

A PANDEMIA DE COVID-19 E O CONSUMO BRASILEIRO: NOÇÕES JURÍDICAS E ECONÔMICAS

Luis Henrique Lins Nascimento¹

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo discorrer sobre medidas jurídico-econômicas adotadas pelo Brasil durante a pandemia de COVID-19, em diversos setores da sociedade brasileira, público e privado. Juridicamente, traz-se em voga a suspensão do direito de arrependimento e os institutos do controle quantitativo de produtos, executados ao longo do ano de 2020. Economicamente, traz-se em voga a discussão sobre a ineficiência do controle de preço do álcool em gel, além da corrosão do poder de compra das famílias brasileiras mediante o aumento da base monetária em decorrência da instauração do Auxílio Emergencial aos brasileiros expostos ao desemprego. Conclui-se que, apesar das mazelas vivenciadas durante a crise pandêmica, existem medidas eficazes no combate à mesma, fazendo-se possível a resolução dos problemas econômicos do país.

Palavras-chave: Pandemia. Consumo. Direito do Consumidor. Microeconomia. Inflação

INTRODUÇÃO

As catástrofes da história da humanidade sempre advieram dotadas da mais integral imprevisibilidade. Desde a crise instaurada na Europa em decorrência da pandemia de peste bubônica, conhecida mundialmente como “Peste Negra”, a habilidade de adaptação do ser humano foi testada, século após século, pela própria natureza. Vírus, bactérias, seres invisíveis a olho nu, tão letais quanto a lâmina de uma espada ou um disparo de canhão. De modo avassalador, a pandemia do novo coronavírus, deflagrada no início do ano de 2020, alterou o desempenho normal das atividades (profissionais e amadoras) realizadas ao redor do planeta. Nenhum profissional sequer deixou de ser abalado pelas objeções impostas aos populares, a fim de minimizar o contágio entre os mesmos e resguardar suas vidas.

O comércio, em especial durante os meses de março e abril de 2020, deteriorou-se a ponto de comerciantes decidirem fechar seus negócios, temendo o inadimplemento de seus custos. Ainda que os comerciantes mantivessem suas atividades em operação, o distanciamento social e as demais políticas de prevenção desincentivavam o funcionamento do comércio, eximindo-o da demanda existente

¹ Acadêmico de Direito pela Faculdade de Tecnologia e Ciências e acadêmico de Economia pelo Centro Universitário Cidade Verde, Especialista em Investimentos certificado pela Associação Brasileira das Entidades do Mercado Financeiro e de Capitais.

em meses anteriores. Em especial, o isolamento horizontal, onde a população precisou dispor do seu direito de ir e vir para controlar a praga viral, prejudicou ainda mais os comerciantes.

Desta forma, maleficiaram-se as relações de consumo. Com a complexidade da situação testemunhada, como já fora supracitado, os consumidores enxugaram a demanda por bens não-essenciais, enquanto os ofertantes, em decorrência do vírus, também enxugaram a oferta de bens não-essenciais, a fim de minimizar os danos por cobrir os custos de produção em concomitância à diminuição das receitas. Esse cenário de choque de oferta em conjunto ao choque de demanda mudou as relações de consumo no mundo inteiro. O Brasil não ficou de fora desta situação. Singularmente, na posição de país emergente, a terra do pau-brasil foi danificada de forma mais clara e evidente que países desenvolvidos, principalmente no mercado consumidor.

RELAÇÕES DE CONSUMO DURANTE A PANDEMIA: ASPECTOS JURÍDICOS

Em um cenário onde os populares foram impelidos a ficar em casa, restringindo a circulação a um punhado de pessoas que trabalhavam com serviços essenciais, o comércio eletrônico trouxe soluções rápidas e inovadoras, a fim de movimentar as atividades comerciais do país ao mesmo tempo em que se respeitava toda e qualquer medida combativa à COVID-19. Aplicativos de entrega de comida, consultorias *on-line*, apresentações artísticas em transmissões ao vivo e reuniões empresariais em aplicativos como YouTube e Zoom, respectivamente, fizeram parte da rotina do brasileiro médio ao longo do ano de 2020.

Acerca da suspensão do direito de arrependimento

Neste interim, aspectos do Direito das Relações de Consumo foram modificados com a finalidade de facilitar (ou até mesmo permitir) o bom funcionamento dos empreendimentos, tão afetados pela crise sanitária. Faz-se mister salientar a proposição e promulgação da Lei 14.010/2020, sobre o regime jurídico emergencial, constatando a disposição dos legisladores brasileiros em manifestar suporte à economia do país. (BRASIL, 2020). Neste sentido, Baptista (2020, p. 55676) leciona:

Entre os princípios que baseiam a lei está o de manter relações assimétricas, como ocorre no Direito do Consumidor, mas equilibrando possíveis interesses de forma a não onerar as empresas, considerando que a pandemia as levou a diversas dificuldades econômicas. Corrobora essa preocupação a redução dos lucros ocasionada pela crise, que pode gerar a saída do mercado por algumas empresas, entendendo que, ainda se houver o reestabelecimento da atividade após a normalização, o que poderá não ocorrer, seriam diversos os custos envolvidos, ocasionando perda de empregos e arrecadação, entre outros prejuízos decorrentes. (BAPTISTA, 2020, p. 55676)

A referida legislação tratou de determinar a suspensão do direito de arrependimento, positivado no art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, no tocante à produtos perecíveis ou de consumo imediato, além de medicamentos. Em seu projeto piloto, o Projeto de Lei 1.179/2020, previa-se que o direito de arrependimento seria suspenso para todo e qualquer produto comercializado eletronicamente. (BRASIL, 2020). Entretanto, os legisladores temeram a insegurança jurídica que tal medida poderia trazer, afinal, o direito citado tem por objetivo proteger o consumidor já que, ao realizar compras *on-line*, fora de um estabelecimento comercial físico, aquele que consome não pode gozar, de fato, da certeza do que está comprando, tendo a possibilidade de obter frustração em suas expectativas à chegada do produto.

Acerca do controle quantitativo de produtos

Ademais, fez-se possível testemunhar que, durante a pandemia de COVID-19 no Brasil, determinados comerciantes instauraram medidas paliativas como o controle de quantidade de certos produtos que poderiam ser adquiridos pelos consumidores. Parafraseando Eckardt e Specht (2020, p. 5), “o propósito desta medida é evitar o desabastecimento e conscientizar a população de que a compra exagerada por parte de alguns, implicará na falta destes produtos às demais famílias.”

É imperioso ressaltar que existe uma vedação para tal prática na legislação consumerista brasileira. O Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 39, I, determina:

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

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

Entretanto, pode-se testemunhar que, a esta vedação, é prescrita uma exceção: caso exista causa que justifique os limites quantitativos de produtos ou serviços, tais práticas serão legítimas. No tocante a estas causas, Eckardt e Specht (2020, p. 6), versam:

A justa causa poderia ter três finalidades: a primeira é atingir um maior número de consumidores possível; a segunda é que, se o consumidor compra uma quantidade absurda de um mesmo produto, ele não teria como consumi-lo antes do vencimento, já que a maioria dos produtos industrializados contém prazos de validade; e a terceira é que, se o consumidor compra uma quantidade absurda de um determinado produto, ele pode revendê-lo a um preço um pouco

maior, realizando uma concorrência desleal com o próprio estabelecimento que lhe concedeu o desconto. (ECKARDT e SPECHT, 2020, p. 6)

Acerca das medidas consumeristas adotadas pelo setor turístico

Além do consumo varejista, os consumidores do setor de turismo, de forma avassaladora, foram prejudicados por esta pandemia. A proibição do transporte aéreo entre países levou grandes companhias à situação de recuperação judicial, como ocorrido com a Latam Airlines, em atividade no território brasileiro por intermédio da Latam Brasil. Companhias do setor hoteleiro também sofreram demasiadamente com o advento da COVID-19, haja vista a proibição de circulação global supracitada. Fez-se necessário, a fim de não onerar o consumidor, parte vulnerável da relação jurídica existente, em face da companhia, parte robusta da supracitada relação, sofrendo, desta forma, o peso da legislação consumerista, que essas empresas adotassem novas práticas em suas estruturas negociais.

No tocante a tais práticas, Mucelin e D'Aquino (2020, p. 35) versam:

Os inúmeros pedidos de cancelamento e as manifestações de Procons, Ministério Público e do Judiciário rapidamente modificaram o posicionamento das companhias aéreas, que decidiram permitir remarcação de voos e cancelamentos sem cobranças abusivas. Além das companhias aéreas, as empresas de hospedagem e de cruzeiros também alteraram suas políticas de cancelamento. O Airbnb incluiu a Itália na "Política de Causas de Força Maior". Além desse país, consumidores com destino à China continental ou à Coreia do Sul "podem solicitar o cancelamento ou reembolso do serviço sem cobrança, respeitando as datas de reservas determinadas pela empresa para cada localidade". Já a empresa Booking.com informou que está oferecendo cancelamento gratuito ou alteração da reserva em viagens para áreas mais afetadas. As empresas de cruzeiro também informaram a adoção de medidas, que envolvem escalas somente para desembarque ou retorno ao local de origem, cancelamento gratuito de reservas e negativa de embarque a passageiros que transitaram por aeroportos da China, do Irã e da Coreia do Sul, além de triagem pré-embarque. (MUCELIN e D'AQUINO, 2020, p. 35)

Acerca do controle de preços durante a pandemia

Em adição aos aspectos já citados no presente texto, faz-se extremamente necessário versar sobre outra medida adotada pelo mercado ofertante de produtos e serviços durante a pandemia de COVID-19: o controle de preços. O art. 39, X, do Código de Defesa do Consumidor prescreve a vedação à elevação desarrazoada dos preços de produtos ou serviços, tornando-a uma prática abusiva contra o consumidor. Tal cenário foi evidentemente testemunhado durante todo o ano de 2020, em especial nos preços do álcool em gel e de máscaras descartáveis, além de outros equipamentos de proteção individual (EPI).

Parafraseando os ilustres Mucelin e D'Aquino (2020, p. 23):

Para o Direito do Consumidor, vulnerabilidade, presunção legal absoluta “associa-se à identificação de fraqueza ou debilidade de um dos sujeitos da relação jurídica em razão de determinadas condições ou qualidades que lhes são inerentes ou, ainda, de uma posição de força que pode ser identificada no outro sujeito da relação”, podendo ser identificada a priori (em abstrato – pessoa não infectada) ou a posteriori (em concreto – pessoa já infectada). Aglutinando esses conceitos, pode-se seguramente estabelecer que a vulnerabilidade médica, em relação à pandemia, possui intersecções com a jurídica, determinando, assim, que o Direito se ocupe dessa proteção, a qual impacta diretamente no bem-estar da população, ainda mais quando já averiguado por pesquisadores que o vírus é mais nocivo em crianças, idosos, pessoas com doenças crônicas e imunodeprimidas – o que pode, a depender do caso concreto, dar azo à vulnerabilidade agravada, entendida como aquela soma/escalonamento de situações de vulnerabilidade referentes a determinada pessoa. (MUCELIN e D’AQUINO, 2020, p. 23)

Leciona-se, portanto, que o Direito, mediante objetivo de proteger os vulneráveis, deve intervir na dinâmica econômica, visando o bem comum da sociedade. Estritamente sobre o controle citado anteriormente, os ilustres autores constataam:

Ocorre que a interpretação dos dispositivos deve estar em compasso com a realidade social (Law in action): assim, em uma perspectiva macro e em atenção aos desdobramentos da nova Pandemia – e de outras que virão – e em combinação com seu inciso I, que trata do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado, o artigo narra também a proteção da saúde do consumidor por vias oblíquas e patrimoniais. Em outros termos, não é o álcool em gel ou a máscara que oferece nocividade ao consumidor, mas são elas que resguardam esse indivíduo (e os do entorno) dessa nocividade. Portanto, proteger o consumidor contra esses aumentos de preços (aspecto patrimonial), então oportunizando o acesso ao consumo desses itens de primeira necessidade e de uso inadiável (aspecto existencial), vai além da proteção dos interesses econômicos: em diálogo, no caso de saúde pública, o objetivo da Política Nacional das Relações de Consumo no que toca à saúde do consumidor mora também no controle de variações injustificadas de preços e no reconhecimento da abusividade, pois é a privação desses bens que tem o potencial de causar danos não só ao consumidor individualmente considerado, mas a toda coletividade. (MUCELIN e D’AQUINO, 2020, p. 24)

O exame jurídico dos referidos autores é exímio e douto de uma grande qualidade argumentativa. Entretanto, de modo ingênuo, ao partir para o território econômico, a conclusão recomendada pelos autores (que fora tomada na realidade) é pouco pragmática, haja vista os efeitos que a política de controle de preços efetivou na realidade.

ASPECTOS ECONÔMICOS DO CONSUMO DURANTE A PANDEMIA

Acerca da ineficiência do controle do preço do álcool em gel

O controle de preços é uma ação econômica polêmica. Vez ou outra, chefes do Alto Executivo das nações ao redor do globo executam um controle nos preços dos produtos. Desde Diocleciano, no século III, até o governo Sarney, no Brasil da década de 80, o controle de preços vem sendo aplicado a fim de controlar a danosa pressão inflacionária – e falhando miseravelmente em cada aplicação.

Em citação ao ilustre Luiz Roberto A. Cunha (1990, p. 4), faz-se mister rememorar:

As três primeiras tentativas de congelamento de preços na economia brasileira, os Planos Cruzado (28 de fevereiro de 1986), Bresser (12 de junho de 1987) e Verão (14 de janeiro de 1989) não só fracassaram como, ao terminar o período, a economia encontrava-se em pior situação que no período anterior, com um desequilíbrio de preços relativos mais acentuado e uma elevação no patamar inflacionário. (CUNHA, 1990, p. 4)

A grande maioria das escolas econômicas definem por inflação todo aumento generalizado de preços de produtos e serviços em uma sociedade. A inflação destrói o poder de compra do indivíduo – no caso do álcool em gel, poderia o levar à contaminação pela COVID-19, partindo do pressuposto que o indivíduo não tivesse poupanças suficientes para adquirir o produto inflacionado. Existem medidas econômicas efetivas que eliminam o fantasma inflacionário. O controle de preços, infelizmente, não é uma delas. Primeiramente, faz-se mister justificar o porquê da ineficiência do controle de preços.

O princípio ativo da economia e maior axioma da ciência econômica é o princípio da oferta e demanda. A lei determina que a diferença entre a quantidade ofertada e a quantidade demandada de certo produto ou serviço definirá seu nível de preços. Ou seja, pode-se dizer, em suma, que a economia é regida única e exclusivamente pela escassez dos bens existentes para o uso da sociedade. Quanto maior a demanda de determinado bem, ele se tornará mais escasso, portanto, mais caro, segundo o axioma econômico. De forma contrária, quanto maior a oferta desse bem, mais barato ele ficará. Esse princípio rege toda e qualquer relação econômica existente em uma sociedade capitalista. (PINDYCK e RUBINFELD, 2014, p. 22-24)

De maneira inequívoca, pôde-se testemunhar a escalada da demanda por álcool em gel durante o ano de 2020. Com o advento da pandemia de COVID-19, o número de pessoas que se interessaram por adquirir o produto foi elevado a níveis estratosféricos. Como relatado na introdução, a vinda de uma pandemia viral era dotada da mais completa imprevisibilidade. Desta forma, o mercado produtor de álcool em gel foi “pego de surpresa” em um momento onde a oferta do produto não era tão abundante. Por este motivo, o álcool em gel se tornou um produto completamente escasso, o que também elevou seu preço.

Conhecendo a alta demanda agregada do produto, frente à módica quantidade ofertada, os produtores, osmoticamente, passariam a produzir mais, a fim de suprir – ou, ao menos, tentar suprir – a demanda. Tendo que fabricar mais exemplares de álcool em gel em um período mais curto que o usual, o setor produtor

necessária de uma expansão, o que resultaria em maiores custos de produção. A fim de manter a lucratividade de suas atividades, os produtores repassariam o custo para a próxima etapa da cadeia produtiva. Ao chegar no comerciante, o preço do produto já estaria em níveis mais altos.

Havendo o congelamento (ou controle) de preços pela autoridade executivo-legislativa brasileira, o álcool em gel, em seu estágio final, teria de ser ajustado abaixo da região lucrativa do comerciante, impondo-lhe prejuízo no comércio do produto. Logo, por conta do desincentivo indireto à venda do produto, o comerciante deixaria de ofertar álcool em gel. Em cenários piores, caso a medida fosse implementada e, posteriormente, revogada, os preços do produto voltariam de forma ainda mais volátil.

Cunha (1990, p. 9) leciona, de forma brilhante:

Após um congelamento, alguns preços ficam estáveis, pelo menos no período inicial, enquanto outros não se estabilizam. Desta forma, a elevação dos preços de alguns bens e serviços, não sendo compensada por reduções em outros, face ao aumento da rigidez para baixo introduzida pelo congelamento, pressiona os índices de preços, gerando taxas de inflação acima das expectativas dos formuladores do programa de estabilização. Além disso, a maior “aderência” ao congelamento de alguns preços acentua ainda mais as distorções nos preços relativos, implicando que, ao final do período de congelamento, os preços relativos possam estar ainda mais desalinhados. (CUNHA, 1990, p. 9)

Ainda sobre as problemáticas do controle de preços, Cunha versa:

Como na economia brasileira, mesmo após as tentativas de desindexação, é natural que os agentes econômicos continuem acompanhando a evolução dos índices de preços de modo a formar suas expectativas. A elevação de alguns preços reintroduz fortes pressões nos demais (a dinâmica do ajuste nos preços relativos gera pressões inflacionárias), pois, numa economia com preços indexados, só se conseguem modificar os preços relativos à custa de inflação ascendente. Uma vez que o “sucesso” dos programas de estabilização é fortemente condicionado pelos resultados mensais dos índices de inflação, nos primeiros meses após o programa, toda a elevação de preços posterior ao congelamento, numa economia indexada e de forte memória inflacionária, também passa a atuar sobre as expectativas, adicionando crescentes dificuldades à condução da política econômica. (CUNHA, 1990, p. 9-10)

Acerca da inflação causada pelo aumento da base monetária por conta do Auxílio Emergencial

A atividade do consumo das famílias está intrinsecamente ligada ao poder de compra. Com base nisso, pode-se prever se um salário mínimo em determinada economia pode suprir (ou não) as necessidades básicas de uma família. A moeda, como qualquer outro produto inserido numa dinâmica capitalista de mercado,

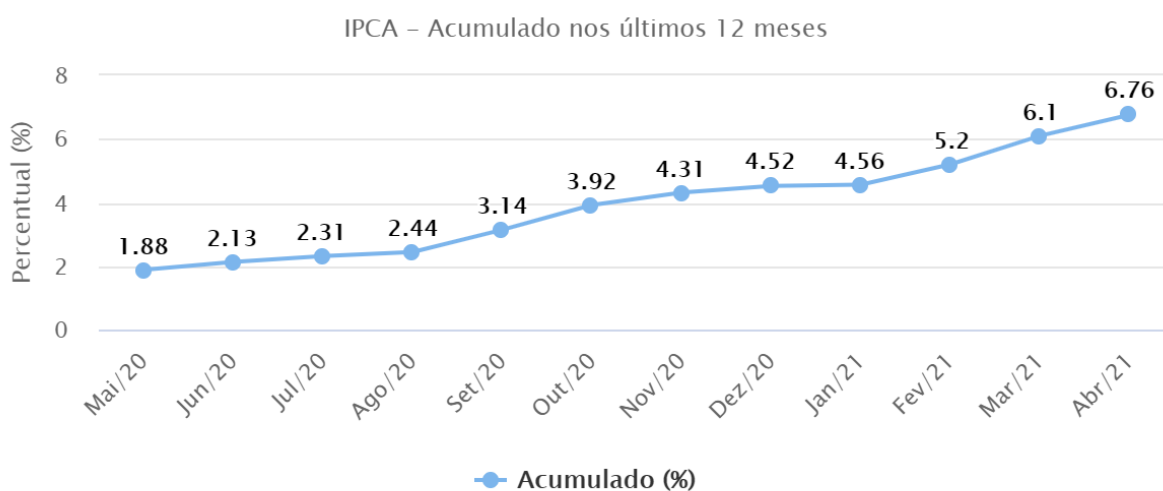
também responde à dinâmica do princípio da oferta e demanda. Parafraseando o professor Ludwig von Mises (2009, p. 61):

Se a oferta de caviar fosse tão abundante quanto a de batatas, o preço do caviar – isto é, a relação de troca entre caviar e dinheiro, ou entre caviar e outras mercadorias – se alteraria consideravelmente. Nesse caso, seria possível adquiri-lo a um preço muito menor que o exigido hoje. Da mesma maneira, se a quantidade de dinheiro aumenta, o poder de compra da unidade monetária diminui, e a quantidade de bens que pode ser adquirida com uma unidade desse dinheiro também se reduz. (MISES, 2009, p. 61)

Em decorrência da recomendação de não-circulação dos órgãos mundiais de saúde, os populares se mantiveram reclusos em seus lares, a fim de frear o contágio de COVID-19. Muitos destes, por consequência do advento da crise sanitária, foram afetados pelo desemprego em massa. Diante deste cenário, o governo brasileiro se sentiu compelido a remeter uma quantia mensal que pudesse, ao menos, saciar as necessidades básicas daqueles que não possuíam poupanças para sobreviver durante o período de reclusão. Esse auxílio de emergência, durante o ano de 2020, resultou no aumento de cerca de 50% da base monetária brasileira.

Da mesma forma que um produto qualquer se desvaloriza – ou seja, fica mais barato – em um cenário de abundância, a moeda também o faz. Se a moeda se desvaloriza, aquilo que ela compra fica mais caro. Ou seja, nota-se uma inflação de preços de produtos e serviços. Apesar do fator cambial ser um ponto forte na inflação sentida no período pandêmico em solo brasileiro, a expansão da oferta monetária também teve um papel de protagonismo. O registro anual do Índice de Preços ao Consumidor Amplo ensejou que os preços de produtos aumentaram em média 4,52%, continuando a se elevar ao longo do ano de 2021, conforme se pode testemunhar no gráfico a seguir.

Gráfico – IPCA Acumulado últimos 12 meses



por: www.indiceseindicadores.com.br – Fonte: IBGE

Apesar disto, como fora dito anteriormente, pode-se afirmar que o consumo das famílias teve redução ao longo do ano de 2020, evidenciando um nível crescente de poupança de liquidez. Este fato é patenteado pelo índice de velocidade da moeda, que, na teoria quantitativa da moeda, mede quantas vezes o mesmo capital é transferido de posse em uma economia – ou seja, quantas vezes o dinheiro “roda”. Conforme o gráfico da velocidade de M1 (agregado monetário que soma a moeda em circulação ao capital presente em depósitos à vista em contas bancárias), calculado pelo produto da inflação e da produção mensal, dividido pela base monetária, pode-se testemunhar o fato disposto acima:



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por conta da imprevisibilidade do advento da pandemia de COVID-19, algumas medidas propostas por juristas, economistas, financistas e outros acadêmicos de nossa sociedade, em geral, não tiveram resultados tão efetivos. Entretanto, pode-se afirmar que, em suma, as consequências impostas às relações de consumo durante à pandemia não foram tão danosas pela capacidade do ser humano – em especial, o brasileiro – em se adaptar aos problemas trazidos pelo acaso, desenvolvendo a iniciativa privada como forma de driblar as adversidades, mediante o uso da tecnologia, como foi observado no tocante ao comércio eletrônico e à indústria de eventos. Além do mais, a adoção de boas práticas perante os consumidores, tomadas por empresas que desejavam manter seu público cativo, como as companhias aéreas e de hotelaria, serviram de exemplo para diversas outras companhias, dos mais diversos setores.

No tocante às medidas econômicas adotadas, faz-se mister salientar que, apesar do advento más consequências, tão evidentes e testemunhadas pela

população ao longo do ano de 2020, as mazelas poderão ser afastadas pelo intermédio de uma boa gestão da política cambial e monetária pelo governo brasileiro. Boas práticas adotadas em outros países, principalmente o grupo de países desenvolvidos que fazem parte da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, devem ser aplicadas, a fim de estancar os sangramentos econômicos sofridos em decorrência da crise sanitária.

REFERÊNCIAS

BAPTISTA, Mônica de Almeida. A suspensão do direito de arrendimento pelo regime jurídico emergencial da pandemia COVID-19: uma análise da vulnerabilidade do consumidor diante das novas relações digitais e da função social da empresa. *Brazil Journal of Development*, Curitiba, v.6, n.8, p. 55673-55691. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/14655/12140>. Acesso em: 10 jun. 21

BRASIL. Senado Federal. Lei 14.010/2020. Dispõe sobre o Regime Jurídico Emergencial e Transitório das relações jurídicas de Direito Privado (RJET) no período da pandemia do coronavírus (Covid-19). Brasília: Senado Federal, 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2019-2022/2020/lei/L14010.htm#derrubadaveto. Acesso em: 10 jun. 21

BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei nº 1179, de 2020. Dispõe sobre o Regime Jurídico Emergencial e Transitório das relações jurídicas de Direito Privado (RJET) no período da pandemia do Coronavírus (Covid-19). Brasília: Senado Federal, 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2247564>. Acesso em: 10 jun. 21

CUNHA, Luiz Roberto. Congelamento e preços relativos à experiência Brasileira. Texto para discussão nº. 253. Departamento de Economia, Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/186499/1/td253.pdf>. Acesso em: 10 jun. 21

ECKARDT, Daiane; SPECHT, Jonathan. Novo coronavírus: como a pandemia afeta a livre iniciativa e as relações de consumo. *Anuário Pesquisa e Extensão*. Universidade do Oeste de Santa Catarina, São Miguel do Norte, v. 5, p. e24514. Disponível em: <https://portalperiodicos.unoesc.edu.br/apeusmo/article/view/24514/14412>. Acesso em: 10 jun. 21

MISES, Ludwig von. *As seis lições*. 7ª edição. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2009.

PYNDICK, Robert; RUBINFELD, Daniel. *Microeconomia*. 8ª edição. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.