

HPE - ELIAND

O PENSAMENTO ECONÔMICO
DO SÉCULO XX

CLÁUDIO NAPOLEONI

ED. CÍRCULO DO LIVRO, 1963

CAPÍTULO IV

A crítica de Sraffa e as novas teorias do mercado

1 A crítica sraffiana à teoria da concorrência

A teoria do equilíbrio havia se dedicado ao estudo de duas formas extremas de mercado: a concorrência perfeita e o monopólio. Entre 1926 e 1933 a teoria econômica, especialmente nos países anglo-saxônicos, submete a uma crítica rigorosa a pretensão de que essas duas formas fossem representativas da efetiva realidade do mercado capitalista. Essa crítica se desenvolve em linhas bastante diversas da apresentada por Schumpeter, já que, enquanto este se colocava de um ponto de vista dinâmico e supunha variáveis todos os dados tecnológicos, além de fazer residir precisamente nessas modificações a origem do processo concorrencial, as novas teorias adotam o mesmo terreno da teoria do equilíbrio e procuram mostrar que, mesmo admitindo a hipótese de que as condições técnicas e as de demanda permaneçam imutáveis, nem a concorrência perfeita nem o monopólio podem ser tomados como representativos da realidade.

Essa revisão crítica teve início com um artigo do economista italiano Piero Sraffa, publicado em 1926 na Inglaterra¹, e republicado em italiano com o título "As leis da produção em regime de concorrência", no IV volume da "Nuova Collana di Economisti". A proposição que Sraffa submetia à crítica é aquela em que a firma em regime de concorrência encontra um limite à expansão da produção no aumento do custo unitário que ocorre a partir de um certo nível produtivo: visto que, segundo a teoria tradicional, o preço é para a firma concorrencial um dado, se o custo médio crescer a partir de um certo volume de produção, haverá um ponto além do qual qualquer expansão ulterior

da mesma produção rebaixará o lucro global. Na opinião de Sraffa, todavia, a experiência mostra que o limite à expansão da produção em firmas que se encontram indubitavelmente em posição de concorrência recíproca não decorre da variação dos custos mas das condições da demanda. Mais precisamente, trata-se do fato de que qualquer tentativa de expandir a produção requer uma diminuição do preço. Se isso é verdadeiro, é necessário concluir que, para a firma em condições de concorrência, o preço não é um dado mas uma função decrescente do volume das vendas e que, por isso, a firma não se encontra perante um único preço, mas perante uma curva completa de demanda.

Perguntamos por outro lado: qual a estrutura de mercado pressuposta na hipótese de que o preço fosse um dado para a firma? Como havíamos dito anteriormente, supunha-se que cada firma fosse demasiado pequena em relação às dimensões do mercado em seu conjunto. Mas para que fosse possível falar do mercado em seu conjunto era necessário supor que, para os compradores de uma dada mercadoria, fosse absolutamente indiferente comprar de uma ou de outra firma. Desse modo, imaginava-se cada firma imersa num vasto mercado perfeitamente homogêneo, no qual não fosse possível a nenhuma firma vender a um preço maior do que o praticado por qualquer outra firma, porque nesse caso perderia completamente os seus clientes. Isso implicava a formação de um preço único, que é precisamente o que se apresenta como um dado ao ofertante isoladamente considerado.

Se admitirmos, ao contrário, que para uma dada firma o preço decresça em função das vendas, desvanece-se a imagem do mercado homogêneo e torna-se necessário supor que cada firma possui seu próprio mercado. Isso por sua vez implica que para os compradores não seja indiferente comprar de uma ou outra firma. Essa circunstância pode ser devida a várias razões entre as quais Sraffa enumera a força do hábito, o conhecimento pessoal, a confiança na qualidade do produto, a proximidade, o conhecimento das necessidades particulares, a possibilidade de obter crédito, o prestígio de uma marca de fábrica, as particularidades do modelo ou do desenho do produto que têm principalmente a finalidade de distingui-lo dos produtos de outras firmas.

É evidente que a existência de tantos mercados particulares quantas são as firmas comporta uma analogia entre essa estrutura de mercado e o monopólio puro. De fato,

também para o monopólio o preço é uma função decrescente das vendas: a única, mas importante, diferença está em que a mercadoria produzida pela firma concorrencial possui um grau mais ou menos elevado de substitutibilidade com as mercadorias produzidas por outras firmas, pelo que a diminuição no volume das vendas que essa firma sofre, quando aumenta o seu preço, é maior que no caso do monopólio, porque no primeiro caso parte dos clientes pode voltar-se para mercadorias substituíveis, coisa que, ao contrário, está por hipótese excluída no caso do monopólio. Isso, em linguagem técnica, exprime-se dizendo que, no caso da concorrência, a elasticidade da demanda é maior que no caso do monopólio.

A concorrência de que tratamos é, portanto, bastante diferente da concorrência perfeita: o elemento que sintetiza os vários aspectos dessa diversidade é a circunstância de que, enquanto na concorrência perfeita existe um preço único para as mercadorias produzidas por uma miríade de firmas, na concorrência traçada por Sraffa cada firma pode vender ao seu próprio preço, mesmo que, naturalmente (e nisso está a diferença do monopólio), tais preços não sejam independentes uns dos outros.

2 As contribuições de Joan Robinson e de E. Chamberlin

As conseqüências dessa crítica de Sraffa à teoria do equilíbrio são, antes de mais nada, destrutivas. Se bem que a crítica tenha sido conduzida tendo em vista sobretudo a teoria de Marshall, as conseqüências mais graves são as que se referem à teoria do equilíbrio econômico geral, já que, como recentemente foi demonstrado, o abandono da hipótese de que a concorrência seja perfeita torna impossível a própria definição de uma configuração do equilíbrio geral. Por outro lado, mesmo no que se refere à teoria marshalliana do equilíbrio parcial, o abandono da concorrência perfeita ou do monopólio arrisca reduzir o discurso econômico à listagem de uma série inesgotável de casos particulares.

Todavia, alguns anos depois do artigo de Sraffa, procurou-se, na Inglaterra e na América, reconstruir uma teoria do mercado que tivesse ao mesmo tempo o grau de coerência e de rigor próprio da teoria da concorrência perfeita e do monopólio e, por outro lado, acolhesse integralmente as proposições apresentadas por Sraffa. Essa tentativa

encontra-se expressa sobretudo em dois livros aparecidos em 1933: a *Economia da concorrência imperfeita*, da Sra. Joan Robinson, na Inglaterra, e a *Teoria da concorrência monopolista*, de Edward Chamberlin, na América². Para sermos filologicamente exatos, diremos que, enquanto o trabalho da Sra. Robinson se vincula diretamente à posição de Sraffa, o de Chamberlin foi, ao contrário, elaborado sobre linhas independentes. No entanto, resta o fato de, como veremos melhor, os dois livros se referirem essencialmente à mesma matéria.

A esse respeito será oportuno, antes de mais nada, desobstruir o terreno de algumas questões de terminologia que por algum tempo tornaram um pouco confusa a discussão desses problemas de mercado. Trata-se, essencialmente, de verificar se, sob as denominações "concorrência imperfeita", adotada pela Sra. Robinson, e "concorrência monopolista", adotada por Chamberlin, se ocultam realidades iguais ou diversas.

Começando pelo trabalho de Robinson, veremos que ela destaca que a noção de mercado perfeito é baseada na hipótese de os compradores reagirem todos do mesmo modo às diferenças de preço praticadas pelos vários vendedores. Nos mercados reais, todavia, o comprador leva em conta muitas outras coisas além do preço. Mesmo prescindindo da inércia ou da ignorância que o impedem de mudar instantaneamente de um vendedor para outro, mal surja uma diferença entre os preços por eles praticados, o comprador tem muito boas razões para preferir um vendedor a outro. Como exemplos de tais razões a autora dá os seguintes: a localização do vendedor, os custos de transporte, a garantia da qualidade fornecida por um nome bem conhecido, as diversas facilidades oferecidas pelos vários produtos, a qualidade dos serviços de venda, a publicidade, etc. Todas essas razões, portanto, quebram a homogeneidade do mercado perfeitamente concorrencial e introduzem uma imperfeição de mercado que se manifesta na circunstância de que cada firma está como que "ligada" a um certo grupo de compradores, os quais não podem ser dissuadidos de comprar nessa firma por simples razão de preço.

O conceito sobre o qual se baseia a construção de Chamberlin não é o da imperfeição do mercado, mas o de "diferenciação do produto". Com isso o autor pretende referir-se a um conjunto de causas pelas quais as mercadorias

produzidas pelas firmas que fazem concorrência entre si não são idênticas, ou por circunstâncias objetivas, ou por circunstâncias simplesmente imaginadas pelos compradores. Como exemplos de diferenciação, Chamberlin dá os seguintes: existência de marcas de fábrica, peculiaridades na qualidade, na forma ou na confecção do produto, na localização do vendedor, na eficiência, na reputação ou na delicadeza de quem vende, etc.

Como se vê, os conceitos de imperfeição de mercado e de diferenciação do produto são usados para dar conta da mesma realidade. No entanto, seja qual for o nome que se dê a essa realidade, o que a caracteriza é a circunstância de existir uma razão pela qual as mercadorias das firmas consideradas não são indiferentes para os seus compradores. As causas pelas quais isso se pode verificar na prática são infinitas e nada se pode fazer a não ser dar alguns exemplos. As mercadorias produzidas por firmas diversas podem ser, para os compradores, concorrentes mas não indiferentes, por exemplo, pelos seguintes motivos: porque existe uma diferença qualitativa real entre os produtos (entre aparelhos de rádio de marcas diversas, entre automóveis, bicicletas, frigoríficos, camisas, calçados, café, etc., também de marcas diversas); porque, embora sendo as diferenças reais desprezíveis, há uma razão qualquer pela qual os compradores crêem que essas diferenças existem; porque as condições em que os produtos são vendidos são diversas (por exemplo, o modo pelo qual os produtos são confeccionados, as facilidades de pagamento concedidas, ou ainda o grau diverso de gentileza dos empregados, que leva os compradores a preferirem uma loja a outra); as várias localizações dos lugares de venda; a maior ou menor reputação de que gozam produtores e vendedores, etc.

Em nossa exposição, seguiremos sobretudo Chamberlin, em quem a preocupação de descrever uma estrutura de mercado que seja realmente intermediária entre a concorrência perfeita e o monopólio é mais viva do que em Robinson.

3 A teoria da concorrência monopolista

Não será evidentemente possível aqui expor completamente os aspectos técnicos da obra de Chamberlin. Limitar-nos-emos, portanto, a ilustrar alguns conceitos essenciais, que nos permitirão posteriormente traçar algumas considerações críticas sobre a teoria da concorrência monopolista.

Recordemos, antes de tudo, a essência desse conceito: trata-se de uma forma de mercado realmente intermediária entre concorrência perfeita e monopólio, no sentido de que as firmas do grupo fazem concorrência entre si porque, diferentemente do que ocorre no monopólio, a demanda pelas mercadorias de cada uma não é indiferente ao comportamento das outras firmas, e também a presença de outras firmas é um fato de que cada empresa isolada não pode prescindir; por outro lado, esse tipo de concorrência contém um elemento monopolista, porque, ao contrário do que sucede na concorrência perfeita, cada firma tem seu próprio mercado especial, que, se não está separado do das outras firmas concorrentes, não é todavia bem diferenciado.

Deduz-se dessas considerações que o tipo de concorrência que as firmas podem fazer-se não é só, como no mercado perfeito, uma concorrência de preço, mas também uma concorrência de produtos. Em outros termos, os vários ofertantes podem fazer-se concorrência recíproca, modificando também a qualidade do produto de maneira a atrair clientes de outras firmas. É evidente a razão pela qual, no mercado perfeito, não é possível a concorrência baseada nas modificações da qualidade do produto: a identidade dos produtos das várias firmas faz parte de fato da própria definição de concorrência perfeita. A concorrência baseada na qualidade pode desenvolver-se, pois, de dois modos. Em primeiro lugar, os vendedores podem fixar a qualidade do produto deixando que os compradores sejam guiados autonomamente pela própria preferência e pelo próprio gosto na escolha do produto de uma ou outra firma. Mas, em segundo lugar, os vendedores podem fazer *publicidade* da qualidade do próprio produto, de modo que os compradores sejam influenciados, não apenas pelas suas preferências, mas também pela ação deliberada dos vendedores. No primeiro caso, em suma, quem vende aceita as condições da demanda como aparecem livremente no mercado; no segundo caso, ao contrário, ele procura modificar, e muitas vezes profundamente, essas condições de demanda.

Todos esses elementos fazem antever como o exame da concorrência monopolista deve ser necessariamente bastante mais rico que o da concorrência perfeita. Chamberlin, por outro lado, procura conduzir o seu exame na base de um raciocínio substancialmente análogo ao adotado por Marshall para a concorrência perfeita. Marshall distingue duas fases no estudo do equilíbrio concorrencial. A primeira fase refe-

re-se ao equilíbrio da firma isolada; a segunda fase ao equilíbrio da indústria, isto é, do conjunto das firmas que produzem a mesma mercadoria. O critério do equilíbrio da firma é a obtenção do lucro máximo; o critério do equilíbrio da indústria é a obtenção de uma situação em que a indústria considerada não ofereça oportunidade de lucro maior do que o existente em outras indústrias. É por isso que, entre as condições que caracterizam a concorrência perfeita, se inclui a relativa à chamada "liberdade de entrada", isto é, à absoluta ausência de obstáculos ao afluxo de firmas em cada indústria determinada. No terreno da concorrência monopolista a analogia com o tratamento marshalliano pode ser mantido desde que se consiga encontrar um substituto para o conceito de indústria. É claro que a indústria marshalliana não pode existir na concorrência monopolista, já que, nessa forma de mercado, não existem, por hipótese, duas firmas que produzam a mesma mercadoria. Chamberlin substitui o conceito de indústria pelo de "grupo" como um conjunto numeroso de firmas cujos produtos, embora não sendo idênticos, têm, no entanto, um grau sensível de recíproca substitutibilidade. Naturalmente, a noção de grupo é bem menos nítida que a de indústria, porque, enquanto entre as indústrias marshallianas existe uma separação muito clara, não é possível dizer com exatidão absoluta onde acaba um grupo e começa outro. Todavia, Chamberlin sustenta que, não obstante essa indeterminação, o conceito é suficiente para estabelecer uma possibilidade de análise.

Tal análise, portanto, como a marshalliana, desenvolve-se em duas fases relativas respectivamente ao equilíbrio da empresa e ao equilíbrio do grupo. Ambas as fases, além disso, podem ser examinadas seja supondo que os ofertantes aceitem como dadas as condições de demanda, seja supondo que eles procurem modificá-las mediante o emprego da publicidade. O equilíbrio da firma fica determinado de modo análogo ao que acontece no caso do monopólio, já que, no que se refere à firma isolada, o elemento que apresenta maior destaque é precisamente o elemento do monopólio, isto é, a diminuição do preço em função da quantidade vendida. Pelo que respeita ao equilíbrio do grupo, a teoria tenta definir uma posição de equilíbrio na qual, em virtude da liberdade de entrada de firmas no grupo que se considera, o preço e o custo unitário coincidem para cada firma isolada. Tratar-se-ia por isso de uma posição análoga ao equilíbrio da indústria concorrencial, com a única diferença de que,

enquanto na concorrência perfeita o equilíbrio da indústria implica que cada firma produza uma quantidade que corresponde ao custo unitário mínimo, no equilíbrio do grupo em concorrência monopolista as firmas produzem uma quantidade inferior à mencionada e o custo médio não corresponde ao seu valor mínimo. Se, como habitualmente ocorre, definíssemos como capacidade produtiva plena aquela que corresponde ao valor mínimo do custo médio, concluiríamos que, na concorrência monopolista, o equilíbrio do grupo implica uma inutilização de capacidade produtiva.

Essa construção teórica é criticável em muitos pontos. Limitar-nos-emos a expor três críticas entre as que nos parecem mais importantes.

A primeira crítica interessa não apenas à teoria da concorrência monopolista mas também à teoria do monopólio puro. Como já havíamos notado, quando se abandona a hipótese de que o preço seja um dado para a firma, é necessário admitir que a própria firma se encontra frente a uma curva completa de demanda. Por outro lado, a hipótese de que uma firma tenha a possibilidade de conhecer a curva de demanda do próprio produto, isto é, possa saber, mesmo antes de tê-lo experimentado, qual seja a quantidade vendável correspondente a cada possível valor do preço, é muito pouco plausível. As pesquisas que a tal propósito se fizeram em inúmeras firmas confirmaram tudo quanto já se podia imaginar no campo puramente teórico³. É claro, por outro lado, que, se esse instrumento da curva de demanda da firma não puder ser tratado com exatidão, a análise completa da concorrência monopolista e, em geral, de todas as formas de mercado não perfeitamente concorrenciais, depararia com dificuldades insolúveis.

A segunda crítica refere-se também ao equilíbrio da empresa e se refere à variável, peculiar à concorrência monopolista, que é a qualidade do produto. A qualidade não é evidentemente uma grandeza mensurável e o seu estudo é também, necessariamente, diverso do que se refere aos preços e às quantidades vendidas. Por mais esforços que a teoria da concorrência monopolista tenha feito para incluir a variável qualidade de um esquema de análise teórica, não conseguiu outra coisa senão expor de forma complicada a proposição tautológica segundo a qual uma firma que pretende conseguir a máxima utilidade escolherá, entre todas as qualidades à sua disposição, a mais vantajosa.

A terceira crítica, enfim, refere-se ao equilíbrio do gru-

po. A proposição antes referida, segundo a qual se pode definir mesmo para o grupo um equilíbrio análogo ao que ocorre na indústria perfeitamente concorrencial, é válida apenas condicionalmente para uma hipótese bastante restrita, isto é, que as firmas que compõem o grupo tenham idênticas curvas de custo. Na falta de tal hipótese, o processo da entrada de novas firmas não pode dar lugar à obtenção simultânea de uma situação na qual preço e custo médio sejam iguais para todas as firmas do grupo. Haverá, porém, em relação a cada firma, uma tendência para essa posição, mas algumas a alcançarão antes das outras e, se o processo de entrada continuar, as firmas que primeiro alcançarem essa posição poderão posteriormente apresentar perdas e tender a sair do grupo.

Ao lado de um processo de entrada existirá um processo de saída, e não existe nenhuma razão pela qual esses dois processos devam estar em equilíbrio. A situação que daí resulta é por isso uma situação de instabilidade em caráter permanente. Pois, por outro lado, a própria natureza da concorrência monopolista obriga a excluir que as firmas tenham a mesma estrutura de custos, daí decorrendo a impossibilidade, para a teoria, de definir para essa forma de mercado uma configuração de equilíbrio, ao contrário do que ocorre para a teoria da concorrência perfeita. O quanto isso é grave, no campo teórico, fica evidente pelo fato de a análise do grupo ser essencial para a teoria da concorrência monopolista, a qual, na ausência dessa análise, não seria mais distinguível da teoria do monopólio.

As incertezas e as dúvidas relativas ao equilíbrio da firma e a impossibilidade de definir um equilíbrio de grupo tornam a teoria da concorrência monopolista um instrumento de análise de validade teórica bastante duvidosa. Certamente ela teve o mérito de pretender tirar as suas proposições de hipóteses mais próximas da realidade do que as da teoria tradicional; mas todos os progressos que fez no sentido de um maior realismo fizeram-se acompanhar de uma perda de rigor no campo da teoria.

4 Os problemas do oligopólio

O espírito crítico que animava a teoria da concorrência monopolista determinou, no mesmo período de tempo, a retomada das pesquisas sobre outras formas de mercado que, se já bem conhecidas há muito tempo, não tinham rece-

bido muita atenção depois da difusão da teoria do equilíbrio baseada na hipótese de concorrência perfeita. Particularmente importantes a esse respeito são os estudos sobre o *oligopólio*, isto é, como o próprio nome indica, a forma de mercado na qual as firmas em concorrência são poucas. Esse termo "poucas" tem na teoria econômica um significado muito preciso, que pode ser esclarecido do seguinte modo. Considere-se uma firma em posição de monopólio ou então uma firma pertencente a um grupo em concorrência monopolista. Essa firma conhece por hipótese quais serão as reações do mercado ao seu comportamento, isto é, pode dizer que quantidade pode vender a cada preço, ou que preço deve praticar em correspondência com cada possível volume de vendas. Isso quer dizer, em outros termos, que para uma firma assim o mercado possui uma estrutura própria, independente do comportamento da firma que se considera, estrutura que se reflete em uma curva bem definida de demanda⁴. No caso do monopólio isso acontece porque não existem outras firmas no mercado e também porque a curva de demanda do monopolista coincide com a curva de demanda de todo o mercado. No caso da concorrência monopolista existem no mercado do grupo muitas outras firmas além da considerada, nenhuma das quais, isoladamente, é influenciada de modo sensível pelo comportamento da firma em questão; de fato, é verdade que, se esta última sobe o próprio preço, perde clientes em favor das outras firmas, mas esses clientes distribuem-se entre todas as numerosas outras firmas do grupo e, por isso, nenhuma delas, quando considerada separadamente, será sensivelmente influenciada. Daí decorre que a firma examinada possui uma parcela bem definida de todo o mercado, que lhe permite prever as reações do próprio mercado ao seu comportamento.

Mas se nos colocarmos numa posição intermediária entre essas duas formas extremas e supusermos que o número de firmas em concorrência (e não importa se essa concorrência é perfeita ou não) seja suficientemente pequeno, então o comportamento de uma dada firma influencia de maneira sensível todas as outras firmas *isoladas* e essas terão determinadas reações, as quais modificam a fatia de mercado que pertence à firma inicialmente considerada. Por isso, essa, ao determinar qual deva ser a sua ação, deve levar em conta as reações de todas as outras firmas concorrentes. Mas as outras firmas procurarão, por sua vez, regular-se à base do comportamento da primeira, estabelecendo-se assim um

círculo vicioso, como se fosse um jogo de cartas no qual cada jogador, antes de decidir a própria jogada, levasse em conta as reações de todos os outros jogadores.

À base dos tradicionais instrumentos de análise da curva de custo e de demanda, não é possível indicar para o problema do oligopólio nenhuma solução determinada. A crítica moderna demonstrou de fato que todas as soluções indicadas pelos economistas precedentes, e em particular as de Cournot e de Edgeworth, baseiam-se em hipóteses especiais que não apresentam motivo algum para serem consideradas como descrição exata e exaustiva da realidade⁵.

Conclusões análogas foram alcançadas no caso de uma forma de mercado também atentamente estudada nesse período: o *monopólio bilateral*, que é uma situação na qual um determinado bem tem um único ofertante e um único comprador. Trata-se de uma forma que, não sendo freqüente nos mercados dos fatores de produção (como ocorreria, por exemplo, se, numa certa região, uma grande indústria fosse a única compradora da energia elétrica produzida por uma central), é comum no mercado do trabalho, no qual se enfrentam os sindicatos dos trabalhadores e dos empregadores. Também nesse caso, embora possa indicar-se para o valor final do preço um limite superior e um limite inferior, a solução permanece, dentro desses limites, completamente indeterminada.

Em todos esses casos intervêm elementos não incluídos na análise tradicional das formas de mercado, isto é, a configuração das relações de força e a política dos acordos, que são precisamente os elementos que dão lugar a soluções bem determinadas na realidade efetiva.

Tenhamos presente, por outro lado, que as situações oligopolistas são, de longa data, as mais comuns nos modernos mercados capitalistas nos quais o desenvolvimento industrial reduziu a poucas unidades de grandes dimensões o número das firmas presentes em cada mercado.

As graves deficiências da teoria da concorrência monopolista e a afirmação da indeterminação que a teoria é obrigada a alcançar em todos os casos em que tenham lugar situações oligopolistas levam a se concluir que a revisão crítica da teoria das formas de mercado, que apareceu no período entre as duas guerras, se pôde constituir a base de uma descrição mais cuidadosa do mercado capitalista, não forneceu entretanto desse mercado uma teoria no sentido próprio da palavra. Deve-se antes acrescentar que essa espé-

cie de diferença, presente na teoria que examinamos, entre a aderência à realidade e a inconsistência teórica, faz nascer a dúvida de que no mercado capitalista seja possível a teoria, em conseqüência de alguma desordem congênita, cuja descoberta tornaria clara a impossibilidade da tentativa de continuar, em sentido construtivo, a crítica de Sraffa.

NOTAS

- 1 P. Sraffa, "The laws of returns under competitive conditions", in *Economic Journal*, dezembro de 1926.
- 2 J. Robinson, *Economics of imperfect competition*, Londres, 1933; E. H. Chamberlin, *The theory of monopolistic competition*, Cambridge (Mass.), 1933, 6.ª ed., 1974.
- 3 A esse respeito, cf. R. L. Hall e C. J. Hitch, "Price theory and business behaviour", no volume *Oxford studies in the price mechanism*, ed. T. Wilson e P. W. Andrews, Oxford, 1951.
- 4 Referimo-nos aqui, evidentemente, à simples possibilidade de *defiur* uma curva de demanda da firma e não ao seu grau de realismo, que foi criticado um pouco atrás.
- 5 Para uma descrição das posições clássicas sobre o oligopólio, cf. C. Napoleoni, "Oligopolio", no *Dizionario di economia politica*, Comunità, Milão, 1956, onde se encontra também uma bibliografia sobre o assunto.