

IX ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - FMU - São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFRS - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Ednilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

Educação Jurídica

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - MS

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Comissão Especial

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Caio Augusto Souza Lara; Edith Maria Barbosa Ramos; Sinara Lacerda Andrade Caloche – Florianópolis: CONPEDI, 2026.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-593-4

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Constituição, Processo e Justiça Social: o papel da jurisdição constitucional na efetivação de direitos

2. Direito e globalização. 3. Responsabilidade nas relações de consumo. IX Encontro Virtual do CONPEDI (2: 2026: Florianópolis, Brasil).



IX ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I

Os artigos contidos nesta publicação foram apresentados no Grupo de Trabalho DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I durante o IX Encontro Virtual do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito - CONPEDI, realizado nos dias 22 a 26 de junho de 2026, que teve por tema geral “Constituição, Processo e Justiça Judicial: o papel da jurisdição constitucional na efetivação de Direitos”. Trata-se da nona experiência de encontro virtual do CONPEDI em mais de três décadas de existência.

A apresentação dos trabalhos abriu caminho para uma importante discussão, em que os pesquisadores do Direito puderam interagir em torno de questões teóricas e práticas, levando-se em consideração a temática central grupo. Essa temática traz consigo os desafios que as diversas linhas de pesquisa jurídica enfrentam no tocante ao estudo dos referenciais teóricos do Direito do Consumidor e temáticas conexas. Os trabalhos apresentados no grupo de trabalho evidenciaram a centralidade das novas vulnerabilidades nas relações de consumo contemporâneas, especialmente diante da intensificação da vida digital, da economia de dados e da expansão de práticas comerciais cada vez mais sofisticadas.

Em um primeiro eixo, destacaram-se pesquisas voltadas à proteção da personalidade, à tutela de crianças, adolescentes, idosos e consumidores analógicos, bem como aos riscos

crédito fácil, fintechs, conciliação, dever de informação e termos de ajustamento de conduta, indicaram a urgência de se repensar os instrumentos de prevenção e solução de conflitos, sobretudo diante de práticas mercadológicas que estimulam o consumo imediato, ampliam a assimetria informacional e agravam a situação de consumidores jovens, idosos, de baixa renda ou emocionalmente expostos a estímulos digitais intensivos.

Em um segundo eixo, o grupo de trabalho aprofundou a reflexão sobre algoritmos, plataformas digitais, responsabilidade civil, governança regulatória e sustentabilidade nas relações de consumo. As discussões sobre capitalismo de vigilância, publicidade algorítmica, contratos invisíveis, termos de uso, precificação dinâmica, cibercrimes e proteção do consumidor turista apontaram para a necessidade de revisão dos parâmetros clássicos de responsabilização, uma vez que as plataformas digitais atuam não apenas como intermediárias, mas como agentes econômicos capazes de estruturar escolhas, direcionar comportamentos, explorar dados pessoais e produzir novas formas de dependência e assimetria.

Ao mesmo tempo, os trabalhos voltados à evolução histórica do Código de Defesa do Consumidor, aos princípios fundamentais da matéria, à competência legislativa, à governança global e à obsolescência programada permitiram situar os desafios atuais em uma perspectiva mais ampla, conectando a proteção consumerista à sustentabilidade, ao direito à informação, à regulação transnacional e à crítica da sociedade de consumo.

A análise conjunta dos temas revela um campo jurídico em transformação, no qual a defesa do consumidor precisa dialogar com tecnologia, ética, economia comportamental, proteção de dados, meio ambiente e políticas públicas. Assim, o grupo de trabalho demonstrou que o Direito do Consumidor permanece como instrumento essencial de promoção da dignidade humana, mas deve ser continuamente atualizado para responder aos impactos da digitalização, da financeirização do consumo, da exploração algorítmica e da crise socioambiental contemporânea.

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara

Prof. Dr.^a Edith Maria Barbosa Ramos

Prof. Dr.^a Sinara Lacerda Andrade Caloche

**ENTRE ALGORITMOS E VULNERABILIDADE: OS LIMITES DA
PRECIFICAÇÃO DINÂMICA NO TRANSPORTE AÉREO BRASILEIRO.**

**BETWEEN ALGORITHMS AND VULNERABILITY: THE LIMITS OF DYNAMIC
PRICING IN BRAZILIAN AIR TRANSPORT.**

Gabriela Eulalio de Lima ¹
Sinara Lacerda Andrade Caloche ²
Hudson Carlos Avancini Persch ³

Resumo

As transformações promovidas pela economia de dados e pelo capitalismo de vigilância redefiniram as relações de consumo através de estruturas algorítmicas de formação de preços marcadas pela opacidade e pela instrumentalização da vulnerabilidade. A precificação dinâmica no transporte aéreo brasileiro emergiu como expressão máxima desse fenômeno, convertendo a urgência do usuário em variável de extração de valor, condição que agrava a assimetria informacional e compromete a soberania decisória do consumidor. Para tanto, o estudo analisou os limites jurídicos da precificação dinâmica, yield management, no transporte aéreo brasileiro à luz do Código de Defesa do Consumidor. Adotou-se o método dedutivo, com abordagem qualitativa, revisão bibliográfica e análise normativa, tendo como referencial teórico a teoria da assimetria informacional de Joseph E. Stiglitz e George A. Akerlof. Constatou-se que a precificação algorítmica institucionalizou a assimetria informacional como condição estruturante da formação tarifária, aniquilando a racionalidade comparativa do consumidor e substituindo a liberdade contratual real por uma autonomia puramente formal, em violação aos deveres de informação, transparência e boa-fé objetiva. Concluiu-se que a precificação dinâmica não é ilícita por natureza, mas sua validade condicionou-se à transparência nos critérios algorítmicos e ao respeito ao equilíbrio contratual, demandando uma releitura funcional dos institutos consumeristas capaz de conter o arbítrio tecnológico sem obstruir a inovação.

Palavras-chave: Assimetria informacional, Opacidade algorítmica, Precificação dinâmica, Transporte aéreo, Vulnerabilidade do consumidor

Abstract/Resumen/Résumé

The transformations brought about by the data economy and surveillance capitalism have redefined consumer relations through algorithmic pricing structures characterized by opacity and the instrumentalization of vulnerability. Dynamic pricing in Brazilian air transport has emerged as the ultimate expression of this phenomenon, converting user urgency into a value extraction variable, a condition that exacerbates informational asymmetry and compromises consumer decision-making sovereignty. Therefore, this study analyzed the legal limits of dynamic pricing, yield management, in Brazilian air transport in light of the Consumer Protection Code. A deductive method was adopted, with a qualitative approach, bibliographic review, and normative analysis, using Joseph E. Stiglitz and George A. Akerlof's theory of informational asymmetry as a theoretical framework. It was found that algorithmic pricing has institutionalized informational asymmetry as a structuring condition of tariff formation, annihilating the consumer's comparative rationality and replacing real contractual freedom with purely formal autonomy, in violation of the duties of information, transparency, and objective good faith. It was concluded that dynamic pricing is not inherently illegal, but its validity is contingent upon transparency in algorithmic criteria and respect for contractual balance, demanding a functional reinterpretation of consumer protection institutions capable of curbing technological arbitrariness without hindering innovation.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Algorithmic opacity, Consumer vulnerability, Dynamic pricing, Information asymmetry, Air transport

1 INTRODUÇÃO

As transformações sociais na pós-modernidade, a evolução tecnologia, a coleta contínua e automatizada de dados pessoais e o capitalismo de vigilância, inauguram uma nova forma de estruturação social que desafia a compreensão do mundo em termos éticos e sociais. A sociedade algorítmica possui como marca indelével a dependência às novas tecnologias, gerando preocupação quanto à falta de transparência no uso dos algoritmos que muitas vezes não auxiliam, mas sim, substituem a tomada de decisão dos usuários e consumidores.

Em um cenário de instabilidades econômicas a incorporação de algoritmos de alta performance, capazes de processar variáveis múltiplas em milissegundos, desloca o eixo tradicional das relações de consumo e submete o consumidor a um ambiente de desinformação, insegurança e intensa oscilação de preços.

A precificação dinâmica é um método de gestão de preços identificado pela venda de produtos ou serviços idênticos com preços diferentes que podem variar de acordo com o momento de uso, de compra do serviço ou com o segmento de consumo, caracterizando-se como a expressão máxima das transformações na economia de dados.

Esta nova relação de consumo converte a urgência em lucro, produzindo um ecossistema em que, o preço final do produto ou serviço, não mais reflete a soma dos custos de produção, ou seja, a precificação não obedece a lógica das finanças. O preço final é determinado por estruturas informacionais e algorítmica escusas, encobertas e, por vezes, incompreensíveis, ao consumidor ou usuário. Estrategicamente a sociedade algorítmica confunde o consumidor ao submetê-lo a uma lógica binária simplista, associando preço com valor; custo com experiência; urgência com preço.

A delimitação do objeto da pesquisa será a precificação dinâmica no transporte aéreo brasileiro, no contexto da arquitetura de formação de preços. A justificativa científica e relevância social desta pesquisa reside na necessidade de compreender até que ponto a engenharia algorítmica tensionará os limites do dever de informação, transparência nas relações de consumo e boa-fé objetiva e desafiará o sistema jurídico brasileiro na tutela do consumidor vulnerável na era dos algoritmos.

A investigação tomará como ponto de partida a percepção de que a liberdade tarifária não poderá se erigir como uma categoria absoluta ou imune ao escrutínio ético. Tal autonomia encontrará limites intransponíveis quando exercida sob profundas assimetrias, nas quais o detentor do código concentra um domínio informacional desproporcional frente à capacidade de percepção e resposta do usuário.

Esta lógica oferece subsídios e estrutura à problemática da pesquisa que consistirá em analisar em que medida a volatilidade algorítmica se categoriza como prática abusiva e quais os mecanismos jurídicos estariam aptos a identifica-las e sancioná-las. Pretende-se investigar se o ordenamento brasileiro é resiliente o suficiente para mitigar o arbítrio digital ou se demanda uma atualização interpretativa que prestigie a boa-fé objetiva e a equidade sinalagmática nas novas configurações do mercado.

Trabalhar-se-á com a hipótese de que os algoritmos, ao operarem em zonas de sombra informativa, tenderão a capturar o excedente individual mediante o escrutínio de vulnerabilidades cognitivas, exigindo uma resposta jurídica à exploração da necessidade humana.

Com o objetivo de enfrentar essa complexidade, o estudo buscará delimitar os contornos jurídicos da formação de preços no setor aéreo. O percurso analítico situará a precificação dinâmica na evolução histórica da aviação civil, utilizando a teoria da assimetria informacional como alicerce para diagnosticar as falhas estruturais que emergem do acesso desigual ao conhecimento.

Toda essa construção será conduzida pelo método dedutivo, partindo-se de premissas gerais sobre a economia da informação para que tais reflexões converjam à análise particular do setor aéreo brasileiro. Adotar-se-á uma abordagem qualitativa, alicerçada em rigorosa revisão bibliográfica e análise normativa, viabilizando uma leitura sistemática dos institutos jurídicos em jogo frente ao avanço tecnológico.

Paralelamente, a observação das práticas correntes de mercado permitirá aproximar o debate acadêmico de sua manifestação concreta e cotidiana. Justificar-se-á essa escolha metodológica pela compreensão de que apenas a integração entre o rigor dogmático e a realidade empírica poderá oferecer uma resposta jurídica coerente ao problema proposto, evitando que o Direito se distancie das dinâmicas que reconfiguram a economia global e desumanizam as relações de consumo na era da sociedade algorítmica.

2 A PRECIFICAÇÃO DINÂMICA NO TRANSPORTE AÉREO: FUNDAMENTOS E RACIONALIDADE ECONÔMICA

A precificação dinâmica, consolidada no setor aéreo sob as denominações de *yield* ou *revenue management*, transcende a mera flutuação tarifária para se estabelecer como uma reconfiguração ontológica da formação de valores na economia digital. Longe de representar uma oscilação aleatória, este modelo ancora-se em uma arquitetura de

segmentação de mercado que desafia o conceito tradicional de preço público e uniforme. Robert G. Cross (1997, p. 57), um dos precursores da disciplina, sintetiza a essência dessa racionalidade ao afirmar que o objetivo primordial é “[...] *selling the right product to the right customer at the right time for the right price.*”¹. Todavia, por trás dessa máxima de eficiência, oculta-se uma estratégia agressiva de captura da disposição individual de pagar, transformando a tarifa em um mecanismo de escrutínio do rastro digital do consumidor.

Essa transição para a “precificação pelo valor percebido” marca o ocaso da era dos preços lastreados estritamente na soma dos custos operacionais, modelo tecnicamente designado como *cost-plus pricing*. Esta lógica clássica, sistematizada por Robert Lowe Hall e Charles Johnston Hitch (1939) sob o “princípio do custo pleno”, oferecia ao mercado uma precificação democrática e estável, baseada em critérios objetivos de produção acrescidos de uma margem de lucro fixa. Em contraste, a atual fase inaugura um paradigma em que o valor do serviço se torna volátil e umbilicalmente dependente do contexto biopsicológico do sujeito.

No transporte aéreo, essa subjetividade algorítmica encontra solo fértil na assimetria entre a rigidez física do voo e a fluidez digital da demanda. O que se observa, portanto, é a substituição de uma estrutura tarifária previsível por um modelo de microsegmentação predatória², fenômeno no qual a assimetria de dados é instrumentalizada para a extração do preço de reserva do consumidor. Sob essa ótica, o algoritmo não busca meramente o equilíbrio entre oferta e demanda, mas a expropriação sistemática do excedente individual, transmutando o que a teoria econômica clássica denomina eficiência alocativa em uma tática de exploração da vulnerabilidade cognitiva.

Tal lógica não emerge como uma escolha facultativa, mas como um imperativo diante de características intrínsecas ao setor: a rigidez da oferta e a perecibilidade absoluta do serviço. O fato de um assento vazio no momento da decolagem representar um estoque irrecuperável impõe às companhias uma gestão de riscos que desloca o lastro do preço: ele

¹ Robert G. Cross é referenciado como o arquiteto da sistematização do *Revenue Management* moderno, fundamental na reconfiguração estratégica do setor aéreo pós-desregulamentação. Em sua obra seminal, Cross propõe uma ruptura com o modelo de custeio tradicional, substituindo-o por uma lógica centrada na elasticidade da demanda e na segmentação comportamental. A máxima de ‘vender o produto certo ao cliente certo, no momento e preço ideais’ transcende a operação comercial para se tornar o paradigma basilar que viabilizou, na era digital, a ascensão dos sistemas de tarifação dinâmica e algorítmica.

² A microsegmentação, embora oriunda do *marketing one-to-one*, assume contornos predatórios na economia algorítmica ao converter a personalização em discriminação de preços de primeiro grau. Como advertem Ezrachi e Stucke (2016), a vigilância digital permite o mapeamento de vulnerabilidades cognitivas e vieses comportamentais para a extração do preço de reserva do consumidor. Sob essa ótica, a eficiência técnica do algoritmo oculta uma tática de expropriação do excedente do consumidor, que desvirtua a segmentação mercadológica em uma prática abusiva, frontalmente contrária aos deveres anexos de transparência e boa-fé objetiva que regem as relações de consumo.

deixa de ser balizado em custos fixos de operação para se ancorar na urgência e na elasticidade-preço do passageiro. Conforme lecionam Belobaba, Odoni e Barnhart (2016), a tarifa assume, então, uma função regulatória de fluxo em tempo real, agindo como um filtro de acesso que privilegia a rentabilidade em detrimento da isonomia. Essa volatilidade planejada impõe ao consumidor um estado de incerteza permanente, enquanto assegura à firma a extração de renda em um mercado de margens notoriamente estreitas.

A metamorfose da precificação é indissociável do salto nas capacidades computacionais, que permitiu a transição do marketing de massa para uma personalização extrema da oferta. Embora o conceito de *one-to-one marketing*, idealizado por Don Peppers e Martha Rogers (1993), previsse a construção de relacionamentos individualizados e colaborativos, o que se observa na prática das companhias aéreas é a subversão dessa lógica em favor de um monitoramento incessante e unidirecional.

A vigilância institucionalizada converte a experiência humana em matéria-prima para o que Shoshana Zuboff (2021) denomina “capitalismo de vigilância”, em que o rastro digital do sujeito é traduzido em predições comportamentais destinadas a táticas comerciais predatórias. Nesse cenário, a eficácia do *revenue management* deixa de repousar em meras abstrações matemáticas para extrair sua força da capacidade de coletar, armazenar e analisar vastas quantidades de dados transacionais e utilizá-los para prever o comportamento do consumidor em um nível granular (Phillips, 2005). É precisamente nessa granularidade que a técnica se despe de sua suposta neutralidade para assumir um caráter político e invasivo: o algoritmo não apenas identifica o passageiro, mas dissecar seu estado de vulnerabilidade e urgência no ato da busca, consolidando uma assimetria informacional que aniquila qualquer resquício de transparência tarifária.

A genealogia desse modelo remonta aos processos de desregulamentação iniciados com o *Airline Deregulation Act* de 1978 nos Estados Unidos³, cuja influência se projetou sobre diversos ordenamentos, inclusive o brasileiro⁴, contribuindo para a conformação da

³ O *Airline Deregulation Act* de 1978 representou um ponto de inflexão estrutural ao extinguir a tutela estatal sobre malhas aéreas e regimes tarifários, transferindo a governança dos preços para a dinâmica da livre concorrência. No vácuo da regulação fixa, o setor foi compelido a desenvolver sofisticados sistemas de gestão de rendimento (*yield management*) para otimizar a ocupação das aeronaves. Esse cenário de 'anarquia competitiva' foi o catalisador técnico para o surgimento dos primeiros algoritmos de tarifação variável, estabelecendo os fundamentos da economia de dados que, décadas depois, transbordaria do setor aéreo para o consumo digital global (Estados Unidos, 1978).

⁴ No cenário brasileiro, a transição para a liberdade tarifária foi impulsionada pela Lei Federal nº 10.183/2001 (Brasil, 2001) e consolidada pela Resolução nº 400/2016 da ANAC (Brasil, 2016), sob o dogma de que a livre concorrência asseguraria a eficiência alocativa. Todavia, a realidade da precificação algorítmica revela um paradoxo: a liberdade de mercado, quando operada por sistemas opacos de dados (*black box algorithms*), frequentemente degenera em assimetria informacional severa. Esse fenômeno tensiona os pilares do Direito do

atual arquitetura de liberdade tarifária. Todavia, a premissa liberal de que a livre concorrência seria suficiente para equilibrar os preços por meio da transparência revelou-se, no ecossistema digital, uma quimera teórica.

A eficiência da liberalização tarifária no setor aéreo, como aponta Kenneth Button (2010), está associada à ampliação da concorrência e à maior flexibilidade na formação de preços. Tais pressupostos, contudo, tendem a se fragilizar em contextos nos quais a informação não se distribui de maneira equânime entre os agentes, especialmente diante do uso intensivo de tecnologias que ampliam a capacidade estratégica das empresas. A liberdade de preços pode deixar de operar como instrumento de eficiência para assumir contornos assimétricos, na medida em que o consumidor permanece em posição de desvantagem informacional frente às estruturas decisórias do fornecedor.

Sob o prisma da microeconomia clássica, essa prática é frequentemente higienizada sob o rótulo da “eficiência alocativa”⁵. Em termos estritamente econômicos, a eficiência alocativa pressupõe que o bem-estar social é maximizado quando os recursos escassos são direcionados aos agentes que lhes atribuem maior valor monetário, garantindo que nenhum assento decole vazio enquanto houver demanda.

Hal Ronald Varian (1989) argumenta que a discriminação de preços possui o condão de democratizar o acesso ao transporte aéreo, na medida em que permite o subsídio de tarifas promocionais através do excedente extraído de passageiros com maior disposição a pagar. Todavia, essa apologia tradicional fundamenta-se em uma neutralidade ética que ignora as distorções da era digital. Na vigência dos algoritmos preditivos, a diferenciação tarifária deixa de ser meramente financeira, baseada em categorias amplas de consumidores, para tornar-se comportamental e cirúrgica.

Ao transitar da segmentação de grupos para a individualização absoluta, a técnica permite que as empresas identifiquem não apenas quem pode pagar mais, mas quem precisa pagar mais em virtude de uma vulnerabilidade circunstancial ou de uma urgência inadiável. O que a métrica da eficiência celebra como “otimização de recursos”

Consumidor brasileiro, transformando a flexibilidade de preços em um mecanismo que, ao carecer de transparência, colide frontalmente com os deveres de informação plena e boa-fé objetiva (art. 4º, inc. III e art. 6º, inc. III do CDC) (Brasil, 1990).

⁵ O conceito de eficiência alocativa pressupõe um cenário de concorrência perfeita onde o bem é destinado a quem lhe atribui maior utilidade marginal. No entanto, quando transposta para o *Yield Management* algorítmico, essa lógica opera uma substituição ética: o que a economia clássica denomina ‘disposição a pagar’, o Direito do Consumidor identifica como captura de vulnerabilidade. A eficiência, neste caso, deixa de ser um indicador de bem-estar social para se tornar um mecanismo de extração de renda monopolista sobre o dado, onde o algoritmo não mede a ‘valorização’ do serviço pelo passageiro, mas sim a sua impossibilidade de fuga (ineleasticidade) diante de estados de urgência ou necessidade.

revela-se, sob a ótica do Direito, como uma exploração metódica da fragilidade informacional do consumidor.

A eficiência da firma, ao ser maximizada via extração predatória de excedentes, entra em colisão frontal com os deveres éticos de boa-fé. O preço dinâmico, quando divorciado de justificativas objetivas, como oscilações no custo do combustível ou taxas aeroportuárias, passa a habitar uma zona cinzenta de abusividade jurídica. Como resultado, o que a teoria econômica descreve como otimização, o Direito do Consumidor identifica como uma ruptura do sinalagma contratual, em que o lucro é potencializado pela exploração deliberada da urgência e da desinformação do passageiro. Essa dissonância entre a lógica matemática da eficiência e o imperativo jurídico da proteção prepara o terreno para a análise das falhas de mercado sob a ótica de Joseph E. Stiglitz.

A racionalidade econômica que sustenta o *yield management* não é neutra; ela é desenhada para explorar assimetrias. Ao operar em "caixas-pretas" algorítmicas, o setor aéreo impõe ao consumidor um contrato de adesão cujo preço é uma variável secreta. É precisamente essa erosão da previsibilidade contratual que exige a intervenção do Direito.

Se a economia enxerga na precificação dinâmica o ápice da eficiência, o Direito do Consumidor nela identifica uma vulnerabilidade agravada pela tecnologia. Esse choque de visões prepara o terreno para a introdução da teoria de Joseph E. Stiglitz no próximo capítulo, que oferecerá as ferramentas para diagnosticar o porquê de essa opacidade não ser apenas um detalhe técnico, mas uma falha estrutural que compromete a justiça contratual.

3 ASSIMETRIA INFORMACIONAL E FORMAÇÃO DE PREÇOS: LIMITES DA RACIONALIDADE DO CONSUMIDOR

A compreensão da precificação dinâmica no transporte aéreo exige o deslocamento da análise para além da sua funcionalidade econômica imediata, alcançando o plano estrutural das condições sob as quais os mercados contemporâneos operam. Nesse sentido, a teoria da assimetria informacional, desenvolvida por Joseph E. Stiglitz, oferece um referencial epistemológico decisivo para a interpretação das distorções que emergem quando o acesso ao conhecimento se distribui de forma desigual entre os agentes.

Contrariando as premissas neoclássicas que pressupunham a existência de mercados perfeitamente informados e autorreguláveis, a economia da informação demonstrou que a imperfeição informacional não constitui uma falha acidental, mas um elemento constitutivo que altera a própria ontologia das trocas.

Conforme assevera Stiglitz (2000, p. 1441):

*It is now recognized that information is imperfect, obtaining information can be costly, there are important asymmetries of information, and the extent of information asymmetries is affected by actions of firms and individuals.*⁶.

Essa ruptura paradigmática subverte a crença na “mão invisível” como mecanismo suficiente para o equilíbrio social e jurídico, revelando que, na ausência de simetria, os preços deixam de sinalizar escassez para sinalizar o poder de quem detém o controle dos dados.

A assimetria informacional manifesta-se no momento em que uma das partes detém o monopólio de variáveis críticas que permanecem ocultas à outra, criando condições para comportamentos estratégicos que comprometem a integridade das trocas. Nesse contexto, a informação deixa de ser um insumo neutro para assumir a condição de verdadeiro instrumento de poder econômico, capaz de moldar expectativas, influenciar decisões e redefinir unilateralmente os termos do sinalagma contratual.

Como destacam as contribuições seminais de Stiglitz (2002) e George A. Akerlof (1970), tais assimetrias institucionalizadas geram falhas de mercado persistentes, nas quais os preços perdem sua função de indicadores de valor objetivo para se tornarem reflexos das vantagens estratégicas de quem detém o dado.

Akerlof (1970, p. 488) adverte que, em mercados nos quais a qualidade (ou a lógica do preço) é oculta, *“In this case there is incentive for sellers to market poor quality merchandise, since the returns for good quality accrue mainly to the entire group whose statistic is affected rather than to the individual seller.”*⁷, o que, transposto para o transporte aéreo, traduz-se no incentivo algorítmico para converter a urgência do passageiro em uma

⁶ Tradução nossa: “Atualmente, reconhece-se que a informação é imperfeita, que obtê-la pode ser dispendioso, que existem importantes assimetrias de informação e que a extensão dessas assimetrias é afetada pelas ações de empresas e indivíduos.” Ao postular que a assimetria informacional é endógena às escolhas dos agentes, Stiglitz (2000) fornece a base teórica para compreender a opacidade algorítmica não como uma falha técnica, mas como uma estratégia deliberada de design. Na economia de plataformas, a assimetria é instrumentalizada por meio da ‘engenharia da confusão’ ou *dark patterns*, que elevam os custos de transação e busca para o consumidor. Assim, a arquitetura digital transfigura a imperfeição do mercado em um mecanismo de extração de valor, onde a empresa deixa de apenas reagir ao mercado para moldar ativamente a incapacidade de resposta (e a vulnerabilidade) do indivíduo.

⁷ Conforme a premissa de Akerlof, a assimetria informacional gera um risco moral em que a ‘baixa qualidade’, aqui traduzida pela opacidade algorítmica, torna-se a estratégia dominante. No setor aéreo, a invisibilidade dos critérios de tarifação oblitera a capacidade de o passageiro punir práticas abusivas via mercado. O resultado é a institucionalização de um incentivo perverso: a substituição da competição por eficiência pela maximização da extração de renda baseada na inelasticidade comportamental e na urgência, degradando a integridade competitiva do setor.

tarifa *premium* injustificada. O preço, portanto, transmuta-se de um índice de equilíbrio em um mecanismo de captura, calibrado para extrair a máxima utilidade da desinformação alheia.

Sob essa lente, a lógica da precificação algorítmica deixa de ser um acessório comercial para se revelar como a concretização técnica das falhas informacionais descritas. Os sistemas de *yield management* operam mediante um escrutínio incessante do rastro digital, no qual variáveis como geolocalização, padrões de busca e, fundamentalmente, a urgência circunstancial do passageiro são processadas em milissegundos. Esse aparato preditivo estabelece uma camada de realidade informacional vedada ao destinatário, permitindo que a companhia aérea atue amparada por certezas estatísticas enquanto o consumidor permanece confinado em uma opacidade sistêmica. Ao desconhecer os critérios que forjam a oferta, o indivíduo vê-se impossibilitado de exercer a comparação efetiva entre concorrentes, o que aniquila a racionalidade de mercado e a própria soberania da escolha.

Tal cenário compromete a autonomia decisória, categoria pressuposta pela teoria econômica e salvaguardada pelo ordenamento jurídico. A decisão de compra transmuta-se, portanto, em um ato de submissão a uma incerteza qualificada, retirando do sujeito os elementos mínimos para discernir se a tarifa reflete uma condição objetiva ou uma exploração cirúrgica de sua vulnerabilidade.

Como observa Hal Ronald Varian (1989), a discriminação de preços assume formas progressivamente sofisticadas conforme se amplia a capacidade de segmentação granular. O ápice dessa trajetória reside na discriminação perfeita, fenômeno no qual o fornecedor captura a totalidade do excedente do consumidor ao apropriar-se do valor máximo que o sujeito estaria disposto a sacrificar antes de abandonar a transação.

Consequentemente, a precificação dinâmica despoja-se da aparência de mera eficiência para revelar sua face como estratégia de expropriação informacional. A sofisticação algorítmica elimina as margens de negociação implícitas que tradicionalmente protegiam o consumidor em mercados menos concentrados, substituindo a liberdade contratual real por uma autonomia puramente formal. Essa dinâmica torna-se particularmente gravosa quando analisada sob a ótica da vulnerabilidade nas relações de consumo digital, em que a desigualdade não é apenas econômica, mas técnica e informativa. Como sustenta a teoria de Joseph E. Stiglitz, em mercados com informação imperfeita, a eficiência não é alcançada de forma espontânea, pois a assimetria permite que o agente mais informado extraia rendas que distorcem o sinalagma e a justiça do contrato.

As implicações dessa assimetria assumem contornos críticos diante do descompasso entre o poder preditivo do fornecedor e a fragilidade cognitiva do passageiro. No ambiente

digital, a vulnerabilidade incorpora dimensões que transcendem a hipossuficiência clássica, posicionando o consumidor em uma desvantagem estrutural na qual ele ignora não apenas o valor real do serviço, mas a própria lógica discriminatória que o converte em alvo. O resultado é a institucionalização de uma “caixa-preta” tarifária, em que o algoritmo instrumentaliza a necessidade humana para cristalizar falhas de mercado previamente identificadas pela teoria econômica, transmutando o que seria um ajuste técnico em um mecanismo de expropriação sistemática.

Ao operar em contextos de opacidade absoluta, a precificação dinâmica deixa de ser um ruído sistêmico para se tornar o eixo central da formação de preços, subvertendo as condições de equilíbrio e de justiça contratual. É precisamente nesse cenário de desvantagem estrutural, no qual a máquina captura o excedente individual, que a assimetria informacional transborda o campo econômico para desafiar os limites éticos do ordenamento. Evidencia-se, assim, a imperatividade da intervenção jurídica, não como um obstáculo à inovação tecnológica, mas como o baluarte necessário para restaurar a transparência e a boa-fé frente ao arbítrio algorítmico.

Conclui-se, portanto, que a precificação dinâmica, ao institucionalizar a falha de mercado como regra, subverte o sinalagma das relações de consumo. Nesse cenário, a intervenção do Direito não deve ser lida como um entrave à eficiência econômica, mas como um mecanismo de contenção de distorções que comprometem a própria funcionalidade do mercado. Ao resgatar o controle sobre o poder preditivo das plataformas, o ordenamento jurídico assegura que o progresso tecnológico não ocorra ao custo do aniquilamento da dignidade e da soberania do consumidor, reafirmando a função social do contrato diante das novas fronteiras do poder digital.

4 OS LIMITES DA PRECIFICAÇÃO DINÂMICA À LUZ DO DIREITO DO CONSUMIDOR

A análise da precificação dinâmica, à luz das categorias desenvolvidas nas seções anteriores, evidencia que sua legitimidade não pode ser aferida exclusivamente por critérios de eficiência econômica. Quando inserida no âmbito das relações de consumo, essa prática deve ser compreendida a partir de um regime jurídico que transcende a legislação infraconstitucional, encontrando lastro na própria arquitetura da ordem econômica.

A Constituição da República, ao disciplinar a atividade econômica em seu artigo 170, estabelece que a livre iniciativa deve ser exercida em consonância com o princípio da defesa

do consumidor (inciso V) e com a função social da propriedade (Brasil, 1988). Nesse sentido, o Código de Defesa do Consumidor não apenas concretiza esses valores, mas opera como instrumento de contenção das distorções decorrentes de assimetrias informacionais institucionalizadas.

O primeiro desses limites manifesta-se no dever de informação, que assume dimensão constitucional ao vincular-se à transparência das relações econômicas. A formação de preços não pode se dar de maneira opaca, sob pena de comprometer a escolha informada e a própria legitimidade da atuação empresarial.

Cláudia Lima Marques (2019) assevera que o dever de informar na era digital exige uma transparência substancial, na qual não basta a mera exibição do preço final; é imperativo que o fornecedor revele a lógica e os critérios que regem a variação tarifária, assegurando que o consumidor não seja manipulado por algoritmos.

De forma complementar, Bruno Miragem (2021) identifica a transparência como um elemento estruturante e uma condição *sine qua non* para o exercício da autonomia privada. Para o autor, em ambientes marcados por profunda desigualdade, a informação atua como o lastro de confiança que viabiliza o mercado. Portanto, a utilização de sistemas que operam sob critérios ininteligíveis não representa apenas uma falha técnica, mas uma afronta ao modelo de mercado delineado pela Carta Magna, o qual pressupõe o equilíbrio e a lealdade nas tratativas.

Para além da transparência, a precificação dinâmica deve ser submetida ao crivo da vedação de práticas abusivas. O sistema consumerista, ao vedar a obtenção de vantagem manifestamente excessiva (art. 39, inc. V, do CDC), atua como mecanismo de correção da expropriação de excedentes descrita pela teoria econômica.

Segundo Rizzatto Nunes (2020), a abusividade abrange as circunstâncias concretas da formação contratual, incluindo a posição de desvantagem do vulnerável. Assim, a capacidade algorítmica de capturar a disposição individual a pagar pode converter-se em instrumento de captura predatória, tensionando a justiça contratual.

A invocação da liberdade tarifária revela-se insuficiente como salvo-conduto para o arbítrio. Embora a livre iniciativa seja pilar da ordem econômica, ela deve ser compatibilizada com a boa-fé objetiva, que emerge como limite ao exercício de direitos.

Como ressalta Judith Martins-Costa (2018), a boa-fé exige comportamentos leais e cooperativos, vedando o aproveitamento oportunista de situações de debilidade estrutural. Essa exigência torna-se ainda mais sensível em contextos de crise, nos quais a vulnerabilidade se intensifica e a liberdade de escolha é reduzida a uma necessidade imediata. Nesses

cenários, a elevação de preços orientada por mecanismos que rastreiam a urgência configura uma exploração direta da necessidade, incompatível com a ética do consumo.

Essa desvirtuação ética, na qual o mercado instrumentaliza a urgência do sujeito, encontra ressonância fundamental na obra de Zygmunt Bauman que, ao analisar a fragilidade dos laços na modernidade líquida, observa que as “Trajetórias de vida soam como se tivessem sido fatiadas em episódios [...]” (Bauman, 2011, p. 4), lógica que permite aos mecanismos de mercado tratar cada ato de contratação, mesmo aqueles ditados pela calamidade ou pelo desespero, como uma oportunidade estanque de extração de valor.

O imperativo ético de cuidado com o próximo é eclipsado pela “[...] a razão do interesse individual, da busca da felicidade.” (Bauman, 2011, p. 33), que a civilização dos consumidores promove em detrimento da solidariedade orgânica. Assim, a precificação dinâmica em contextos de crise revela-se como a face mais agressiva da desregulamentação digital: a transmutação da vulnerabilidade humana em uma “mercadoria de urgência”, na qual a autonomia de escolha é substituída por uma submissão reativa ao preço, despojando a relação de consumo de qualquer compromisso moral com o “Outro”⁸.

O escrutínio da precificação dinâmica revela-se ainda mais crítico quando transposto para cenários de excepcionalidade, nos quais a vulnerabilidade do consumidor é exarcebada e a liberdade de escolha transmuta-se em uma adesão compulsória. Situações de urgência, como deslocamentos emergenciais ou instabilidades econômicas agudas, instauram um ambiente no qual a vontade contratual não emana de uma autonomia plena de vontade, mas de um estado de necessidade imediato.

Inserida nessa lógica consumerista binária (preço x valor; custo x experiência; preço x urgência) a autonomia da vontade e racionalidade do passageiro restam prejudicadas, o que não apenas potencializa as assimetrias informacionais, mas aniquila a própria teleologia da autonomia privada. A elevação de tarifas nesses contextos, quando operada por algoritmos programados para detectar e precificar a angústia da demanda, configura uma exploração oblíqua da necessidade alheia, colidindo frontalmente com os ditames da ordem econômica constitucional.

⁸ A grafia do termo ‘Outro’ com inicial maiúscula remete à ética da alteridade de Emmanuel Lévinas, na qual o reconhecimento da ‘Face’ do próximo impõe uma responsabilidade absoluta e pré-contratual. No entanto, a racionalidade algorítmica opera uma dessubjetivação do indivíduo, convertendo a alteridade irreduzível em um aglomerado de variáveis preditivas. No setor aéreo, essa lógica desintegra o dever ético de hospitalidade e a boa-fé em favor de uma instrumentalização da vulnerabilidade: o algoritmo não reconhece um sujeito em estado de necessidade, mas processa uma ‘oportunidade de captura’, transmutando o encontro moral em uma operação matemática de extração de excedente.

No que tange à proteção do vulnerável, a dogmática consumerista contemporânea assevera que a vulnerabilidade não constitui um atributo estático, mas uma condição dinâmica capaz de se intensificar conforme as circunstâncias da contratação. O reconhecimento dessa vulnerabilidade agravada exige do ordenamento uma postura mais incisiva na contenção de condutas oportunistas.

A legalidade da precificação algorítmica não pode ser aferida em abstrato, dissociada das contingências sociais; faz-se imperativo considerar que práticas formalmente permitidas pela liberdade tarifária podem revelar-se materialmente inconstitucionais ao produzirem efeitos predatórios. O Direito, portanto, deve atuar como o filtro que impede que a suposta neutralidade técnica do código se converta em um instrumento de arbítrio contra a dignidade do vulnerável.

Em última análise, depreende-se que a precificação dinâmica não ostenta uma ilicitude intrínseca, mas sua legitimidade é estritamente contingenciada pelos limites constitucionais. Enquanto ferramenta de gestão orientada por critérios transparentes e compatíveis com o sinalagma contratual, a prática mantém sua função de eficiência alocativa. Todavia, ao operar em ambientes de opacidade informativa, instrumentalizando a urgência e anulando a liberdade real de escolha, ela desborda o perímetro da legalidade.

Conclui-se, assim, que a validade jurídica dessa tecnologia não reside em sua existência técnica, mas em sua adequação axiológica: ela deve curvar-se aos princípios da ordem econômica, garantindo que a inovação tecnológica jamais se distancie do imperativo de proteção efetiva do consumidor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente investigação constatou que as transformações sociais promovidas pela sociedade algorítmica inauguraram uma nova forma de estruturação social e um novo modo de ser das relações de consumo, desafiando a ciência jurídica a sopesar os limites estabelecidos entre a livre concorrência empresarial e o princípio da oferta e demanda em detrimento do dever de informação, transparência e lealdade ao consumidor. Investigou-se em que medida a volatilidade algorítmica na precificação do transporte aéreo se configura como prática abusiva e quais os mecanismos jurídicos aptos a identificá-la e sancioná-la.

O corte temático restrito ao ambiente virtual das empresas do setor de transporte aéreo brasileiro, possibilitou identificar o descumprimento do dever de transparência quanto ao uso dos algoritmos, bem como, a ausência do dever de informação. Observou-se, que essa

circunstância submete os usuários dos serviços aéreos brasileiros a um espaço digital inseguro, com intensa oscilação de preços, expondo, ainda mais, a vulnerabilidade informacional do consumidor.

Evidenciou-se que a precificação dinâmica no setor de transporte aéreo brasileiro, opera mediante uma lógica ambivalente e excludente, tendente a confundir o consumidor ao contrapor elementos como: preço x valor, custo x experiência e urgência x preço. Embora consolidada como estratégia de otimização econômica, a precificação dinâmica opera sob uma lógica que propositadamente desvirtua os fundamentos da autonomia contratual, testa os limites normativos do Direito do Consumidor e tensiona os pilares éticos do próprio sistema jurídico brasileiro.

Os resultados obtidos no decorrer da investigação demonstraram que nos casos em que o detentor do código concentrou esforços para realizar um domínio informacional desproporcional, no entanto, sutil, e por isso, indetectável pelo usuário, a liberdade tarifária encontra limites legais intransponíveis, tanto na esfera consumerista, quanto cível, principalmente no que concerne ao equilíbrio contratual, autonomia da vontade, boa-fé objetiva e função social dos contratos.

Confirmou-se a hipótese inicial de que os algoritmos de *yield management*, ao operarem em zonas de sombra informativa, capturam de forma antiética, imoral, automatiza e massiva as necessidades, anseios e urgências momentâneas do usuário aproveitando de sua vulnerabilidade informacional, catalogando a dor humana como um ativo inflacionado, convertendo sofrimento em lucro.

O preço final ao consumidor, quando despojado de parâmetros objetivos de custo, configura como instrumento imoral, extraindo a máxima utilidade da vulnerabilidade alheia. A opacidade inerente aos algoritmos de *yield management* deixa de ser um mero detalhe técnico para configurar como patologia de mercado comprometendo a o dever de transparência substancial e inerente às relações de consumo.

Identificou-se que a precificação dinâmica não representa uma mera oscilação tarifária, ela evoluiu e agora o algoritmo captura a totalidade do excedente do consumidor ao identificar com absoluta precisão, o valor máximo que o passageiro está disposto a pagar antes de desistir da transação. O que econômica celebra como eficiência alocativa é, na verdade, a institucionalização de um mecanismo de exploração da fragilidade informacional do consumidor.

A assimetria informacional e a opacidade algorítmica não constituem como falha técnica accidental, mas como estratégia deliberada de *design* de mercado. Comprovou-se que

as plataformas digitais instrumentalizam a assimetria como condição estruturante da formação de preços, aniquilando a racionalidade comparativa do consumidor e substituindo a liberdade contratual real por uma autonomia puramente formal. Nesse ambiente, o consumidor ignora não apenas o valor real do serviço, mas a própria lógica discriminatória que o converte em alvo e inviabiliza qualquer resposta protetiva baseada exclusivamente nas forças de mercado.

Verificou-se que o ordenamento jurídico brasileiro dispõe de instrumentos aptos a enfrentar esse cenário, desde que interpretados à altura das transformações tecnológicas. O dever de informação, exige não apenas a exibição do preço final, mas a revelação da lógica e dos critérios que regem a variação tarifária. A boa-fé objetiva, veda o aproveitamento oportunista de situações de debilidade estrutural. Além da proibição de vantagem manifestamente excessiva, inscrita no artigo 39, inciso V, do Código de Defesa do Consumidor, mostrou-se plenamente aplicável à precificação que instrumentaliza a urgência do passageiro, especialmente em contextos de crise, nos quais a vontade contratual não emana de autonomia plena, mas de necessidade imediata.

Concluiu-se que o sistema jurídico não carece de mais leis, princípios ou regras, mas sim, de uma interpretação que recuse a neutralidade tecnológica como salvo-conduto para o arbítrio econômico. A precificação dinâmica não é ilícita por natureza, mas sua validade depende de dois requisitos, quais sejam: transparência nos critérios algorítmicos e respeito ao equilíbrio contratual. Ausente qualquer dessas condições, a oscilação de preços torna-se abusiva estando sujeita as sanções já previstas na legislação consumerista.

Depreende-se, por fim, que os resultados obtidos nesta pesquisa, demonstram a necessidade de mais pesquisas destinadas à construção de critérios objetivos para a definição de abusividade algorítmica. Sugere-se a criação de auditorias regulatórias permanentes e o desenvolvimento de uma agenda normativa de governança de dados que alcance a opacidade estrutural dos sistemas de precificação dinâmica.

Mais do que uma análise sobre o estado da arte, este trabalho pretendeu ser uma ferramenta construtiva de provocação que auxilie na construção de um cyberespaço mais seguro, inclusivo e ético. Defende-se que a conformidade ética do mercado digital não depende apenas da existência de normas, mas da capacidade do ordenamento jurídico de assumir o controle sobre o arbítrio tecnológico, reafirmando que o aperfeiçoamento da inteligência artificial não ocorrer às custas da dignidade do consumidor.

REFERÊNCIAS

AKERLOF, George A. *The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism*. **The Quarterly Journal of Economics**, Cambridge, v. 84, n. 3, p. 488-500, ago. 1970. Disponível em: https://cies.org.pe/wp-content/uploads/2016/07/akerlof_1970.pdf. Acesso em: 12 abr. 2026.

BAUMAN, Zygmunt. **A ética é possível num mundo de consumidores?** Tradução de Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

BELOBABA, Peter; ODoni, Amedeo; BARNHART, Cynthia (org.). **The global airline industry**. 2. ed. Chichester: John Wiley & Sons, 2016.

BRASIL. Agência Nacional de Aviação Civil. **Resolução nº 400, de 13 de dezembro de 2016**: dispõe sobre as Condições Gerais de Transporte Aéreo. Brasília, DF: ANAC, 2016. Disponível em: <https://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/resolucoes/resolucoes-2016/resolucao-no-400-13-12-2016>. Acesso em: 7 abr. 2026.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 23 mar. 2026.

BRASIL. **Lei nº 10.183, de 12 de fevereiro de 2001**: Altera dispositivos da Lei nº 9.365, de 16 de dezembro de 1996, que institui a Taxa de Juros de Longo Prazo - TJLP, dispõe sobre a remuneração dos recursos do Fundo de Participação PIS-PASEP, do Fundo de Amparo ao Trabalhador e do Fundo da Marinha Mercante. Brasília, DF: Presidência da República, [2001]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LEIS_2001/L10183.htm. Acesso em: 8 abr. 2026.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**: Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [1990]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 8 abr. 2026.

BUTTON, Kenneth. **Transport economics**. 3. ed. Cheltenham: Edward Elgar, 2010.

CROSS, Robert G. **Revenue management: hard-core tactics for market domination**. New York: Broadway Books, 1997.

ESTADOS UNIDOS. Congress. **Airline Deregulation Act of 1978: Public Law 95-504**. Washington, DC: Government Printing Office, 1978. Disponível em: <https://www.govinfo.gov>. Acesso em: 12 abr. 2026.

EZRACHI, Ariel; STUCKE, Maurice E. **Virtual competition: the promise and perils of the algorithm-driven economy**. Cambridge: Harvard University Press, 2016.

HALL, Robert Lowe; HITCH, Charles Johnston. *Price theory and business behaviour*. **Oxford Economic Papers**, Oxford, n. 2, p. 12-45, maio 1939.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: a nova proteção do consumidor**. 9. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

MARTINS-COSTA, Judith. **A boa-fé no direito privado**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.

PEPPERS, Don; ROGERS, Martha. *The one to one future: building relationships one customer at a time*. New York: Doubleday, 1993.

PHILLIPS, Robert L. *Pricing and revenue optimization*. Stanford: Stanford Business Books, 2005.

STIGLITZ, Joseph E. *Information and the change in the paradigm in economics*. *The American Economic Review*, v. 92, n. 3, p. 460–501, 2002.

STIGLITZ, Joseph E. *The contributions of the economics of information to twentieth century economics*. *The Quarterly Journal of Economics*, [S. l.], v. 115, n. 4, p. 1441-1478, nov. 2000. DOI: 10.1162/003355300555015. Disponível em: <https://academic.oup.com/qje/article-abstract/115/4/1441/1820406>. Acesso em: 12 abr. 2026.

VARIAN, Hal Ronald. Price discrimination. In: SCHMALENSEE, Richard; WILLIG, Robert (ed.). *Handbook of Industrial Organization*. Amsterdam: North-Holland, 1989. v. 1, p. 597-654.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Tradução de George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.