados Unidos na década de 90 e se espalhou rapidamente no mundo, justifica plenamente a criação de um novo órgão antitruste adequado ao novo paradigma regulatório brasileiro.

Muito tem se discutido acerca da união dos órgãos que atuarão em assuntos relativos a concorrência e consumidor em uma mesma agência. Vale lembrar que hoje estes órgãos já atuam em conjunto no Ministério da Justiça. Além disto, vale lembrar a experiência de outros países, como os Estados Unidos, com o FTC e a Inglaterra, com o Office of Fair Trading, que tratam destes assuntos conjuntamente. Entretanto, o argumento que justifica esta união está na sua própria finalidade, pois um órgão antitruste eficaz serve, dentre outras coisas, para preservar os interesses dos consumidores. De outro lado, a defesa da concorrência é também um meio de defesa de empresários que se sintam lesados por atos de concentração e abuso de posição dominante no mercado. Ainda neste último caso, está sendo analisada a possibilidade de adoção da “reparação tripla” que consiste em o empresário lesado buscar compensação no valor de três vezes a importância do dano sofrido.

No que tange a concorrência, a agência deverá atuar tanto na área relativa a repressão, quanto naquela relativa a prevenção. Esta provavelmente tomará contornos muito interessantes quando atuar nos casos de avaliação do impacto de fusões e possibilidades de lesões econômicas através do abuso de

posição dominante no mercado. Além destes, merecerão especial atenção os inúmeros casos de indícios de cartel, que vão desde postos de gasolina até a indústria farmacêutica. Em resumo, a agência deverá zelar pelo "fair play" no mercado, coibindo abusos que afetem tanto os consumidores, quanto outros empresários, visando aumentar a produtividade, respeitando os ditames da concorrência, competição e livre-mercado. Seu papel, juntamente com as outras agências, além da convivência harmônica entre todas, é fundamental diante do novo modelo de Estado que está sendo desenhado no Brasil.

COIMBRA, Márcio Chalegre. **Concorrência: Uma Nova Agência.** Disponível em:

<<http://www.odireito.com/default.asp?SecaoID=2&SubSecao=1&ConteudoID=00034&SubSecaoID=17>> Acesso em: 18/06/2006.