

A REGULAÇÃO DA ANP EM DEFESA DO CONSUMIDOR E O PRINCÍPIO DA PARTICIPAÇÃO.

Caroline dos Reis Amaral¹.

¹ Mestranda em Direito Civil, Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ, endereço, e-mail:
carolineamaral@ig.com.br.

Resumo – O presente artigo tem como objetivo uma análise dos direitos do consumidor e da importância de sua participação nas decisões do órgão regulador da indústria do petróleo, buscando relacionar a eficiência da regulação à sua conscientização e maior participatividade. Para isso, partiremos de um estudo da Lei 9.478 de 1997 e dos próprios atos emanados pela ANP no exercício de seu poder normativo.

Palavras-chave: regulação, participação, consumidor.

Abstract – The present article aims to analyse the consumers' rights and the importance of their participation in the decisions and resolutions of the Petroleum Industry's Independent Regulatory Agency, aiming to connect the regulation's efficiency to their more frequent participation. In order to do it, we begin from the study of the 9.478/97 federal law and of the actions taken by National Petroleum Agency (ANP) on the exercise of its normative power.

Keywords: regulation, participation, consumers.

1. Introdução.

Diante do novo cenário econômico e social surgido com a implantação do Estado Regulador no Brasil, tornou-se cada vez mais evidente a relação existente entre a criação das agências reguladoras e a defesa do consumidor. O próprio conceito de regulação já demonstra essa estreita relação, na medida em que se considera como um dos objetivos da atuação do órgão regulador a manutenção do equilíbrio de mercado, solucionando as tensões existentes entre agentes econômicos e consumidores, sempre zelando pela livre-concorrência e pela qualidade dos serviços prestados.

Ao analisar a regulação do setor petrolífero no Brasil é importante destacarmos que o órgão regulador não se depara com a fiscalização da prestação de serviços de utilidade pública prestados por entes privados, mas sim com a necessidade de regulação de uma série de atividades econômicas, que vão desde a exploração e produção de petróleo e gás até a distribuição e revenda de combustíveis no mercado interno para o consumidor final, nos termos em que se expressou o nosso Código de Defesa do Consumidor – CDC.

É preciso salientar que as relações de consumo na indústria do petróleo se produzem no setor do “*Downstream*”, ou seja, estão presentes no último elo da cadeia produtiva, a revenda de combustíveis. A importância deste setor para a economia nacional, bem como para o orçamento familiar de cada brasileiro, se traduz não apenas pela alta carga tributária que este suporta, mas também pela constante atenção que vem recebendo da mídia. Isso porque o aumento excessivo do preço dos combustíveis, em um país extremamente dependente da sua malha rodoviária, tal como o Brasil, pode influenciar muito os índices inflacionários e o que se considera o “Risco-Brasil”.

O que se pretende demonstrar ao longo deste estudo é que o consumidor é uma peça chave para o bom desempenho do órgão regulador desta indústria, além de um dos principais interessados na eficiência do modelo regulador, pois o legislador, ao criar a agência reguladora, preocupou-se em garantir o abastecimento nacional através de um mercado competitivo que oferecesse aos seus consumidores produto de boa qualidade pelo melhor preço possível. Na busca pelo menor preço, muito atraente para o consumidor, a qualidade do combustível vendido pelos postos revendedores ficou prejudicada, o que passou a exigir uma fiscalização mais intensa por parte do órgão estatal. Além deste, existem inúmeros outros desafios que vêm sendo enfrentados pela agência, mas que podem ser muito mais rapidamente solucionados com a adoção de uma postura mais ativa por parte dos consumidores, na medida em que estes passem a utilizar os instrumentos colocados à sua disposição pelo próprio legislador.

A seguir passaremos a analisar a atuação da ANP em defesa do consumidor, seja individualmente considerado ou enquanto coletividade, e os instrumentos de participação da sociedade nos processos decisórios da agência.

2. A Regulação da ANP e a Defesa do Consumidor.

A proteção ao direito do consumidor foi contemplada no art. 5º da Constituição Federal de 1988 como um dos direitos fundamentais a serem promovidos pelo Estado. No capítulo “Dos Princípios Gerais da Ordem Econômica”, a Constituição Federal também mencionou a defesa do consumidor, em seu artigo 170, inciso V. Em 1990, regulamentando o art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, foi promulgada a Lei 8.078, dando início a uma nova era na defesa do consumidor.

Sylvia Helena Constant Vergara (2003) explica que apesar da criação do Código coincidir com o período de abertura de mercado e de encolhimento do estado, neste primeiro momento não houve uma sincronia entre defesa do consumidor e processo de regulação, mas que a atuação das agências reguladoras, órgãos de defesa do consumidor, além do desempenho do judiciário e os meios de comunicação, que possibilitaram uma troca de informações mais rápida, vem contribuindo, em grande parte, para a consciência e a vontade, cada vez maiores de o consumidor-cidadão exercer seus direitos.

A lei do Petróleo contemplou o consumidor sob diferentes aspectos: em primeiro lugar, como o beneficiário de todas as políticas gerais de atuação da agência, conforme art. 1º, inciso III, e no art. 8º, inciso I, da referida lei; em segundo lugar, como parte de um conflito, conforme art. 20; e, por fim, como parte interessada nas decisões emanadas pela agência conforme art. 19 da Lei 9.478/97.

Maria D’Assunção Costa Menezello (2002) ressalta que alguns direitos previstos no CDC foram garantidos também na Lei instituidora da agência: “Mostra-se, pois, evidente que todos os direitos do consumidor previstos nas leis que se seguiram à Reforma do Estado de 1995 incorporam esses direitos básicos e acresceram aquilo que o legislador entendeu como peculiar e específico para cada uma das atividades reguladas”.

Não podemos nos esquecer que a ANP, na condição de órgão da Administração Pública, é ente estatal e, por isso, tem a obrigação legal e indisponível de zelar pelos interesses dos consumidores, como uma consequência da própria natureza do órgão regulador, uma vez que o melhor atendimento às necessidades da sociedade foi um dos objetivos que levaram à transformação do Estado Contemporâneo. Ainda segundo Eduardo Santos Amaral Mello (2001), o papel da ANP não é fomentar a indústria ou formular políticas, mas sim, garantir a maximização do bem-estar social.

3. O Consumidor Individualizado e a Universalidade de Consumidores.

O Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 2º, determinou a sua aplicação ao consumidor individualizado, bem como à coletividade de consumidores. Um dos autores do Anteprojeto que deu origem ao CDC, José Geraldo Brito Filomeno (2001) ao comentar o referido artigo, esclarece o alcance da definição legal: “O que se tem em mira no parágrafo único do art. 2º do Código de Defesa do Consumidor é a *universalidade, conjunto* de consumidores de produtos e serviços, ou mesmo *grupo, classe ou categoria deles*, e desde que relacionados a um determinado produto ou serviço, perspectiva essa extremamente relevante e realista, porquanto é natural que se *previna*, por exemplo, o consumo de produtos ou serviços perigosos ou então nocivos, beneficiando-se, assim, abstratamente as referidas universalidades e categorias de *potenciais* consumidores”.

No que toca à regulação, no setor de combustíveis, entendemos que a agência deve atuar tendo em vista a proteção desta coletividade, que representa um conceito mais abrangente do que aquele em função do destinatário final. Isso, porque a conduta ilícita de um revendedor que comercializa um produto fora dos padrões estabelecidos pelo órgão regulador, em tese, não estaria sendo prejudicial somente para o consumidor que efetivamente abasteceu o seu veículo, mas também para toda massa de consumidores, ainda que potencialmente considerados, uma vez que, é interesse de todos o acesso a um produto de boa qualidade. Além disso, se o revendedor tem autorização da ANP para atuar no mercado, o consumidor é levado a acreditar que a sua atuação deve estar em conformidade com as normas que regulam a atividade.

Maria D’Assunção Costa Menezello (2000) contemplando a questão foi além, estendendo ainda mais o conceito de consumidor para os efeitos da Lei do Petróleo: “Em que pese a Lei ter mencionado apenas consumidor, somos por entender que a proteção governamental, no que se refere ao preço, qualidade e quantidade, também alcança as relações jurídico-comerciais realizadas entre os agentes econômicos do setor energético, não alcançadas pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal nº 8.078, de 11-9-1990), mas disciplinadas pelo Direito Civil e Comercial. Essa lei protetora define como relação de consumo a protagonizada por fornecedor e consumidor, este aqui entendido como *‘toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final’* (art. 2º). Não nos parece salutar que se olvide essa proteção no que diz respeito ao usuário comercial e o industrial. Ambos devem receber serviços e produtos dos agentes da indústria em absoluta conformidade com as disposições legais e regulatórias para que sejam atendidos da melhor maneira possível, promovendo-se o desenvolvimento sociocultural e econômico da população em geral”. Essa também foi a opinião de Eduardo Santos Amaral Mello (2001): “Embora recente sua existência, constitui-se como tarefa essencial em todas as áreas de atuação da ANP a proteção dos interesses dos consumidores, e do ponto de vista conceitual o consumidor para a agência é o consumidor cidadão, o que a leva a uma atuação diferente dos órgãos de defesa dos direitos dos consumidores existentes no país que fundamentam suas atividade seguindo a definição restrita do código”.

Ocorre que, apesar da definição mais abrangente de consumidor, são divergentes os entendimentos sobre a efetividade da atuação das agências em defesa dos direitos dos consumidores, não apenas no que diz respeito à prestação de serviços públicos, mas também no setor da indústria do petróleo.

Os consumeristas vêm defendendo uma atuação mais efetiva das agências na defesa dos usuários, entendendo que uma simples análise do texto da respectiva lei instituidora bastaria para concluirmos que o órgão regulador deve atuar no sentido de solucionar qualquer tipo de conflito existente no mercado, inclusive, os que tratem de direitos do consumidor individualmente considerado. No caso da Lei do Petróleo, argumenta-se que caberá à agência adotar os procedimentos de sua competência para a solução do conflito entre consumidor e agente econômico derivado de prática abusiva, com base no art. 20 da Lei 9.478/97 (“Art. 20 – O regimento interno da ANP disporá sobre os procedimentos a serem adotados para a solução de conflitos entre agentes econômicos, e entre estes e usuários ou consumidores, com ênfase na conciliação e no arbitramento”).

Bruno Nubens Barbosa Miragem (2003) faz a sua crítica à atuação das agências: “É intuitivo que as agências reguladoras, como órgãos da Administração, vinculam-se ao disposto na legislação e na própria Constituição. Assim que tem o dever de aplicação das disposições do Código de Defesa do Consumidor na regulação da atividade econômica de que se ocupam. (...) Entretanto, deve ser dito que até o momento atual, a atuação destas agências – sobretudo as reguladoras de serviços públicos – está muito aquém do adequado para a garantia de um nível elevado de proteção dos consumidores.”

Com base nos princípios de direito administrativo, alguns manifestam entendimento diverso, defendendo que a ANP, como qualquer outra autarquia, tem sua atuação limitada pelos critérios expressamente definidos em lei. Desta forma, não teria atribuição para defender o consumidor, individualmente considerado, por falta de expressa previsão legal deste tipo de procedimento. Para esta corrente, o consumidor que se sentir lesado no seu patrimônio individual deve recorrer à via mais adequada à solução de conflitos nas relações de consumo, como os Procons e os juizados especiais.

Eduardo Santos Amaral Mello (2001) aderindo a esta corrente manifesta seu posicionamento: “A ANP fixa regras, mas não defende o consumidor individualmente. As medidas que a ANP pode tomar em relação a sua proteção são, na maioria, preventivas, embora possa punir os responsáveis de uma eventual lesão aos direitos dos consumidores. Ela não pode, portanto, obrigar uma distribuidora a indenizar um consumidor em particular, pois estaria indo além de suas tarefas, sempre definidas em lei.”

Alexandre Aragão (2003), tratando da relação entre agências reguladoras e consumidores, explica que a agência não se limita à defesa dos interesses dos usuários, até porque existem diferentes classes de consumidores (pequenos e grandes consumidores, por exemplo), que podem ter interesses divergentes. Merece destaque a lição do autor: “Vemos, assim, que a proteção dos consumidores certamente constitui um interesse primário das agências reguladoras. Juntamente como ele há, contudo, uma série de interesses, também primários, que devem ser tutelados e compatibilizados sem qualquer ordem hierárquica de preponderância previamente estabelecida.”

Na verdade, o que se verifica na prática é uma partilha de competências, através de convênios entre a ANP e os órgãos de defesa do consumidor, tornando possível uma atuação preventiva e ao mesmo tempo encaminhando o usuário para a reparação do dano sofrido. Roberto Augusto Castellanos Pfeiffer (2000) já ressaltou a importância desta atuação conjunta entre órgãos reguladores e órgãos de defesa do consumidor pelas razões a seguir expostas: “Entendo que as atribuições conferidas às agências reguladoras não excluem o importantíssimo papel que cabe aos órgãos e entidades componentes do Sistema Nacional de Proteção do Consumidor, no que tange às questões relacionadas com os serviços públicos prestados através de concessão. Em primeiro lugar, destaco as primordiais funções do sistema de orientação dos consumidores, de estudos e pesquisas na área e de funcionar como uma caixa de ressonância das reclamações dos consumidores, potencializando, desse modo, a possibilidade de serem resolvidos os problemas a eles trazidos. Ademais, eleva-se a função mediadora e conciliadora dos órgãos e entidades do Sistema, não podendo, igualmente, ser desprezada a importância da legitimação ativa atribuída aos seus componentes para a tutela dos direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos dos consumidores. Ressalto, ainda, que deve ser empreendida uma atuação conjunta com as agências reguladoras, a fim de potencializar a proteção dos consumidores, sendo extremamente oportuna a celebração de convênios que estipulem ações concertadas”.

Assim, foi criado pela Agência Nacional do Petróleo o Centro de Relações com o Consumidor, através da Portaria nº 111 de 2000, que tem as seguintes atribuições: atender e orientar o usuário, além de desempenhar as funções de ouvidoria e radar de mercado.

O recebimento da reclamação do usuário do serviço se dá por meio do Núcleo de Atendimento ao Consumidor, responsável pelo direcionamento da informação às diversas áreas existentes dentro da agência. Depois de analisada a questão pelo representante do setor, o próprio Núcleo de Atendimento encaminha a resposta ao consumidor. Se for o caso de uma denúncia quanto à existência de cartel, por exemplo, deverá ser encaminhada à Comissão de Defesa da Concorrência, para que esta tome as medidas cabíveis. Já se a denúncia diz respeito a um produto de má qualidade, deverá ser encaminhada ao setor de fiscalização, para que sejam tomadas as providências necessárias à repressão deste tipo de conduta.

Além do processamento interno da informação, o Centro de Relações com o Consumidor, quando for o caso, também procederá à orientação do consumidor, através do Núcleo de Orientação ao Consumidor, sugerindo a procura de órgãos de defesa do consumidor em cada município ou esclarecendo dúvidas e prestando a informação necessária. Junto ao Centro de Relações com o consumidor funciona um Núcleo de Informação e pesquisa, encarregado de fazer os registros e estatísticas relativas às informações recebidas no Núcleo de Atendimento, atuando como um verdadeiro termômetro de mercado, que indicará onde existem os problemas e tensões entre os agentes econômicos envolvidos.

4. O Consumidor e o Princípio da Participação.

Diante do fenômeno das privatizações e do surgimento das agências reguladoras em diversos setores, multiplicaram-se os comentários sobre a necessidade destes órgãos levarem em conta a opinião do usuário em suas atividades, principalmente, no que toca à regulação de serviços públicos, agora prestados pela iniciativa privada.

No rol das atividades reguladas pela ANP, esta necessidade é ainda maior, pois são inúmeros os agentes econômicos envolvidos no setor de revenda de combustíveis, o que torna muito difícil a fiscalização adequada de todo este universo sem a participação dos consumidores, que podem exercer o seu poder de pressão através da fidelidade e da reclamação. Como vimos, a existência de um serviço de ouvidoria colocado à disposição dos consumidores pela ANP, seria o instrumento ideal para a realização de denúncias sobre qualidade do produto, lesão ao direito à informação ou qualquer outra conduta que configure um desrespeito às normas do CDC ou da própria agência. Como já mencionado, essas reclamações são “filtradas” pelo CRC, podendo contribuir muito para as atividades da própria agência, como o planejamento das ações de fiscalização, por exemplo.

Analisando o tema da cidadania e participação, Bolívar Lamounier (2000) já explicou como esse poder de pressão da sociedade também pode esbarrar em inúmeras dificuldades: “A capacidade de assimilar informações e a disposição a participar são menores do que imaginamos, mormente num país com as carências educacionais do Brasil. Por mais que queiramos envolver o usuário na fiscalização, o fato é que ele, usuário, só vai pegar o telefone para reclamar de alguma coisa se acreditar que existe uma probabilidade razoável de que o seu telefonema produza algum resultado. Teoricamente, o usuário insatisfeito tem fortes razões para reclamar, fiscalizar e pressionar. Mas, sendo ele, como indivíduo, uma parcela

infinitesimal de um enorme conjunto, o mais provável é que ele não se disponha a fazer isso, pois achará que o custo desses atos de participação excede o eventual benefício que deles irá eventualmente auferir”.

No entanto, é preciso ressaltar que existem esforços tanto por parte do legislador quanto por parte da agência no sentido de incentivar e democratizar o acesso à informação e aos seus procedimentos decisórios, seja através da criação de instrumentos como as audiências públicas e de consultas públicas, ou ainda, através da criação do Centro de Relações com o Consumidor, por parte da ANP.

Tal esforço também foi reconhecido por Roberto Augusto Castellanos Pfeiffer (2000), que comenta a importância deste espaço reservado à participação do cidadão: “Nesse contexto, entendemos inclusive ser bastante importante a participação de representantes de consumidores na própria constituição das agências. Aliás, interessante instrumento para estimular a participação social são as audiências públicas, espaço no qual os consumidores poderão expor a sua opinião sobre os rumos que a regulação deve ter, bem como apresentar as suas reclamações sobre aspectos específicos. (...) Trata-se, portanto, de instrumento importante para que a participação ativa dos consumidores possa reforçar o caráter público que deve possuir o espaço denominado mercado, onde jamais pode ser permitido que os fornecedores imponham unilateralmente os seus interesses”.

O instrumento das audiências públicas foi criado pela Lei do Petróleo com o objetivo de viabilizar a participação do usuário em processo decisório para criação ou alteração de normas que afetem os seus direitos, conforme se depreende de seu art. 19 (“Art. 19 – As iniciativas de projetos de lei ou de alteração de normas administrativas que impliquem afetação de direito dos agentes econômicos ou de consumidores e usuários de bens e serviços da indústria do petróleo serão precedidas de audiência pública convocada e dirigida pela ANP”).

Alexandre Aragão (2003) explica que a existência deste tipo de procedimento de participação social previsto em lei, na verdade, foi a forma encontrada pelo legislador para conferir legitimação democrática aos atos praticados por uma agência que tem amplos poderes normativos e tem os seus dirigentes resguardados da livre exoneração pelos titulares do poder político eleitos pela população. O autor vai além e vê essa exigência procedimental como um requisito de validade da norma a ser emanada pela agência reguladora, ressaltando a importância de se empregar os meios necessários à garantia de sua eficácia: “E mais, impõe-se não apenas a mera realização da audiência ou consulta pública, como, em virtude dos Princípios da Publicidade e da Motivação (art.37, *caput*, CF), respectivamente, a publicação prévia da sua realização e a apreciação, e se for o caso, a recusa justificada, de todas as críticas e sugestões formuladas”.

Esta opinião foi compartilhada por Maria D’Assunção Costa Menezello (2002) que considera o procedimento das audiências públicas intrinsecamente relacionado à democracia participativa: “Essa conduta é, em nosso entender, um exercício de democracia participativa, nunca antes exercida com tanto vigor no contexto da Administração Pública. Ao contrário, nossa tradição sempre foi a de comunicar novas obrigações por meio do Diário Oficial, ditadas autoritariamente pelo administrador, sem que nunca pudéssemos compartilhar de sua elaboração (...) Esse procedimento de consultas e audiências públicas *deve ser* o único procedimento jurídico-administrativo possível e aceitável para a elaboração de novas normas regulatórias. A decisão de realizá-las não pode ficar enclausurada na esfera do arbítrio das diretorias das agências, para que estas resolvam indiscriminadamente se efetivam ou não esse chamamento público. É positivamente uma obrigação jurídica. Por suas próprias características, o direito regulatório não é atributo exclusivo de decisão da agência; ao contrário, ele só poderá existir com legitimidade e eficácia se for criado num exercício democrático conjunto, que inclui todos os agentes da sociedade civil que irão submeter-se à eficácia das normas a serem editadas”.

Por outro lado, não podemos nos olvidar que ainda existem aqueles que defendem a insuficiência destes instrumentos para uma efetiva participação do consumidor nos trabalhos da agência. No caso de consulta pública, por exemplo, alguns alegam que a participação mais efetiva, com o encaminhamento de sugestões e críticas, se dá apenas por parte dos próprios empresários e profissionais do setor. Em grande parte, isso se deve também ao caráter técnico da maioria das normas em questão, o que torna a discussão inacessível ao usuário leigo.

Assim entende Ronaldo Porto Macedo Júnior (2002): “Parece-nos, portanto, que a questão das agências regulatórias tem uma importância fundamental no fornecimento ágil de informações ao consumidor. No entanto, as atuais legislações não garantem uma publicidade e uma participação de qualidade do consumidor. Um mero representante que participe destas entidades mas que não disponha destas informações técnicas pouco terá a fazer lá, limitando-se a desempenhar apenas a função política de legitimar o processo ou ser um mero veículo de encaminhamento de irresignações ou reclamações”. O autor explica que o Código de Defesa do Consumidor ao garantir o equilíbrio nas relações contratuais, garante também um equilíbrio entre direitos e obrigações, de modo que o direito de participação deve ser encarado como um “direito político do consumidor-usuário”, conforme se depreende dos seus ensinamentos: “Neste sentido, o fornecedor do serviço não pode se apropriar do ‘lucro excessivo’, como também não pode se apropriar do ‘poder político excessivo’ (mais valia política) que detém em razão de sua posição no mercado.”

Na esteira desta busca por uma participação efetiva, o Projeto de Lei nº3.337/2004, apesar de ter recebido duras críticas por limitar o poder das agências e reduzir seu campo de atuação, privilegiou o tema do controle social. Em seu art.4º, *caput*, o PL 3.337/04 expressamente exige que minutas e propostas de alterações de normas legais, atos normativos e decisões da Diretoria Colegiada e Conselhos de Diretores, que afetem interesse geral dos agentes econômicos e consumidores, sejam submetidas previamente à consulta pública. Além disso, o art. 4º, §4º, do referido Projeto, cria a figura do “perito dos consumidores”, assegurando às associações constituídas há pelo menos três anos, que incluam entre suas

finalidades a proteção do consumidor, à ordem econômica ou à livre-concorrência, o direito de indicar à Agência Reguladora até três representantes com especialização na matéria objeto de consulta pública, para acompanhar o processo e dar assessoramento às entidades e seus associados, com as despesas pagas pela própria agência. O Projeto também prevê no art.5º, *caput*, a possibilidade de audiências públicas a serem realizadas para a formação de juízo e tomada de decisão sobre matéria relevante, além da necessidade de resposta motivada aos participantes tanto das consultas como das audiências públicas, conforme art. 7º do PL 3.337/04.

Desta forma, verificamos que o “princípio da participação” (Aragão, 2003) deve significar a possibilidade de abertura social e negociação entre a Administração e os administrados, sejam agentes econômicos ou usuários. É preciso viabilizar uma efetiva participação dos consumidores através dos mecanismos criados pela lei, como a consulta e audiência pública, por exemplo. Não basta, portanto, uma atitude de mero reclamante por parte do consumidor, este também deve ser capaz de tomar parte nos processos decisórios de interesse geral, cabendo à agência fornecer não apenas a oportunidade de participação, mas os meios necessários, como informações claras e ao alcance do consumidor leigo.

5. Conclusão.

Pelo exposto, percebemos que a ANP vem promovendo esforços no sentido de garantir a satisfação do consumidor, seja através da sua orientação diante da lesão no caso concreto ou por meio de medidas preventivas em defesa da universalidade de consumidores. Restou clara, ainda, a tendência cada vez maior de se buscar formas de controle social para os atos emanados da agência, via audiências ou consultas públicas. Assim, em meio à crescente valorização da cultura participativa como uma forma de exercício da democracia, consideramos que uma postura ativa assumida pelo consumidor pode ser determinante tanto para que a atividade econômica se desenvolva de maneira adequada aos seus interesses, quanto para que o próprio modelo regulatório seja considerado bem sucedido.

6. Referências.

- ARAGÃO, Alexandre Santos de. Agências Reguladoras. Rio de Janeiro:Forense, 2ª. Edição, 2003.
- FILOMENO, José Geraldo Brito, et al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do Anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 7ª. Edição, 2001.
- GARCIA, Flávio Amaral. Conflito de competência entre o CADE e as Agências Reguladoras que atuam no campo dos serviços públicos. Em Revista de Direito da Associação dos Procuradores do Novo Estado do Rio de Janeiro, Vol. XI, Direito da Regulação, Rio de Janeiro: Ed. Lumen Iuris, 2003.
- LAMOUNIER, Bolívar. Utilidades públicas, cidadania e participação. Em Seminário sobre “A privatização no Brasil”. Rio de Janeiro: BNDES/OCDE, 2000.
- MACEDO JÚNIOR, Ronaldo Porto. A regulação e os direitos do consumidor. Em Direito Administrativo Econômico, São Paulo:Malheiros, 1ª. Edição, 2ª. Tiragem, 2002.
- MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 4ª. Edição, 2002.
- MELLO, Eduardo Santos Amaral. Os desafios da ANP na defesa dos interesses dos consumidores: a proposta de um Centro de Relações com os Consumidores. Em Regulação em Petróleo e Gás Natural, Saul B. Suslick (coord.), Campinas: Komedi, 2001.
- MENEZELLO, Maria D’Assunção Costa. Agências Reguladoras e o Direito Brasileiro, São Paulo: Atlas, 2002.
- _____. Comentários à Lei do Petróleo. São Paulo: Atlas, 2000.
- MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. A Defesa Administrativa do Consumidor no Brasil. Em Revista do Consumidor nº36. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.
- PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. Serviços Públicos Concedidos e Proteção do Consumidor. Em Revista de Direito do Consumidor nº 36. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.
- VERGARA, Sylvia Helena Constant. Impacto dos Direitos dos Consumidores nas Práticas Empresariais. Rio de Janeiro: FGV, 2003.