

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE DIREITO  
DEPARTAMENTO DE DIREITO PRIVADO E PROCESSO CIVIL

Daniela Scheuermann Celada

**CONTROLE DE ESTRUTURAS NA ECONOMIA MOVIDA A DADOS:  
REVISANDO A ABORDAGEM DE ATOS DE CONCENTRAÇÃO ENVOLVENDO  
STARTUPS E PLATAFORMAS DIGITAIS**

Porto Alegre  
2021

DANIELA SCHEUERMANN CELADA

**CONTROLE DE ESTRUTURAS NA ECONOMIA MOVIDA A DADOS:  
REVISANDO A ABORDAGEM DE ATOS DE CONCENTRAÇÃO ENVOLVENDO  
STARTUPS E PLATAFORMAS DIGITAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais.

Orientador: Prof. Dr. Fabiano Menke

Porto Alegre  
2021

### CIP - Catalogação na Publicação

Celada, Daniela  
CONTROLE DE ESTRUTURAS NA ECONOMIA MOVIDA A DADOS:  
REVISANDO A ABORDAGEM DE ATOS DE CONCENTRAÇÃO  
ENVOLVENDO STARTUPS E SUPERPLATAFORMAS DIGITAIS /  
Daniela Celada. -- 2021.  
59 f.  
Orientador: Fabiano Menke.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade  
de Direito, Curso de Ciências Jurídicas e Sociais,  
Porto Alegre, BR-RS, 2021.

1. Direito da Concorrência. 2. Proteção de Dados.  
3. Concentração Econômica. 4. Privacidade. 5. Controle  
de Estruturas. I. Menke, Fabiano, orient. II. Título.

DANIELA SCHEUERMANN CELADA

**CONTROLE DE ESTRUTURAS NA ECONOMIA MOVIDA A DADOS:  
REVISANDO A ABORDAGEM DE ATOS DE CONCENTRAÇÃO ENVOLVENDO  
STARTUPS E SUPERPLATAFORMAS DIGITAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais.

Orientador: Prof. Dr. Fabiano Menke

**Aprovado em: 24/11/2021**

**BANCA EXAMINADORA**

---

Professor Doutor Fabiano Menke (Orientador)  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

---

Professor Doutor Luis Renato Ferreira da Silva  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

---

Professor Doutor Gerson Luiz Carlos Branco  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

## AGRADECIMENTOS

Em todas as fases da vida, fui presenteada com pessoas magníficas que me ampararam de inúmeras maneiras. O que alcançamos ou pretendemos alcançar em nossas vidas é, em grande parte, influenciado pelas pessoas ao nosso redor. É pela força e inspiração, que muitas vezes elas sequer percebem que me concederam e me concedem, que todas as minhas pequenas conquistas foram e seguem sendo possíveis.

Agradeço aos professores da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em especial Claudia Lima Marques, Luis Renato Ferreira da Silva, Rafael Dresch e meu orientador Fabiano Menke, que, além de terem marcado e inspirado minha trajetória ao longo de alguns dos meus projetos mais relevantes, são exemplos no apoio ao desenvolvimento dos alunos, sempre nos incentivando e alargando horizontes.

Às minhas amigas e amigos que me acompanham desde os tempos de Fundação Liberato, vocês foram imprescindíveis ao longo da jornada. Vocês são geniais e representam a melhor parte de mim. A amizade de vocês é um privilégio e uma honra.

Agradeço à Universidade de Leiden e seu corpo docente, que me proporcionou uma experiência verdadeiramente transformadora e que plantou a semente do pensamento crítico a respeito do tema de que trata este trabalho.

Aos meus ex-colegas e chefes do escritório TozziniFreire, agradeço por terem proporcionado a minha identificação com o Direito Empresarial, por serem profissionais éticos e de altíssimo nível em quem posso me espelhar, e por terem se tornado grandes amigos. Levo os ensinamentos para a vida toda.

À Leonela Sauter Soares, em especial, agradeço por mais coisas do que posso listar neste curto espaço. Obrigada por toda a confiança que depositou em mim e por sempre me incentivar a alçar voos altos.

Aos meus colegas da equipe do Foreign Direct Investment International Arbitration Moot, todos geniais, que foram essenciais em uma trajetória que envolveu uma dedicação imensurável, histórias inesquecíveis, e muito crescimento pessoal e profissional. Foi um privilégio ser parte desse time.

Por fim, agradeço aos meus pais, que, por muitas vezes, abdicaram dos seus próprios sonhos para realizar os meus, e nunca mediram esforços para me proporcionar as melhores condições para meu desenvolvimento pessoal e acadêmico. Eu amo vocês.

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

<b>ACCC</b>	<i>Australian Competition and Consumer Commission</i>
<b>ADLC</b>	<i>Autorité de la concurrence</i>
<b>ANPD</b>	Autoridade Nacional de Proteção de Dados
<b>CADE</b>	Conselho Administrativo de Defesa Econômica
<b>CMA</b>	<i>Competition and Markets Authority</i>
<b>CNIL</b>	<i>Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés</i>
<b>EDPS</b>	<i>European Data Protection Supervisor</i>
<b>GAFAM</b>	Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft
<b>ICO</b>	<i>Information Commissioner's Office</i>
<b>LGPD</b>	Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018)
<b>M&amp;A</b>	<i>Mergers and Acquisitions</i> (fusões e aquisições)
<b>OCDE</b>	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
<b>OECD</b>	<i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i>

## RESUMO

Este trabalho é dedicado ao estudo dos desafios concorrenciais trazidos pelo mercado digital, em especial no que toca à análise antitruste de aquisições de startups por plataformas como Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft (GAFAM). Na primeira parte, avalia-se como foi possível a consolidação de um poder estável e extraordinários por essas plataformas, focando na contribuição de fatores como (i) a exploração econômica dos dados pessoais e a falta, por muito tempo, de políticas adequadas de proteção de dados; (ii) a dinâmica peculiar dos mercados digitais e efeitos de rede; e (iii) uma estratégia consistente de aquisições de startups que incluiu a eliminação de concorrência potencial. A segunda parte busca relacionar o debate concorrencial com questões relativas à proteção do consumidor e, especialmente, à proteção de dados, tendo em vista os impactos das aquisições centradas em dados nessas áreas. Na terceira parte avaliam-se as deficiências dos parâmetros tradicionais do direito antitruste, centrados em critérios como preço e faturamento, na captura e análise de atos de concentração sensíveis no mercado digital. Por fim, explanam-se os argumentos para a revisão dos critérios de notificação antitruste e a necessidade de uma análise mais atualizada, refinada e abrangente das operações de M&A envolvendo startups e empresas do ramo de tecnologia, em cooperação com autoridades de proteção de dados pessoais, considerando os potenciais amplos efeitos do manejo das bases de dados decorrentes dessas aquisições.

**Palavras-chave:** proteção de dados, antitruste, privacidade, concentração econômica, monopólios, startups, efeitos de rede.

## ABSTRACT

This paper examines the competitive challenges of digital markets, focusing on the assessment of startup acquisitions by digital firms such as Google, Amazon, Facebook, Apple and Microsoft (GAFAM). Firstly, the paper analyses how these platforms were allowed to consolidate a stable and extraordinary power, focusing on the contribution of factors such as (i) economic exploitation of personal data and the lack of adequate data protection policies; (ii) the distinctive characteristics of digital markets and network effects; and (iii) a consistent startup acquisition strategy, which included elimination of potential competition. Secondly, the paper maps the relationship between antitrust, consumer protection and data protection, considering the impacts of data-driven mergers in these areas. Thirdly, it identifies the problems of the traditional price-centered antitrust approach in detecting and assessing acquisitions of startups in digital markets. Finally, the paper reviews the arguments for changing turnover-based thresholds and for refining the assessment of transactions involving startups and digital platforms, as well as the need for cooperation with data protection authorities to deal with the effects of data endowment facilitated by mergers and acquisitions.

**Keywords:** data protection, antitrust, privacy, economic concentration, monopolies, startups, network effects.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>1. A CONSOLIDAÇÃO DO PODER DAS PLATAFORMAS DIGITAIS.....</b>	<b>14</b>
1.1. CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS DA ECONOMIA DIGITAL .....	14
<b>1.1.1 Mercados de múltiplos lados, efeitos de rede e feedback loops .....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.2 O papel dos dados .....</b>	<b>17</b>
1.2. BARREIRAS DE ENTRADAS VS COMPETIÇÃO DINÂMICA: PODEM NOVOS ENTRANTES DESAFIAR O PODER DE MERCADO DAS PLATAFORMAS DOMINANTES? .....	21
1.3. ESTRATÉGIA DE AQUISIÇÃO DE STARTUPS .....	23
<b>2. A EMERGÊNCIA DE QUESTÕES RELACIONADAS À PRIVACIDADE E À PROTEÇÃO DE DADOS NO DEBATE DO DIREITO ANTITRUSTE .....</b>	<b>26</b>
2.1. A TUTELA DO CONSUMIDOR PELA DEFESA DA CONCORRÊNCIA.....	27
2.2. O PAPEL DA PRIVACIDADE E DA PROTEÇÃO DE DADOS NO PROCESSO COMPETITIVO: RELACIONANDO OS DANOS À PRIVACIDADE AOS DANOS À CONCORRÊNCIA.....	30
2.3. LGPD: GUIA NORMATIVO? .....	34
<b>3. DIFICULDADES E POSSIBILIDADES PARA O CONTROLE DE ESTRUTURAS NA ECONOMIA DIGITAL .....</b>	<b>37</b>
3.1. INADEQUAÇÃO DA ANÁLISE MERAMENTE ECONÔMICA DAS OPERAÇÕES	38
3.2. REVISÃO DOS CRITÉRIOS DE NOTIFICAÇÃO.....	40
3.3. AVALIAÇÃO DO POTENCIAL ANTICOMPETITIVO DAS OPERAÇÕES .....	42
3.4. COOPERAÇÃO ENTRE CADE E ANPD .....	46
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>49</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>51</b>

## INTRODUÇÃO

As plataformas digitais, assim como as startups em geral, ocupam um papel cada vez mais importante na economia moderna e, sem dúvida, trouxeram inovações e benefícios significativos para os consumidores. A digitalização e as constantes inovações tecnológicas oferecem um enorme potencial para melhorar a qualidade de vida das pessoas e para fazer negócios de forma mais eficiente. Em contraste às inovações positivas trazidas pela economia digital, novos problemas e novas formas de poder nunca antes visualizados também surgiram. Por isso, diversos atores mundiais estão debatendo como adaptar as leis e regulamentações existentes ao mundo digital, no qual a tecnologia e os dados pessoais são a base dos modelos de negócios e influenciam todos os aspectos das relações econômicas, políticas e sociais.

Durante a década dos anos 2010, empresas como Facebook, Amazon, Google (Alphabet) e Apple se tornaram incrivelmente poderosas ao coletar e explorar economicamente os dados de usuários. Hoje, muitos pequenos negócios e nossos sistemas de comunicação se veem praticamente dependentes dessas plataformas, de modo que qualquer interrupção e alteração nos serviços das mesmas pode causar impactos drásticos<sup>1</sup>. Em vez de se falar sobre monopólios no sentido tradicional, emerge o conceito de *data-opolies* (“dadopólios”) para descrever o poder concentrado dessas gigantes da tecnologia<sup>2</sup>. Essa concentração foi favorecida pela maneira pela qual os dados são explorados e pela dinâmica dos mercados de múltiplos lados e efeitos de rede, onde a concorrência deixa de ser por uma parte do mercado, e passa a ser *pelo* mercado como um todo (ao menos até o surgimento de uma nova tecnologia que altere a dinâmica do mercado)<sup>3</sup>.

Percebe-se que no mercado digital existe uma relação direta entre o crescimento econômico e a privacidade dos usuários, afinal se utiliza das próprias informações para se aprimorar o mercado. Os dados representam uma vantagem significativa: a tecnologia de *big data* pode permitir uma orquestração econômica na medida em que facilita identificar e neutralizar concorrentes antes que se tornem uma ameaça real no mercado, assim como prever

---

<sup>1</sup> GOMES, Jaydson. *Queda de WhatsApp, Facebook e Instagram ressalta necessidade de debater a descentralização da internet*. Gáucha ZH, Porto Alegre, 07 out. 2021. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2021/10/queda-de-whatsapp-facebook-e-instagram-ressalta-necessidade-de-debater-a-descentralizacao-da-internet-ckugzhehw0027019meu466ay0.html>>. Acesso em: 09 out. 2021.

<sup>2</sup> STUCKE, Maurice E.. *Should We Be Concerned About Data-Opolies?*. 2018. p. 285-286. Disponível em: <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3144045](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3144045)>. Acesso em: 20 out. 2019.

<sup>3</sup> KADAR, Massimiliano. *European Union competition law in the digital era*. Zeitschrift für Wettbewerbsrecht, v. 4, 2015, p. 349. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2703062>>. Acesso em: 12 ago. 2020.

e controlar as condutas dos consumidores, encorajando-os a adquirir bens e serviços, ou, até mesmo, a adotar certas posturas políticas. Por esses motivos, observa-se uma disputa agressiva por dados, que ocorre tanto através de políticas de privacidade questionáveis, quanto através de aquisições de empresas menores. De fato, chama a atenção o grande número de aquisições de startups feitas pelas gigantes de tecnologia na última década<sup>4</sup>, muitas vezes envolvendo o pagamento de bilhões de dólares para a compra de empresas deficitárias.

Algumas dessas aquisições efetivamente eliminaram concorrentes atuais ou potenciais, permitiram à empresa dominante neutralizar ameaças competitivas ou a descontinuar um produto subjacente —prática conhecida como “killer acquisition”<sup>5</sup>. Ainda assim, a maioria dessas aquisições não passaram pelo escrutínio de autoridades antitruste devido à característica de baixo faturamento das startups. Quando passaram, foram autorizadas sem nenhuma restrição rigorosa, em razão da tese de existência de benefícios aos consumidores e de inexistência de um problema fundamental de infração à ordem econômica, apoiada na ideia tradicional de que só há prejuízo à concorrência caso a concentração econômica provoque aumento dos preços<sup>6</sup>.

A falta de intervenção das autoridades antitruste, que, até então, preferiram se limitar a ficar estreitamente “em seu quadrado”, deixando de se envolver com a forma na qual os dados são coletados e utilizados por gigantes digitais e outros atores no setor de tecnologia, favoreceu um contexto de “*competition washing*” e “*privacy washing*”. Diante disso, cada vez mais acadêmicos, operadores do direito e economistas estão criticando os atuais valores tutelados pelo direito da concorrência<sup>7</sup>, e argumentando pela necessidade de novas ferramentas para uma aplicação mais severa do direito antitruste para garantir a contestabilidade das plataformas de dados. Além disso, ganha destaque o argumento de que as agências antitruste precisam integrar

---

<sup>4</sup> WU, Tim; THOMPSON, Stuart A. *The Roots of Big Tech Run Disturbingly Deep*, N.Y. TIMES, jun. 2019. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/interactive/2019/06/07/opinion/google-facebook-mergers-acquisitions-antitrust.html>> . Acesso em 20 mai 2020.

<sup>5</sup> UNITED STATES OF AMERICA. Subcommittee on Antitrust, Commercial and Administrative Law of The Committee on The Judiciary. *Investigation of competition in digital markets*. 2020. Disponível em: <<https://int.nyt.com/data/documenttools/house-antitrust-report-on-big-tech/b2ec22cf340e1af1/full.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2020.

<sup>6</sup> ZANATTA, Rafael; ABRAMOVAY, Ricardo. *Dados, vícios e concorrência: repensando o jogo das economias digitais*. Estudos Avançados, São Paulo, v. 33, n. 96, p. 421-446, 2019. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142019000200421&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142019000200421&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 10 jun. 2020.

<sup>7</sup> Ao exemplo do “Neo-Brandeisian Movement”, conhecido como Hipster Antitrust: WU, Tim. *The Curse of Bigness: Antitrust in the new gilded age*. Nova Iorque: Columbia Global Reports, 2018.

a privacidade à análise antitruste e cooperar com os reguladores de proteção de dados se quiserem ter uma chance de lidar com as consequências causadas pelo manejo de dados<sup>8</sup>.

Este trabalho se propõe justamente a adentrar nesse debate, concentrando-se no estudo dos impactos da nova realidade econômica no controle de estruturas do setor digital, assim como de perspectivas para uma adequação das lentes clássicas de análise de atos de concentração. Especificamente, busca-se responder a seguinte pergunta de pesquisa: no contexto de aquisições de startups em mercados digitais, os parâmetros tradicionais do controle de estruturas conseguem compreender adequadamente as possíveis implicações do manejo de dados ou deveriam ser revisados? A hipótese que orienta o trabalho é que as aquisições de startups por superplataformas digitais podem suscitar riscos competitivos significativos que os métodos atuais de análise estão falhando em captar por não compreenderem adequadamente a dinâmica dos mercados digitais.

A fim de construir uma resposta abrangente a esta pergunta, estruturou-se o trabalho em três partes. Na primeira parte, por meio de análise documental e revisão bibliográfica, avalia-se o sistema que permitiu a consolidação, pelas grandes plataformas digitais, de um poder extraordinário e estável ao longo do tempo. Para tanto, começa-se investigando as características distintivas dos mercados digitais (1.1.) e a dinâmica da concorrência nesses mercados, notadamente questionando se haveria espaço para startups competirem e desafiar a posição dominante das principais plataformas digitais (1.2.). Após, examina-se a estratégia de aquisições de startups pelas empresas GAFAM (1.3.).

A segunda parte busca relacionar o debate concorrencial com questões relativas à proteção do consumidor e, especialmente, à proteção de dados, tendo em vista os impactos das aquisições centradas em dados nessas áreas. Revisa-se o entendimento doutrinário sobre a maneira pela qual deve se dar a tutela do consumidor pelo direito da concorrência (2.1.) e como a proteção de dados interfere no processo competitivo (2.2.). Ao final do capítulo, analisa-se como a legislação de proteção de dados poderia guiar a aplicação do direito da concorrência (2.3.).

Na terceira parte, avaliam-se as deficiências dos parâmetros tradicionais do direito antitruste, centrados em critérios como preço e faturamento, na captura e análise de atos de concentração sensíveis no mercado digital (3.1.). Em seguida, explanam-se os argumentos e perspectivas para a revisão dos critérios de notificação antitruste (3.1.) e para uma análise mais

---

<sup>8</sup> CAFARRA, Cristina; RYAN, Johnny. *Why privacy experts need a place at the antitrust table*. Promarket, Chicago, 28 jul. 2021. Disponível em: < <https://promarket.org/2021/07/28/privacy-experts-antitrust-data-harms-digital-platforms/> > Acesso em: 09 out. 2021.

refinada e abrangente das operações de M&A envolvendo startups e empresas do ramo de tecnologia, considerando as dificuldades de avaliar o potencial anticompetitivo dessas operações (3.3.). Por fim, expõem-se as perspectivas para cooperação entre autoridades de defesa da concorrência com autoridades de proteção de dados pessoais, mormente CADE e ANPD (3.4.).

## 1. A CONSOLIDAÇÃO DO PODER DAS PLATAFORMAS DIGITAIS

Embora a economia digital compreenda diversos mercados, a maioria deles se caracteriza por ser altamente concentrado, ficando na mão de pouquíssimos atores<sup>9</sup>. Legisladores ao redor do mundo têm demonstrado cada vez mais preocupação com o fato de que algumas empresas, que uma vez eram pequenas startups “de garagens” que desafiavam o *status quo*, tornaram-se verdadeiros monopólios, com um nível preocupante de poder e influência sobre a economia, a sociedade e a democracia<sup>10</sup>. Tim Wu argumenta que o poder concentrado nas mãos de poucos atores privados tornou-se uma ameaça e “*uma barreira para a prosperidade generalizada e uma divisão indefensável dos solos do progresso e da segurança econômica que produz o florescimento humano*”<sup>11</sup>. Para que se compreenda o tamanho do poder econômico e social detido pelas empresas GAFAM, basta observar que o faturamento de cada uma dessas companhias é estimado em cerca de USD 1 trilhão, ou seja, o grupo poderia rivalizar com o PIB de países como o Japão<sup>12</sup>.

Esta seção dedica-se a identificar as características distintivas do mercado das plataformas digitais que favorecem a consolidação de um poder estável e massivo por essas empresas (1.1.). Ainda, questiona se, no atual panorama concorrencial desse mercado, as startups conseguem competir e contestar o poder das grandes plataformas digitais (1.2.). Por fim, discorre sobre a estratégia de aquisições de startups na expansão de negócios e consolidação de posição dominante das plataformas digitais (1.3.).

### 1.1. CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS DA ECONOMIA DIGITAL

É inegável que os novos modelos de negócios impulsionados pelas plataformas digitais levaram quase todos os setores da economia mundial à disrupção, trazendo uma ampla gama

---

<sup>9</sup> CRÉMER, Jacques et al. *Competition policy for the digital era*. European Commission Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2020; GEORGE J. STIGLER CENTER FOR THE STUDY OF THE ECONOMY AND THE STATE (Estados Unidos). *Stigler Committee on Digital Platforms: Final Report*. 2019. Disponível em: <<https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/digital-platforms---committee-report---stigler-center.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2020.

<sup>10</sup> WARREN, Elizabeth. *Here's how we can break up Big Tech*. Medium, 08 mar. 2019. Disponível em: <<https://medium.com/@teamwarren/heres-how-we-can-break-up-big-tech-9ad9e0da324c>>. Acesso em: 09 set. 2021.

<sup>11</sup> WU, Tim. *The Utah Statement: Reviving Antimonopoly Traditions for the Era of Big Tech*. Medium, 18 nov. 2019. Disponível em: <<https://onezero.medium.com/the-utah-statement-reviving-antimonopoly-traditions-for-the-era-of-big-tech-e6be198012d7>> Acesso em: 18 out. 2020.

<sup>12</sup> ATLAS MAGAZINE. *GAFAMs' market capitalization*. Disponível em: <<https://www.atlas-mag.net/en/article/gafams-market-capitalization>>. Acesso em: 10 out. 2021.

de benefícios para a sociedade. As pessoas podem se comunicar facilmente de qualquer lugar no mundo, as transações e custos de transporte foram reduzidos, boa parte da população mundial conta com amplo acesso à informação e os consumidores podem desfrutar de uma maior variedade de opções em termos de quantidade e preço.

Por outro lado, constatamos um paradoxo: a *world wide web*, um dispositivo que se destinava a fortalecer um sistema informativo descentralizado e capaz de aprimorar o funcionamento do mercado, acabou por se transformar em um meio pelo qual alguns poucos atores econômicos conseguem, a partir de massas gigantescas de informações, antecipar as escolhas dos consumidores<sup>13</sup>. Daí a emergência do crescente debate acerca das mudanças na dinâmica concorrencial *online*, a necessidade de reduzir o poder dos titãs da tecnologia e possíveis soluções para os problemas de proteção de dados envolvidos<sup>14</sup>. Ao examinar as características específicas das plataformas digitais, é possível ter uma melhor compreensão a respeito de seu efeito na dinâmica de concorrência. Para tanto, são traçadas algumas considerações acerca dos mercados de múltiplos lados, efeitos de rede e feedback loops (1.1.1.), assim como o papel de dados enquanto principal ativo da economia digital (1.1.2.).

### 1.1.1 Mercados de múltiplos lados, efeitos de rede e feedback loops

As plataformas digitais frequentemente operam em mercados de dois ou mais lados. Dessa forma, em seu princípio, precisam enfrentar o “problema do ovo e da galinha”: o lado A da plataforma, ao qual é oferecido acesso a serviços “gratuitos” (usuários ou “*free side*”) deve embarcar ao mesmo tempo que o lado B (anunciantes ou “*paying side*”).

Superado isso, observamos os efeitos de rede: isto é, o valor que os consumidores de um lado do mercado dão à plataforma aumenta com o número de consumidores do outro lado do mercado<sup>15</sup>. Os efeitos de rede podem ser diretos ou indiretos. De maneira simplificada, os efeitos de rede diretos podem ser comparados ao efeito ocorrido ao aprendermos uma segunda

---

<sup>13</sup> ZANATTA, Rafael.; ABRAMOVAY, Ricardo. *Dados, vícios e concorrência: repensando o jogo das economias digitais*. Estudos Avançados, São Paulo, v. 33, n. 96, p. 421-446, 2019. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142019000200421&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142019000200421&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 10 jun. 2020.

<sup>14</sup> CRÉMER, Jacques et al. *Competition policy for the digital era*. European Commission Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2020.; GEORGE J. STIGLER CENTER FOR THE STUDY OF THE ECONOMY AND THE STATE (Estados Unidos). *Stigler Committee on Digital Platforms: Final Report*. 2019. Disponível em: <<https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/digital-platforms---committee-report---stigler-center.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2020.

<sup>15</sup> EVANS, David et al. *Platform economics: Essays on multi-sided businesses*. Competition Policy International, 2011. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=1974020>>. Acesso em: 10 out. 2020.

língua: quanto mais pessoas a falarem, mais útil ela se torna<sup>16</sup>. Já os efeitos de rede indiretos ocorrem da seguinte forma: quanto mais a plataforma consegue captar usuários e prender sua atenção, mais atrativa ela se tornará para os anunciantes ou comerciantes do outro lado da plataforma. Nesse sentido, nota-se que há uma atratividade enorme na utilização das plataformas Facebook, Instagram e WhatsApp em razão do número de pessoas que as utilizam. Como consequência, o comércio e setor privado se vê dependente delas para relacionamento com consumidores e clientes e, da mesma forma, a indústria de propaganda se vê sem escolha, a não ser migrar para as plataformas.

Conforme referido pela OCDE, especialmente no contexto de mercados movidos a dados, os efeitos de rede são reforçados por dois ciclos de retroalimentação (*feedback loops*), os quais se assemelham a um fenômeno *de learning-by-doing*: (i) “*user feedback loop*” e (ii) “*monetisation feedback loop*”<sup>17</sup>. Uma plataforma que possui maior número de usuários atrai ainda mais consumidores não apenas em razão desse número, mas também porque consegue coletar mais dados para melhorar a qualidade dos seus serviços e, dessa forma, conquistar novos usuários. Ainda, plataformas que exploram dados de usuários também conseguem melhorar o direcionamento de anúncios e monetizar os serviços, obtendo mais recursos para investir em sua qualidade e, novamente, atrair mais potenciais usuários e mais anunciantes. Tudo isso fomenta a coleta de mais dados, que também propicia o aumento de produtos e/ou serviços complementares que agregam valor à plataforma<sup>18</sup>, atraindo mais usuários e anunciantes.

Esses ciclos intermináveis levam a um considerável crescimento da plataforma e podem fazer com que fique muito difícil para potenciais entrantes e rivais competirem contra um operador estabelecido no mercado<sup>19</sup>. Uma vez que uma plataforma alcança uma *massa crítica* de usuários, o efeito de rede conjugado com economias de escala e de escopo (custo de produção e expansão em outros setores diminui ao passo que a empresa cresce) faz com que o mercado como um todo se “incline” a tal plataforma (fenômeno de *market tipping*), o que pode conduzir a uma significativa posição dominante, a ponto de caracterizar a plataforma como um

---

<sup>16</sup> CRAVO, Daniela Copetti. *Direito à Portabilidade de Dados*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018. p. 76.

<sup>17</sup> ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). *Big data: Bringing Competition Policy to the Digital Era*. Background note by the OECD Secretariat, 2016, p. 10. Disponível em: <[www.oecd.org/daf/competition/big-data-bringing-competition-policy-to-the-digital-era.htm](http://www.oecd.org/daf/competition/big-data-bringing-competition-policy-to-the-digital-era.htm)>. Acesso em: 27 maio 2020.

<sup>18</sup> KATZ, Michael L.; SHAPIRO, Carl. *Network externalities, competition and compatibility*. *The American economic review*, v. 75, n. 3, 1985. p. 424-440.

<sup>19</sup> ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). *Big data: Bringing Competition Policy to the Digital Era*. Executive Summary by the OECD Secretariat, 2016, p. 10. Disponível em: <[www.oecd.org/daf/competition/big-data-bringing-competition-policy-to-the-digital-era.htm](http://www.oecd.org/daf/competition/big-data-bringing-competition-policy-to-the-digital-era.htm)>. Acesso em: 27 maio 2020.

monopólio natural<sup>20</sup>. Assim, conforme aponta Daniela Cravo, “*mesmo que haja um competidor mais eficiente, com tecnologia superior ou preços mais atraentes, não haverá necessariamente a troca de fornecedor, uma vez que seria necessária a migração da maioria dos usuários, já que a experiência depende desses coletivamente*”<sup>21</sup>.

Destarte, os efeitos de rede podem ser benéficos no curto prazo, aumentando a utilidade para consumo, mas, ao mesmo tempo, tendem a facilitar o alcance de uma posição dominante e a reforçar barreiras de entrada, o que, na ausência de intervenção adequada, pode gerar efeitos negativos para a concorrência e para a inovação no longo prazo<sup>22</sup>.

### 1.1.2 O papel dos dados

Conforme visto, os dados desempenham um papel fundamental no modelo de negócios das plataformas digitais, sendo considerados a “nova moeda”<sup>23</sup> ou “novo petróleo”<sup>24</sup> da economia digital. É comum, então, que as plataformas digitais ofereçam seus serviços ou produtos por um preço monetário “zero” de um lado do mercado, estando, na outra metade do sinalagma contratual, a nossa atenção<sup>25</sup> e a degradação da nossa privacidade com o fornecimento de informações pessoais<sup>26</sup>.

Para extrair valor dos dados pessoais, as plataformas geralmente utilizam três estratégias principais ou uma combinação delas: (i) “*enhanced advertising*”, ou seja, utilização dos dados para auxiliar os anunciantes a direcionar suas publicidades; (ii) “*e-ethnography*”, que consiste na utilização dos dados para aprimorar os serviços e/ou produtos principais e desenvolver seu relacionamento com os usuários (aqui, a estratégia não gera diretamente um fluxo de receitas a

<sup>20</sup> BAGNOLI, Vicente. *Concorrência na era digital*. In: ANDREOLI, Daniel Oliveira (Org.); HONDA, Joyce Midori (Org.). *A Concorrência em Análise: Reflexões dos membros da CECORE/OAB-SP Comissão de Estudos da Concorrência e Regulação Econômica - OAB/SP*. São Paulo: Scortecci, 2018. p. 169.

<sup>21</sup> CRAVO, Daniela Copetti. *Direito à Portabilidade de Dados*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018. p. 77.

<sup>22</sup> HARBOUR, Pamela Jones; KOSLOV, Tara Isa. *Section 2 in a Web 2.0 World: An Expanded Vision of Relevant Product Markets*. *Antitrust Law Journal*, v.76, n. 3, p. 769-797, 2010. Disponível em: <[https://www.jstor.org/stable/40843729?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/40843729?seq=1#page_scan_tab_contents)>. Acesso em: 17 nov. 2020.

<sup>23</sup> VESTAGER, Margrethe. *Competition in a big data world*. 2016. Disponível em: <[https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/vestager/announcements/competition-big-dataworld\\_en](https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/vestager/announcements/competition-big-dataworld_en)>. Acesso em: 04 out. 2020.

<sup>24</sup> THE ECONOMIST. *The world's most valuable resource is no longer oil, but data*. 2017. Disponível em: <<https://www.economist.com/leaders/2017/05/06/the-worlds-most-valuable-resource-is-no-longer-oil-but-data>>. Acesso em: 10 out. 2020.

<sup>25</sup> NEWMAN, John M. *Antitrust in Zero-Price Markets: Foundations*. *University of Pennsylvania Law Review*, v. 164, 2015.

<sup>26</sup> GERADIN, Damien; KUSCHEWSKY, Monica. *Competition Law and Personal Data: Preliminary Thoughts on a Complex Issue*. 2013. Disponível em: <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2216088](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2216088)>. Acesso em: 10 jun. 2020.

partir dos dados, os quais são considerados um subproduto (*by-product*) que as empresas utilizam internamente); e (iii) “*data trading*”, isto é, venda de dados para terceiros<sup>27</sup>.

Evgeny Morozov explica que essa indústria se dedica a escavar nossas emoções e usar nossas relações sociais como matéria-prima<sup>28</sup>. Isso porque, no modelo de negócios que conecta usuários a anunciantes, a plataforma precisa atrair a atenção das pessoas para que elas façam escolhas convenientes aos anunciantes, o que é referido por Tim Wu como “economia da atenção”<sup>29</sup>. A utilização dos dados vai além de submeter os usuários às propagandas, pois o conhecimento profundo das características do usuário, inclusive no que diz respeito às suas fragilidades, pode ser utilizado para manipular emoções, crenças e opiniões para os fins mais diversos, inclusive políticos. Nesse sentido, Shoshana Zuboff, professora da *Harvard Business School*, afirma que isso caracteriza a nova ordem econômica do “capitalismo de vigilância”, onde a experiência humana é convertida em dados que servem para construir modelos para cada ser humano, os quais, por sua vez, são usados prever e influenciar o comportamento e “práticas comerciais ocultas de extração, previsão e venda”<sup>30</sup>.

Certo é que há um empenho em analisar os dados dos usuários para prever exatamente o que estarão mais interessados em serem ofertados, ao mesmo tempo em que se procura prender ao máximo a atenção e orquestrar os impulsos dos consumidores. Essa sistemática foi expressa por Mark Zuckerberg, fundador do Facebook:

[...] com base no que as pessoas clicam, quais páginas curtem e outros sinais, criamos categorias - por exemplo, pessoas que gostam de páginas sobre jardinagem e vivem na Espanha - e então cobramos de anunciantes para mostrar anúncios para esse grupo de pessoas. Embora propaganda para grupos específicos exista muito antes de a internet existir, a publicidade online permite um direcionamento muito mais preciso e, assim, anúncios mais relevantes.<sup>31</sup>

Assim, o acesso a um amplo banco de dados possibilita uma melhor compreensão das necessidades e preferências dos clientes, o que permite criar produtos de maior qualidade, aumentar a produtividade, melhorar a personalização dos produtos e facilitar novos negócios e

<sup>27</sup> TRABUCCHI, Daniel; BUGANZA; Tommaso; PELLIZZONI, Elena. *Give away your digital services*. Research-Technology Management, v. 60, n.2, p. 43-52, 2017. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08956308.2017.1276390?scroll=top&needAccess=true>>. Acesso em: 20 de outubro de 2020.

<sup>28</sup> MOROZOV, Evgyny. *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: Ubu, 2018.

<sup>29</sup> WU, Tim. *The attention merchants: the epic scramble to get inside our heads*. Nova Iorque: Knopf, 2016.

<sup>30</sup> ZUBOFF, Shoshana. *The Age of Surveillance Capitalism*. The fight for a human future at the new frontier of power. New York: Public Affairs, 2019 [livro eletrônico].

<sup>31</sup> ZUCKERBERG, Mark. *Um olhar sobre o modelo de negócios do Facebook*. Folha de São Paulo, 24 jan. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2019/01/um-olhar-sobre-o-modelo-de-negocio-do-facebook.shtml>>. Acesso em 10 out. 2020.

oportunidades<sup>32</sup>. Conseqüentemente, os dados tornam-se uma importante vantagem competitiva para os operadores dominantes consolidarem ainda mais sua posição e expandirem negócios em mercados atuais e adjacentes por meio dos *feedback loops*<sup>33</sup>.

Há quem argumente que os dados não representam qualquer vantagem competitiva ou barreira de entrada, já que estariam “a um clique de distância” uma vez que “são ubíquos, de baixo custo, e amplamente disponíveis”. Portanto, qualquer um conseguiria desbancar o Facebook, tal como o Facebook desbancou o MySpace em 2007, e os pedidos de mais intervenção em plataformas digitais seriam meramente “*populismo antitruste*”<sup>34</sup>. Esse argumento perde força quando consideramos que, mesmo que haja alguma dispersão nos dados coletados por diferentes plataformas, somente os atores que possuem massas gigantescas de informações são capazes de desenvolver, com as tecnologias adequadas, a capacidade analítica de estabelecer as conexões necessárias para que os dados façam sentido<sup>35</sup>. De nada adianta ter acesso aos dados se não há condições de transformá-los, de forma competitiva, em informações úteis. Ainda, se os dados realmente fossem amplamente disponíveis, empresas não incorreriam em custos ou ofereceriam serviços “preço zero” para obtê-los e se manterem competitivos<sup>36</sup>.

Inge Graef sustenta que os dados não estão igualmente disponíveis para todos os concorrentes no mercado e os provedores de serviços online podem, por exemplo, excluir outros, impedindo ou restringindo o acesso a informações para as quais poucos ou nenhum substituto está disponível. Em verdade, as empresas cujo modelo de negócios é baseado na coleta e monetização de dados pessoais têm incentivos para manter seus conjuntos de dados para si próprios<sup>37</sup>. Nesse sentido, como já havia alertado Tom Bernes-Lee —conhecido como inventor da *World Wide Web*— os provedores, ao reunirem informações divulgadas pelos usuários em bancos de dados e reutilizá-las para fornecer serviços de valor agregado somente

---

<sup>32</sup> FURMAN, Jason et al. *Unlocking digital competition* - Report of the Digital Competition Expert Panel, 2019. Disponível em: <[https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/785547/unlocking\\_digital\\_competition\\_furman\\_review\\_web.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf)>. Acesso em: 20 out. 2020.

<sup>33</sup> Ibid.

<sup>34</sup> LAMADRID, Alfonso; VILLIERS, Sam. *Big Data, Privacy and Competition Law: Do Competition Authorities know how to do it?* Competition Policy International, Antitrust Chronicle, 2017, p. 3.

<sup>35</sup> ZANATTA, Rafael; ABRAMOVAY, Ricardo. *Dados, vícios e concorrência: repensando o jogo das economias digitais*. Estudos Avançados, São Paulo, v. 33, n. 96, p. 421-446, 2019. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142019000200421&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142019000200421&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 10 jun. 2020.

<sup>36</sup> STUCKE, Maurice E.; GRUNES, Allen P.. *Big Data and Competition Policy*. 2016. p. 8. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/308970973\\_Big\\_Data\\_and\\_Competition\\_Policy](https://www.researchgate.net/publication/308970973_Big_Data_and_Competition_Policy)>. Acesso em: 14 out. 2020.

<sup>37</sup> GRAEF, Inge. *Market Definition and Market Power in Data: The Case of Online Platforms*, World Competition Journal, v. 38 n. 4, 2015, p 479; CRAVO, Daniela Copetti. *Direito à Portabilidade de Dados*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018. p. 79.

dentro de suas próprias plataformas, criam silos fechados que podem levar à fragmentação da Web e ameaçar sua existência como um espaço único e universal de informação<sup>38</sup>.

Pode-se visualizar o *big data* como uma vantagem significativa na medida em que permite que as plataformas dominantes supervisionem (ou prevejam) não apenas o comportamento dos consumidores e as tendências do mercado, mas também o desenvolvimento de concorrentes e a emergência de ameaças. Efetivamente, os dados pessoais tem consequências econômicas sobre a dinâmica de concorrência entre plataformas digitais, representando uma vantagem competitiva comercialmente valiosa – como demonstrado pelo valor de suas aquisições bilionárias<sup>39</sup> –, um motor para a inovação, e uma barreira de entrada para startups. Inclusive, dependendo de outras características do mercado, eles podem constituir uma *essential facility*<sup>40</sup>.

Por isso, muitos autores vêm demonstrado preocupação com a utilização dos dados para o entrincheirar de uma posição dominante, deteriorar a inovação<sup>41</sup>, o bem-estar do consumidor, e até mesmo a democracia<sup>42</sup>. Stucke e Grune explicam as preocupações trazidas pelo manejo de dados em mercados caracterizados por efeitos em rede:

Os modelos de negócios de muitas empresas de tecnologia dependem da coleta e monetização de dados dos consumidores. Vários efeitos de rede podem permitir que a empresa se torne tão firmemente entrincheirada, tão dominante em um determinado mercado, que tem a capacidade e o incentivo para suprimir a concorrência, inclusive insurgentes que desafiam esse modelo de negócios dependente de dados. Quando isso acontece, o incentivo para inovar e competir com os dados diminui. Os consumidores, embora continuem a obter muitos aplicativos e serviços gratuitamente, são prejudicados, inclusive pela perda de tecnologia e concorrência que promove seus interesses em relação à privacidade.<sup>43</sup>

<sup>38</sup> O GLOBO. *Primeiro ele criou a web, agora quer proteger seus dados e tirar poder das 'big techs*. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/primeiro-ele-criou-web-agora-quer-proteger-seus-dados-tirar-poder-das-big-techs-24832114>>. Acesso em: 04 mar. 2021.

<sup>39</sup> Somente a aquisição do WhatsApp pelo Facebook envolveu o pagamento de USD 19 bilhões.

<sup>40</sup> GREAF, Inge. *Data as Essential Facility: Competition and Innovation on Online Platforms*. Tese (Doutorado), KU Leuven, 2016. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/34662689.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2020.

<sup>41</sup> Conforme o jornal The Economist em publicação de setembro de 2016, o número de startups nos Estados Unidos é o menor desde a década de 1970: THE ECONOMIST. *A Giant problem: the rise of the corporate colossus threatens both competition and the legitimacy of business*. Disponível em: <<https://www.economist.com/leaders/2016/09/17/a-giant-problem>>. Acesso em: 20 mar. 2020.

<sup>42</sup> DAYEN, David. *This Budding Movement Wants to Smash Monopolies*. The Nation, 04 abr. 2017. Disponível em: <<https://www.thenation.com/article/archive/this-budding-movement-wants-to-smash-monopolies/>> Acesso em: 10 jun. 2020.

<sup>43</sup> No original: “Many tech firms’ business models depend on collecting and monetizing consumer data. Several network effects can enable the company to become so firmly entrenched, so dominant in a given market, that it has both the ability and incentive to squelch competition, including by mavericks who challenge that data-dependent business model. When that happens, the incentive to innovate and take on the data-opoly is diminished. Consumers, even though they continue to get many apps and services for free, are nonetheless harmed, including through the loss of technology and competition that advances their privacy interests”. STUCKE, Maurice; GRUNNES, Allen. *Data-opolies*, University of Tennessee Knoxville, Research Paper n.

Por envolver muitos interesses sensíveis, a discussão sobre dados é complexa e envolve também discussões sobre privacidade e incentivos apropriados aos modelos de negócios. Definir os limites dessas interfaces e desenhar as políticas adequadas estão entre os mais complexos desafios trazidos pelos mercados digitais.

## 1.2. BARREIRAS DE ENTRADAS VS COMPETIÇÃO DINÂMICA: PODEM NOVOS ENTRANTES DESAFIAR O PODER DE MERCADO DAS PLATAFORMAS DOMINANTES?

As características distintivas dos mercados digitais podem reduzir ou anular a possibilidade de empresas pequenas e jovens contestarem o poder de mercado das grandes plataformas digitais. Por isso, argumenta-se que a política de concorrência na economia digital deveria ser reavaliada, uma vez que as barreiras impostas por operadores já estabelecidos tornam muito difícil a entrada de startups no mercado, o que resulta em menos competição, danos ao bem-estar do consumidor e desaceleração do ritmo de inovação. Por outro lado, também é possível argumentar que não é necessária uma regulamentação mais rigorosa da política concorrencial, uma vez que a intensa competição dinâmica nos mercados digitais representa uma ameaça constante para o poder dos competidores conhecidos, forçando as plataformas a inovarem continuamente em benefício de seus usuários.

Os defensores do argumento das barreiras de entrada indicam que as startups estão em grande desvantagem competitiva em comparação com as plataformas dominantes. As fortes economias de escala, economias de escopo e efeitos de rede desaceleraram a competição, uma vez que favorecem apenas um grande vencedor no mercado, sendo, assim, difícil para empresas nascentes oferecerem um produto com maior qualidade sem escala semelhante<sup>44</sup>. Na mesma esteira, também é mais difícil para as startups captarem recursos, pois os investidores em capital

---

316, mar. 2017, p. 10-11. Disponível em: <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2927018](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2927018)>. Acesso em: 10 out. 2020.

<sup>44</sup> FURMAN, Jason et al. *Unlocking digital competition* - Report of the Digital Competition Expert Panel, 2019. Disponível em: <[https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/785547/unlocking\\_digital\\_competition\\_furman\\_review\\_web.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2020; GEORGE J. STIGLER CENTER FOR THE STUDY OF THE ECONOMY AND THE STATE (Estados Unidos). *Stigler Committee on Digital Platforms: Final Report*. 2019. Disponível em: <<https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/digital-platforms---committee-report---stigler-center.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2020.

de risco relutarão em disponibilizar aportes se acreditarem que a startup nunca será capaz de escalar o negócio no mesmo nível de uma plataforma digital dominante<sup>45</sup>.

Sob outra perspectiva, alguns autores argumentam que a emergência das próximas ondas inovadoras disruptivas, novas tecnologias e novas empresas são ameaças constantes ao poder de mercado das plataformas dominantes<sup>46</sup>. Nesse sentido:

Não é apenas a entrada imediata que modera as condutas nas indústrias de alta tecnologia; é também a ameaça da próxima geração de produtos e serviços que preocupa os operadores estabelecidos. Os líderes atuais devem ter sucesso em cada rodada de inovação ou perder a liderança.<sup>47</sup>

No entanto, tal argumento perde força quando a estratégia de crescimento das plataformas digitais é considerada. Uma estratégia baseada em pesquisas internas e inovação visando melhorar produtos ou expandir para novos mercados (crescimento orgânico) não vai impedir as startups de competirem<sup>48</sup>. Porém, quando a empresa dominante se empenha em crescer adquirindo outras empresas (crescimento inorgânico), as implicações para startups são diferentes, sendo mais difícil que estas permaneçam no mercado<sup>49</sup>. A vasta quantidade de dados coletados dá às plataformas uma vantagem competitiva expressiva na medida em que permite identificar tendências tecnológicas futuras e as preferências dos usuários<sup>50</sup>, o que possibilita saber quais startups podem adquirir ou neutralizar para manter sua posição de liderança<sup>51</sup>.

---

<sup>45</sup> GEORGE J. STIGLER CENTER FOR THE STUDY OF THE ECONOMY AND THE STATE (Estados Unidos). *Stigler Committee on Digital Platforms: Final Report*. 2019. Disponível em: <<https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/digital-platforms---committee-report---stigler-center.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2020.

<sup>46</sup> COYLE, Diane. *Practical competition policy implications of digital platforms*. Bennett Institute for Public Policy Cambridge working paper no. 01/2018, p. 10. Disponível em: <[https://www.bennettinstitute.cam.ac.uk/media/uploads/files/Practical\\_competition\\_policy\\_tools\\_for\\_digital\\_platforms.pdf](https://www.bennettinstitute.cam.ac.uk/media/uploads/files/Practical_competition_policy_tools_for_digital_platforms.pdf)> Acesso em: 01 ago. 2021; EVANS, David. Why the Dynamics of Competition for Online Platforms Leads to Sleepless Nights But Not Sleepy Monopolies. 2017. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=3009438>>. Acesso em: 10 out. 2020.

<sup>47</sup> No original: “It is not just immediate entry that tempers behavior in high technology industries; it is also the threat of the next generation of products and services that is of concern to incumbents. Current leaders must succeed in each round of innovation or lose leadership”. PLEATSIKAS, Christopher; TEECE, David. *The analysis of market definition and market power in the context of rapid innovation*. International Journal of Industrial Organization, p. 665-693, 2001.

<sup>48</sup> GEIS, George. *Semi-Organic Growth: Tactics and Strategies behind Google’s Success*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. 2015.

<sup>49</sup> Ibidem.

<sup>50</sup> GEORGE J. STIGLER CENTER FOR THE STUDY OF THE ECONOMY AND THE STATE (Estados Unidos). *Stigler Committee on Digital Platforms: Final Report*, p. 71, 2019. Disponível em: <<https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/digital-platforms---committee-report---stigler-center.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2020.

<sup>51</sup> FURMAN, Jason et al. *Unlocking digital competition - Report of the Digital Competition Expert Panel*, 2019. Disponível em: <[https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/785547/unlocking\\_digital\\_competition\\_furman\\_review\\_web.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2020.; GEORGE J. STIGLER CENTER FOR THE STUDY OF THE ECONOMY AND THE STATE (Estados Unidos). *Stigler Committee on Digital Platforms: Final Report*. 2019. Disponível em:

### 1.3. ESTRATÉGIA DE AQUISIÇÃO DE STARTUPS

As startups são um componente central do processo de inovação e competição do século XXI. A transição na década de 1970 da economia gerenciada (*managed economy*) — caracterizada por grandes corporações com foco na produção em massa — para a economia empresarial (*entrepreneurial economy*) colocou as startups no centro do processo de inovação<sup>52</sup>. A literatura sugere que as startups são melhores no desenvolvimento de inovações —uma vez que empresas maiores tendem a estruturar seus processos de modo a evitar risco— e, por isso, há um incentivo a se juntarem a uma empresa maior para se envolverem em inovação incremental e aprimorar um produto<sup>53</sup>. Especialmente no contexto de concorrência dinâmica das plataformas digitais, no qual a disrupção é a regra, acompanhar a inovação em ritmo acelerado é necessário para permanecer competitivo. Conforme Andersson e Xiao, “a capacidade de uma empresa para sustentar sua competitividade em um ambiente dinâmico com rápidas mudanças tecnológicas (capacidades dinâmicas) estão consequentemente ligadas à sua capacidade de criar, modificar e estender seus recursos tecnológicos”<sup>54</sup>. Daí se desprende a importância para as empresas consolidadas no mercado integrarem a inovação desenvolvida pelas entrantes. Quanto maior for uma empresa, mais difícil será desenvolver inovações disruptivas, pois seus processos e procedimentos internos tenderão à redução de risco<sup>55</sup>. Assim, as aquisições de startups surgem como a principal estratégia para integrar as mais recentes capacidades tecnológicas na empresa, além de também adquirir novos talentos<sup>56</sup>.

No entanto, a estratégia de aquisições das empresas GAFAM é uma preocupação para as autoridades que estão debatendo se é necessário rever a regulamentação do controle de estruturas no mercado digital. Entre 2004 e 2018, o grupo adquiriu 594 empresas, sendo que

---

<<https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/digital-platforms---committee-report---stigler-center.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2020.

<sup>52</sup> AUDRETSCH, David; THURIK, Roy. *A Model of the Entrepreneurial Economy*. International Journal of Entrepreneurship Education v. 2, n. 2, p. 143-166, 2001; ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). *SMEs, Entrepreneurship and Innovation*. OECD Publishing, 2010.

<sup>53</sup> BAUMOL, William. *Entrepreneurship, Innovation and Growth: The David-Goliath Symbiosis*. Journal of Entrepreneurial Finance, v. 7, n. 2, p. 1–10, 2002. Disponível em: <<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/55986/1/662358279.pdf>>. Acesso em: 10 mar 2021.

<sup>54</sup> ANDERSSON, Martin; XIAO, Jing. *Acquisitions of start-ups by incumbent businesses: A market selection process of “high-quality” entrants?* Research Policy, v. 45, n. 1, p. 274, 2016.

<sup>55</sup> SHEPPARD, Martin et al. *Why are big businesses looking to start-ups for innovation?* 2015. Disponível em: <<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2015/02/big-business-start-ups-innovation.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2020.

<sup>56</sup> ACCENTURE. *M&A: from Art to Science*. 2018. Disponível em: <[https://www.accenture.com/\\_acnmedia/PDF-117/Accenture-AS-Tech-Led-MA-Art-Science-POV.pdf](https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-117/Accenture-AS-Tech-Led-MA-Art-Science-POV.pdf)>. Acesso em: 10 ago. 2020.

503 delas (85%) eram startups. A transação com o maior valor revelado, qual seja, a compra do WhatsApp pelo Facebook, movimentou 19 bilhões de dólares<sup>57</sup>. A maioria dessas aquisições não passou por análise de ato de concentração por autoridades antitruste — e, as que passaram, foram autorizadas sem nenhum tipo de restrição importante<sup>58</sup>.

Há uma preocupação de que muitas dessas aquisições tiveram a intenção de neutralizar ameaças competitivas ou a descontinuar um produto subjacente (*killer acquisitions*)<sup>59</sup>. Vale notar que, mesmo que as startups em estágio inicial possam não representar uma competição real no mercado, elas podem ser percebidas como concorrentes em potencial. Existem algumas aquisições de startups que exigem atenção, porque os argumentos para encerrar as empresas adquiridas podem sugerir razões neutralizadoras — por exemplo, a aquisição da *tbh* pelo Facebook. A startup *tbh* foi fundada em 2013, adquirida em 2017, e fechada em 2018. Na época da aquisição, *tbh*, — um aplicativo de rede social que permitia que seus usuários enviassem elogios anônimos - estava se tornando popular entre os adolescentes. Embora o Facebook afirme que a razão por trás da decisão de encerrar o aplicativo foi o baixo uso, quando *tbh* foi retirada do mercado, ele havia sido baixado 6,4 milhões de vezes. Dois outros aplicativos, Moves e Hello, também foram encerrados pelo mesmo motivo, embora tivessem 570 mil e 13 milhões de downloads respectivamente<sup>60</sup>.

Ainda, a aquisição da Softcard — um aplicativo que permitia aos usuários fazer pagamentos pelo celular — pelo Google também pode levantar suspeitas de que a aquisição foi feita para impedir a concorrência. Em janeiro de 2015, o Google adquiriu a startup por um valor não revelado. Três meses após a aquisição, o Google anunciou que estava fechando o aplicativo porque seria substituído pela Google Wallet<sup>61</sup>. No mesmo sentido, o portal The Verge revelou uma troca de e-mails de 2012 entre o CEO do Facebook, Mark Zuckerberg, e o Diretor Financeiro da empresa, David Ebersman, sobre o objetivo da compra de empresas novas como o Instagram, apontando uma intenção de neutralizar concorrentes: “*essas empresas são nascentes, mas as redes estão estabelecidas, as marcas são significativas, e se elas crescerem*

---

<sup>57</sup> FALCÓN, Marinell. *Acquisitions of Startups by Digital Firms and Merger Policy*. Tese (Mestrado em Economia), Philipps Universität Marburg, 2020.

<sup>58</sup> Com exceção ao caso Google/Fitbit, comentado no Capítulo 3 deste trabalho.

<sup>59</sup> CUNNINGHAM, Colleen et al. *Killer Acquisitions*. *Journal of Political Economy*, Vol. 129, No. 3, pp. 649–702, 2018. Disponível em: <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3241707](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3241707)>. Acesso em: 10 out. 2020.

<sup>60</sup> LUNDEN, Ingrid. *Facebook is shutting down Hello, Moves and the anonymous teen app tbh due to 'low usage'*. TechCrunch, 02 jul 2018. Disponível em: <<https://techcrunch.com/2018/07/02/facebook-is-shutting-down-hello-moves-and-theanonymous-teen-app-tbh-due-to-low-usage/>>. Acesso em: 10 out. 2020.

<sup>61</sup> FALCÓN, Marinell. *Acquisitions of Startups by Digital Firms and Merger Policy*. Tese (Mestrado em Economia), Philipps Universität Marburg, 2020.

*em larga escala podem ser muito disruptivas pra gente*”. E completou: “*estou curioso se deve ir atrás de uma ou duas delas*”<sup>62</sup>.

Observa-se que muitas das transações no mercado digital ainda objetivam adquirir, combinar e/ou monetizar grandes quantidades de dados, especialmente por suas características específicas que ajudam a perpetuar a natureza concentrada das plataformas digitais. Esse tipo de transação preocupa por levantar ainda mais as barreiras de entrada, afetando o ecossistema de apoio às startups e por potencialmente prejudicar a privacidade dos consumidores<sup>63</sup>. De fato, conforme apontam Jonathan Tepper e Denise Hearn, o problema da concentração empresarial por plataformas digitais, além dos desdobramentos sobre a democracia e sobre o próprio capitalismo, o qual não existe sem competição, vem impactando diretamente os consumidores<sup>64</sup>.

---

<sup>62</sup> NEWTON, Casey; PATEL, Nilay. *'Instagram can hurt us': Mark Zuckerberg e-mails outline plan to neutralize competitors*. The Verge, 29 jun. 2020. Disponível em <https://www.theverge.com/2020/7/29/21345723/facebook-instagram-documents-emails-markzuckerberg-kevin-systrom-hearing>. Acesso em: 15 out. 2020.

<sup>63</sup> GREAF, Inge. *Market Definition and Market Power in Data: The Case of Online Platforms*. World Competition: Law and Economics Review, v. 38, n. 4, p. 473-506, 2015. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2657732>>. Acesso em: 30 out. 2020.

<sup>64</sup> TEPPER, Jonathan; HEARN, Denise. *The Myth of Capitalism*. Monopolies and the Death of Competition. New Jersey: John Wiley & Sons, 2019.

## 2. A EMERGÊNCIA DE QUESTÕES RELACIONADAS À PRIVACIDADE E À PROTEÇÃO DE DADOS NO DEBATE DO DIREITO ANTITRUSTE

Conforme discutido no capítulo anterior, o controle sobre dados pode criar ou fortalecer uma posição dominante, especialmente quando efeitos de rede são presentes. Um relatório do Subcomitê Antitruste vinculado ao governo norte-americano aponta que isso permitiu a criação de um poder extraordinário pelas plataformas digitais, o que vem diminuindo a liberdade de escolha dos consumidores, degradando a inovação e o empreendedorismo, a imprensa livre, democrática e plural, e comprometendo a privacidade dos usuários<sup>65</sup>. Há uma crise de poder de mercado e uma crise de privacidade, e elas se agravam reciprocamente<sup>66</sup>.

Embora o instituto da defesa do consumidor, da proteção de dados e da defesa da concorrência tenham tradições jurídicas distintas, essas matérias se conectam em vários pontos, e pode-se dizer que há um diálogo sistemático de complementariedade e subsidiariedade entre elas<sup>67</sup>. A própria Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD - Lei nº 13.709/2018), reconhecendo a dimensão econômica dos dados pessoais, elenca, entre os fundamentos da proteção de dados pessoais, a livre concorrência, a proteção do consumidor, e o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação<sup>68</sup>. No entanto, na literatura especializada não há consenso sobre quais são os limites desejáveis de cada uma dessas matérias. É certo que as fusões e aquisições de startups no mercado de dados podem afetar várias áreas e esferas de direitos, mas até que ponto e de que maneira a preocupação de uma área é incorporada na outra? Visando explorar esse debate, este capítulo identifica o papel do

<sup>65</sup> ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA. Subcommittee on Antitrust, Commercial and Administrative Law of The Committee on The Judiciary. *Investigation of competition in digital markets*. 2020. Disponível em: <<https://int.nyt.com/data/documenttools/house-antitrust-report-on-big-tech/b2ec22cf340e1af1/full.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2020.

<sup>66</sup> ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA. Subcommittee on Antitrust, Commercial and Administrative Law of The Committee on The Judiciary. *Investigation of competition in digital markets*. 2020. Disponível em: <<https://int.nyt.com/data/documenttools/house-antitrust-report-on-big-tech/b2ec22cf340e1af1/full.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2020.

<sup>67</sup> MARQUES, Claudia Lima. *Superação de Antinomias pelo Diálogo das Fontes: O Modelo Brasileiro de Coexistência entre o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil de 2002*. In AZEVEDO, Antônio Junqueira de; Torrês, Heleno Tavares; CARBONE, Paulo. *Princípios do Novo Código Civil Brasileiro e Outros Temas*. Homenagem a Tullio Ascarelli, 2. Ed. São Paulo: Editora Quartier Latin, p. 160, 2010.

<sup>68</sup> “Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos:

I - o respeito à privacidade;

II - a autodeterminação informativa;

III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;

IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;

V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;

VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e

VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais”.

direito da concorrência na tutela do consumidor no direito brasileiro (2.1.) e como questões relacionadas à privacidade dos consumidores podem afetar o processo competitivo (2.2). Por fim, são traçadas algumas considerações sobre como a legislação de proteção de dados poderia guiar a aplicação do direito da concorrência (2.3.).

## 2.1. A TUTELA DO CONSUMIDOR PELA DEFESA DA CONCORRÊNCIA

No ordenamento jurídico brasileiro, a defesa do consumidor pode ocorrer de duas formas. A primeira delas trata-se da tutela mais antiga, promovida pelas leis de defesa da concorrência, podendo esta ser considerada como uma defesa macro ou externa. A segunda forma de defesa do consumidor dá-se através da tutela direta, extraída das normas do Código de Defesa do Consumidor, a qual se configura como uma defesa micro ou interna. Cláudia Lima Marques explica que a proteção do consumidor representa, politicamente, um comprometimento com a lealdade do mercado, assegurada em visão macro pelo direito da concorrência e em visão micro pelo direito do consumidor<sup>69</sup>. Danièle Meledo-Briand complementa:

Bem entendido, ao direito do consumidor e ao direito da concorrência correspondem a lógicas diferentes. Uma visa ao particular, outra ao coletivo. Uma considera o consumidor como sujeito passivo, a outra o torna como destinatário final do mercado, seja como agente econômico, seja como sujeito ativo.<sup>70</sup>

Assim, a política da concorrência e do consumidor, embora atuem de formas diferentes, compartilham do mesmo objetivo: o bem-estar do consumidor<sup>71</sup>. A Lei de Defesa da Concorrência é expressamente orientada pelos ditames da defesa dos consumidores<sup>72</sup>, e, em linhas gerais, busca promover a competição nos mercados por meio de controle de condutas anticompetitivas, a repressão do abuso de poder econômico e a análise dos atos de concentração (fusões e aquisições) para um equilíbrio entre eficiência e competitividade dos mercados, de um

<sup>69</sup> MARQUES, Cláudia Lima. *A insuficiente proteção do consumidor nas normas de direito internacional privado: da necessidade de uma convenção interamericana (CIDIP) sobre lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo*. Disponível em: <[http://www.oas.org/dil/esp/CIDIPVII\\_home\\_temas\\_cidip-vii\\_proteccionconsumidor\\_leyaplicable\\_apoyo\\_propuestabrasil\\_port.pdf](http://www.oas.org/dil/esp/CIDIPVII_home_temas_cidip-vii_proteccionconsumidor_leyaplicable_apoyo_propuestabrasil_port.pdf)>. Acesso em: 29 mar. 2020

<sup>70</sup> MELEDO-BRIAND, Danièle. *A consideração do interesse do consumidor e o direito da concorrência*. Revista de Direito do Consumidor, v. 35, jul./set. 2000, p. 39.

<sup>71</sup> BRASIL. MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. *Nota Conjunta 08/2014 Senacon/CADE: Análise sobre interface entre política de defesa do consumidor e defesa da concorrência*, p. 10, 2014. Disponível em: <<https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/notas-tecnicas/anexos/8-2014.pdf>> Acesso em: 08 out. 2020.

<sup>72</sup> “Art. 1º Esta Lei estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência - SBDC e dispõe sobre a prevenção e a repressão às infrações contra a ordem econômica, orientada pelos ditames constitucionais de liberdade de iniciativa, livre concorrência, função social da propriedade, defesa dos consumidores e repressão ao abuso do poder econômico.”.

lado, e o aumento do bem-estar do consumidor do outro. Apesar de haver divergências entre as escolas de pensamento<sup>73</sup> a respeito do conteúdo e alcance do “bem-estar do consumidor”<sup>74</sup>, a política de concorrência brasileira é centrada na garantia da concorrência como meio apto a garantir condições justas de desempenho das atividades econômicas, o que resultaria em mais opções de escolha e mais inovação<sup>75</sup>.

Destarte, afirma-se que o direito da concorrência e do consumidor sofrem influxos recíprocos. Nas palavras de Patrícia Regina Pinheiro Sampaio, uma sociedade que promove a livre concorrência está garantindo a liberdade de escolha individual: a competição descentraliza centros de tomadas de decisões e, portanto, privilegia o direito de escolhas dos indivíduos<sup>76</sup>, direito expressamente reconhecido pelo art. 6.º, II, do Código de Defesa do Consumidor<sup>77</sup>. Os consumidores são, portanto, beneficiários da concorrência, pois ela acarreta menores preços, maior qualidade e diversidade de produtos e serviços colocados à disposição da sociedade<sup>78</sup>.

Conforme explica Ana Paula Martinez, a concorrência saudável no mercado garante a soberania do consumidor:

A soberania do consumidor existirá quando estiverem presentes os seguintes elementos: (i) existência de opções efetivas de escolha proporcionada pela concorrência; e (ii) possibilidade dos consumidores escolherem livremente entre essas opções. O que se busca aqui não é somente um maior número de opções, mas um “equilíbrio entre a busca de eficiência econômica e a manutenção de uma série de opções efetivas para o consumidor.

Protegendo o consumidor, a norma concorrencial visa a estabelecer o equilíbrio das relações no mercado, buscando a equidade e a boa condução dessas relações. O direito concorrencial também tem interesse em buscar a satisfação do consumidor. Tudo quanto produzido só faz sentido porque será consumido pelo consumidor, sendo a satisfação dessas necessidades um incentivo à produção.<sup>79</sup>

<sup>73</sup> Para melhor entendimento sobre as escolas de pensamento antitruste: FORGIONI, Paula A. *As escolas de pensamento antitruste*: a consolidação da Escola de Chicago no cenário norte-americano. In: FORGIONI, Paula A. *Os fundamentos do antitruste*. 7. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014. Cap. 4. p. 166-180.

<sup>74</sup> Nesse sentido, ver: CRAVO, Daniela. *Direito à Portabilidade de Dados*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018. p. 49-64; e PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. *Defesa da Concorrência e Bem-Estar do Consumidor*. São Paulo: Ed. RT, 2015.

<sup>75</sup> SALOMÃO FILHO, Calixto. *Direito concorrencial*. São Paulo: Malheiros, 2013.

<sup>76</sup> SAMPAIO, Patrícia Regina Pinheiro. *Regulação e Concorrência*. São Paulo: Saraiva, 2013, p. 27.

<sup>77</sup> BRASIL. *Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990*. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

<sup>78</sup> PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. *Defesa da Concorrência e Bem-Estar do Consumidor*. São Paulo: Ed. RT, 2015.

<sup>79</sup> FORGIONI, Paula A. *Os fundamentos do antitruste*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015. p. 186-187.

O contrário também é verdadeiro: o direito do consumidor beneficia o direito da concorrência na medida em que veda publicidade enganosa e procura garantir o acesso a informações corretas e a liberdade de contratação.

Conforme os ditames do artigo 170 da Constituição Federal<sup>80</sup>, a defesa da concorrência, mais do que um instrumento para a garantia do livre mercado, é, juntamente com os demais princípios estruturantes da ordem econômica, um instrumento para “assegurar a todos uma existência digna, conforme os ditames da justiça social”<sup>81</sup>. Por isso, entende-se que essas normas não podem ser interpretadas isoladamente, mas sim de forma coesa e harmônica com os fundamentos que estruturam o sistema no qual estão inseridas.

Em coerência com o sistema adotado no texto constitucional, a Lei brasileira de defesa da concorrência permite, por um lado, que ganhos de eficiência sejam utilizados como justificativa para atos de concentração, mas, por outro lado, estabelece uma série de condições que devem ser preenchidas cumulativamente para que tal ato seja aceito, dentre as quais está o repasse dos benefícios aos consumidores. A propósito, transcrevem-se os §§ 5.º e 6.º do art. 88 da Lei 12.529/2011:

§ 5.º Serão proibidos os atos de concentração que impliquem eliminação da concorrência em parte substancial de mercado relevante, que possam criar ou reforçar uma posição dominante ou que possam resultar na dominação de mercado relevante de bens ou serviços, ressalvado o disposto no § 6.º deste artigo.

§ 6.º Os atos a que se refere o § 5.º deste artigo poderão ser autorizados, desde que sejam observados os limites estritamente necessários para atingir os seguintes objetivos:

I – cumulada ou alternativamente:

- a) aumentar a produtividade ou a competitividade;
- b) melhorar a qualidade de bens ou serviços; ou
- c) propiciar a eficiência e o desenvolvimento tecnológico ou econômico; e

II – sejam repassados aos consumidores parte relevante dos benefícios decorrentes.

<sup>80</sup> “Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

I - soberania nacional;

II - propriedade privada;

III - função social da propriedade;

IV - livre concorrência;

V - defesa do consumidor;

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;

VII - redução das desigualdades regionais e sociais;

VIII - busca do pleno emprego;

IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País.

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.”

<sup>81</sup> FORGIONI, Paula A. *Os fundamentos do antitruste*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015. p. 186-187.

Assim, embora a política de defesa da concorrência e de proteção do consumidor utilizem diferentes instrumentos e perspectivas na tutela do bem-estar do consumidor, devem ser executadas de modo harmônico possibilitando benefícios mútuos, sendo certo que qualquer análise de mercado deve envolver os possíveis danos que determinadas condutas podem causar ao consumidor, sendo vedada a aprovação de fusões que restrinja a concorrência e crie condições propícias para aumento de preços, eliminação da possibilidade de escolha e diminuição de qualidade ou quantidade de produtos ou serviços<sup>82</sup>.

## 2.2. O PAPEL DA PRIVACIDADE E DA PROTEÇÃO DE DADOS NO PROCESSO COMPETITIVO: RELACIONANDO OS DANOS À PRIVACIDADE AOS DANOS À CONCORRÊNCIA

As autoridades antitruste são relutantes em considerar a privacidade na análise concorrencial. No entanto, a literatura contemporânea aponta que a proteção de dados e a privacidade estão se tornando variáveis importantes na escolha do consumidor sobre qual serviço utilizar, representando uma nova dimensão da competição<sup>83</sup>. Se empresas que forem concorrentes em termos de políticas de proteção de dados forem objeto de um ato de concentração, a competição nesse aspecto pode ser eliminada, diminuindo a liberdade de escolha do consumidor.

Além disso, violações à privacidade de usuários podem levar à constituição de monopólios e ocasionar a diminuição da qualidade de um produto ou serviço, resultando em danos ao consumidor em consequência de potencial exercício abusivo de poder de mercado<sup>84</sup>. Portanto, a defesa da concorrência deve estar atenta para o uso de dados no processo competitivo<sup>85</sup>. Não é sem razão que o European Data Protection Supervisor, em manifestação de 2014, foi claro no sentido de que a análise concorrencial precisa incorporar violação de dados

---

<sup>82</sup>PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. *Defesa da Concorrência e Bem-Estar do Consumidor*. São Paulo: Ed. RT, 2015.

<sup>83</sup> COSTA-CABRAL, Francisco; LYNSKEY, Orla. *Family Ties: The Intersection Between Data Protection and Competition in EU Law*. Common Market Law, v. 58, p. 11-50, 2017. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/68470/>>

<sup>84</sup> SWIRE, Peter. *Protecting Consumers: Privacy Matters in Antitrust Analysis*. 2007. Disponível em: <<https://www.americanprogress.org/issues/economy/news/2007/10/19/3564/protecting-consumers-privacymatters-in-antitrust-analysis/>>. Acesso em: 08 mar. 2019.

<sup>85</sup> MACHADO, Luiza Andrade. *Desafios do big data ao direito da concorrência*. Revista do IBRAC, São Paulo, v. 23, n. 2, 2017. p.393. Disponível em: <[http://www.ibrac.org.br/UPLOADS/PDF/RevistadoIBRAC/Revista\\_23\\_n%C2%BA\\_2.pdf](http://www.ibrac.org.br/UPLOADS/PDF/RevistadoIBRAC/Revista_23_n%C2%BA_2.pdf)>. Acesso em: 08 mar. 2019.

em suas concepções de dano ao consumidor<sup>86</sup>. Por motivos análogos, a autoridade de defesa da concorrência alemã, Bundeskartellamt, abriu uma investigação contra o Facebook para saber se seus termos de uso não violam as leis de proteção de dados<sup>87</sup>. A investigação culminou na condenação da empresa por abuso de posição dominante por “condicionar o uso de sua rede social à permissão de acumular ilimitadamente todo tipo de dados gerados pelo uso de sites de terceiros e mesclá-los com a conta do usuário no Facebook”<sup>88</sup>, decisão essa que foi confirmada pelo Tribunal Federal de Justiça da Alemanha.

Fica claro que o direito antitruste e a proteção de dados, assim como a proteção do consumidor, sofrem influxos recíprocos. De fato, a proteção de dados é um pressuposto funcional da economia de mercado, já que, entre seus objetivos, busca impedir o uso de dados para a manipulação do consumidor<sup>89</sup>. Isso reforça a concorrência, pois um mercado que funciona bem é caracterizado por uma concorrência efetiva que permite os consumidores exercerem uma “escolha genuína e bem informada”<sup>90</sup>.

Sobre isso, cabe notar que a distribuição assimétrica da informação é tida como uma das mais importantes falhas de mercado, uma vez que prejudica a liberdade de escolha dos consumidores<sup>91</sup>. No mercado digital, grandes plataformas se beneficiam de assimetrias de poder informacional entre elas e os consumidores. As plataformas, muitas vezes, têm um conhecimento muito mais detalhado sobre a coleta e uso de dados pessoais do que aquilo que é divulgado em suas políticas de privacidade. Ainda, as políticas de privacidade podem criar uma “sensação de controle” que aumenta a disposição dos consumidores a fornecerem informações sobre si mesmos<sup>92</sup>. A literatura aponta que, quando se trata do uso de serviços de aplicação

<sup>86</sup> EUROPEAN DATA PROTECTION SUPERVISOR (Org.). *Privacy and competitiveness in the age of big data: The interplay between data protection, competition law and consumer protection in the Digital Economy*. 2014. Disponível em: <[https://edps.europa.eu/sites/edp/files/publication/14-03-26\\_competition\\_law\\_big\\_data\\_en.pdf](https://edps.europa.eu/sites/edp/files/publication/14-03-26_competition_law_big_data_en.pdf)>. Acesso em: 04 mar. 2021.

<sup>87</sup> BUNDESKARTELLAMT. *Preliminary assessment in Facebook proceeding: Facebook’s collection and use of data from third-party sources is abusive*. 19 dez. 2017. Disponível em: [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2017/19\\_12\\_2017\\_Facebook.html](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2017/19_12_2017_Facebook.html). Acesso em: 9 maio 2020.

<sup>88</sup> BUNDESKARTELLAMT. *Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources*, Press Release, 07/02/2019. Disponível em: <[https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07\\_02\\_2019\\_Facebook.html](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook.html)>. Acesso em: 25 jun. 2020.

<sup>89</sup> Roßnagel, A. Einleitung. In: Roßnagel, A. (Org.). *Handbuch Datenschutzrecht: Die neuen Grundlagen für Wirtschaft und Verwaltung*, Munique, Beck Verlag, 2003, p. 4.

<sup>90</sup> GRAEF, Inge. *Blurring Boundaries of Consumer Welfare: How to Create Synergies between Competition, Consumer and Data Protection Law in Digital Markets*. Disponível em: <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2881969](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2881969)>. Acesso em: 01 out. 2021.

<sup>91</sup> PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. *Defesa da Concorrência e Bem-Estar do Consumidor*. Tese (Doutorado), Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 2010. p. 65.

<sup>92</sup> BRANDIMARTE, Laura et al. *Misplaced Confidences: Privacy and the Control Paradox*. *Social Psychological and Personality Science*, v. 4, n. 3, 2013.

online, o entendimento tradicional de que o consumidor é um ator econômico informado e racional é substituído pela ideia de "consumidor irracional". Ainda com relação às assimetrias de poder, os consumidores muitas vezes, na prática, não têm uma escolha real de optar por sair da plataforma e mudar para uma concorrente, e as políticas de privacidade são frequentemente fornecidas no formato “pegar ou largar”<sup>93</sup>. Nesse aspecto, ressalta-se novamente o impacto positivo da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, que traz ferramentas importantes que visam a mitigar essa falha de mercado —merecendo destaque, também, o instituto do direito à portabilidade de dados pessoais<sup>94</sup>—, propiciando ao cidadão mais autonomia no que diz respeito ao controle e gerenciamento de seus dados, consoante com o direito à autodeterminação informacional<sup>95</sup> e ao livre desenvolvimento da personalidade, que constituem um instrumento valioso contra a discriminação e a favor da igualdade e da liberdade<sup>96</sup>.

Evidente, assim, o papel da legislação de proteção de dados na garantia de mais transparência e uma concorrência mais justa<sup>97</sup>, e os motivos pelos quais a literatura sugere um “alinhamento substantivo entre proteção de dados pessoais e o direito concorrencial”<sup>98</sup>. Embora os proponentes de uma delimitação clara entre essas esferas jurídicas argumentem que a aplicação *ex post* da lei de proteção de dados é suficiente para garantir a proteção de dados, tal raciocínio não reconhece os impedimentos estruturais bem documentados quanto à escolha individual<sup>99</sup>. No caso de um ato de concentração, embora os indivíduos possam "consentir" em que a entidade resultante da operação agregue seus dados e continuem a usar seus serviços, sua

---

<sup>93</sup> CHIRITA, Anca. *The Rise of Big Data and the Loss of Privacy*. In: BAKHOUM, Mor et al (Ed.). *Personal data in competition, consumer protection and intellectual property law: Towards a holistic approach?*. MPI Studies on Intellectual Property and Competition Law, Springer, 2018. p. 164.

<sup>94</sup> Esse instituto pode, em tese, estimular a concorrência, uma vez que a possibilidade de mover os dados de um titular de um serviço para outro pode reduzir os efeitos de aprisionamento e diminuir as barreiras de entrada no mercado. Ver: CRAVO, Daniela Copetti. *Direito à Portabilidade de Dados*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.

<sup>95</sup> A expressão deriva de jurisprudência da Corte Constitucional Alemã acerca da coleta de dados pessoais dos cidadãos alemães prevista na Lei do Censo de 1983, que entendeu existir direito autônomo dos titulares a manter o controle sobre seus dados pessoais, como decorrência de um direito geral à personalidade. Esse direito estaria associado à capacidade do titular de decidir acerca da divulgação e utilização de seus dados pessoais. Ver: MENKE, Fabiano. *As origens alemãs e o significado da autodeterminação informativa*, in: MENKE, Fabiano; DRESCH, Rafael de Freitas Valle. *Lei Geral de Proteção de Dados*. Aspectos Relevantes, Indaiatuba: Editora FOCO, 2021, p. 13-21.

<sup>96</sup> MORAES, Maria Celina Bodin de. *Na medida da pessoa humana: estudos de direito civil*. Rio de Janeiro: Renovar, 2010, p. 141.

<sup>97</sup> MENKE, Fabiano. *Fundamentos da Proteção de Dados*. Disponível em: <<http://itsa-brasil.com.br/hotsite/artigos/fundamentos-da-protacao-de-dados/>>. Acesso em: 12 out. 2019.

<sup>98</sup> LYNSKEY, Orla. *At the crossroads of data protection and competition law: time to take stock*, *International Data Privacy Law*, v. 8, n. 3, 2018, p. 179.

<sup>99</sup> SOLOVE, Daniel J.; HARTZOG, Woodrow. *The FTC and the new common law of privacy*. *Columbia Law Review*, v. 114, p. 583, 2014.

escolha — e controle sobre seus dados pessoais — é restringida. Como adiantado, o consentimento em situações de assimetria de poder deve ser tratado com cautela<sup>100</sup>.

Daniel Favoretto Rocha e Marina Chakmati sintetizam os pontos de intersecção entre privacidade e direito antitruste da seguinte maneira:

(i) A privacidade pode entrar em conflito com os interesses econômicos dos agentes que competem no mercado, pois o direito à privacidade pode limitar o acesso a dados pessoais, ativos concorrencialmente relevantes.

(ii) A privacidade pode ser considerada uma variável competitiva de qualidade do serviço ou produto ofertado. Consequentemente, eventual cooperação entre concorrentes, em matéria de privacidade, poderia, de um lado, aumentar o bem-estar do consumidor e, de outro lado, configurar uma conduta colusiva.

(iii) Autoridades antitruste que se encontrem em sistemas altamente protetivos em relação à privacidade tendem a visualizar um espaço de interface maior entre privacidade e defesa da concorrência, mas ainda assim devem estar atentas aos limites de aplicação da lei concorrencial.<sup>101</sup>

Ao avaliar essa interface, nota-se o seguinte paradoxo: a desenfreada exploração econômica dos dados pessoais acompanhada de políticas de privacidade questionáveis gerou problemas concorrenciais na medida em que favoreceu a criação de um poder econômico praticamente incontestável. Por outro lado, pode-se argumentar que o reforço das políticas de privacidade também pode gerar problemas concorrenciais. É justamente esse tipo de denúncia que agências antitruste vêm recebendo contra grandes empresas de tecnologia. Nesse sentido, o Google e a Apple anunciaram mudanças que — de maneiras muito diferentes — podem acabar fazendo com que as empresas de publicidade não tenham mais acesso aos dados que utilizaram para analisar e construir perfis dos consumidores. Assim, algumas empresas fizeram denúncias às autoridades de concorrência alegando haver tratamento preferencial a certos bens ou serviços próprios (*self-preferencing*). Novamente, as agências antitruste precisam se envolver com a comunidade de proteção de dados para encontrar uma solução adequada.

Nesses casos, os reclamantes geralmente desejam preservar os dados existentes gratuitamente, nos quais milhares de atores rastreiam o que cada consumidor individual visualiza online, quais aplicativos eles usam e de qual maneira. Este vasto “vale-tudo” entra em conflito com as leis de proteção de dados. Os dados coletados dessa forma podem ser usados

<sup>100</sup> COSTA-CABRAL, Francisco; LYNSKEY, Orla. *Family Ties: The Intersection Between Data Protection and Competition in EU Law*. Common Market Law, v. 58, p. 11-50, 2017. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/68470/>>. Acesso em: 03 out. 2021.

<sup>101</sup> ROCHA, Daniel Favoretto; CHAKMATI, Marina. *Antitruste e Privacidade*. In: PEREIRA NETO, Caio Mario da Silva (org.). *Defesa da Concorrência em Plataformas Digitais*. São Paulo: FGV Direito SP, 2021. p. 145.

por um algoritmo que pode prever comportamentos e, por exemplo, decidir remover alguém da lista de candidatos de um emprego, porque identifica algum problema com dinheiro ou outros vícios, um problema de saúde ou um posicionamento político “indesejável”. Os dados também permitem bilhões de dólares em fraudes na indústria de publicidade online, como descobriu a autoridade de concorrência do Reino Unido (CMA)<sup>102</sup>.

O que o Google planeja fazer com o *Privacy Sandbox* (eliminando cookies de terceiros usados por anunciantes digitais para rastrear usuários na web, aparentemente em um esforço para ainda obter publicidade personalizada sem comprometer tanto a privacidade) e o que a Apple fez com o *App Tracking Transparency* (o qual pergunta explicitamente aos usuários do iPhone se eles estão dispostos a autorizar os aplicativos a rastreá-los na web, com a configuração padrão sendo “desativado”), pode reduzir esses danos. Embora as particularidades dos argumentos relacionados à prática de *self-preferencing* e dados como uma *essential facility* —ou como essas questões deveriam ser equilibradas com a necessidade de proteção de dados— fujam do escopo deste trabalho, os casos narrados ilustram o papel dos dados no processo competitivo e a complexidade da interface entre privacidade e direito da concorrência.

Certo é que várias dimensões da personalidade podem ser afetadas por meio do abuso de poder econômico e, por mais que muitas das preocupações daí decorrentes possam e devam ser endereçadas também por outras áreas jurídicas, elas não podem ser tratadas em silos fechados sendo afastadas do foco de preocupações do Direito Antitruste. A privacidade é um pilar do sistema democrático e é cada vez mais relevante no processo competitivo, portanto, não devem as autoridades ignorar as questões relacionadas ao manejo de dados na análise antitruste.

### 2.3. LGPD: GUIA NORMATIVO?

Costa-Cabral e Lyskey sugerem que a legislação de proteção de dados pode atuar como um "guia normativo" para o direito da concorrência quando seus escopos materiais se sobrepõem<sup>103</sup>. Por exemplo, quando a medida em que os consumidores podem escolher/alternar

---

<sup>102</sup> COMPETITION AND MARKETS AUTHORITY (Reino Unido). *Online platforms and digital advertising*. 2020. Disponível em: <[https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fa557668fa8f5788db46efc/Final\\_report\\_Digital\\_ALT\\_TEXT.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fa557668fa8f5788db46efc/Final_report_Digital_ALT_TEXT.pdf)>. Acesso em: 10 ago. 2021.

<sup>103</sup> COSTA-CABRAL, Francisco; LYNSKEY, Orla. *Family Ties: The Intersection Between Data Protection and Competition in EU Law*. Common Market Law, v. 58, p. 11-50, 2017. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/68470/>>. Acesso em: 10 out. 2020.

entre plataformas é afetada por um ato de concentração, e quando a privacidade e proteção de dados é um fator considerado para fazer essa escolha, a legislação de proteção de dados pode orientar as autoridades na avaliação competitiva da operação. Isso poderia acontecer, por exemplo, com uma auditoria de proteção de dados, na forma de uma investigação de mercado. A auditoria avaliaria a combinação das bases de dados a fim de determinar o nível de privacidade e proteção de dados pós-operação, visando garantir que a privacidade, como um aspecto potencial do bem-estar do consumidor, não seja degradada pela operação.

Outro ponto importante a ser analisado seria, também, se a combinação das bases de dados permitiria a utilização das informações já coletadas para uma finalidade distinta daquela que originou a captura dos dados, considerando o que os dados podem representar em termos de oportunidades de negócios e vantagem competitiva. Nesse ponto, deve ser observada a orientação da LGPD no sentido de que o titular de dados tem direito a um tratamento de dados vinculado aos “propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades”, direito que corresponde ao conteúdo do princípio da finalidade, descrito no art. 6º, I, da referida legislação<sup>104</sup>. Além disso, uma análise refinada importará referência aos conceitos trazidos pela LGPD e às bases legais para o tratamento de dados pessoais e obtenção do consentimento do titular dos dados (art. 7º, inciso I), o qual é definido pela legislação como a “manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada” (art. 5º, inciso XII), e deve ser delimitado conforme os princípios da norma (notadamente segundo o art. 6º, incisos. I, II e III: finalidade, adequação e necessidade)<sup>105</sup>.

Cabe notar que a referência a outras áreas do direito não é algo estranho às autoridades concorrenciais, e uma analogia pertinente para apoiar tal sistemática pode ser baseada no que já ocorre com questões relacionadas à propriedade intelectual, onde esse faz referência à legislação relevante para determinar, por exemplo, o que seria um preço justo e não discriminatório, ou quais seriam os limites desejáveis para a proteção da propriedade intelectual<sup>106</sup>.

---

<sup>104</sup> “Art. 6º As atividades de tratamento de dados pessoais deverão observar a boa-fé e os seguintes princípios: I - finalidade: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades;”

<sup>105</sup> BRASIL. *Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm)>. Acesso em: 11 out. 2021.

<sup>106</sup> COSTA-CABRAL, Francisco; LYNSKEY, Orla. *Family Ties: The Intersection Between Data Protection and Competition in EU Law*. Common Market Law, v. 58, p. 14, 2017. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/68470/>>. Acesso em: 10 out. 2020.

Como será melhor analisado no capítulo 3, para determinar os potenciais impactos de uma operação na proteção dos consumidores no que diz respeito aos seus dados, e para monitorar comprometerimentos relacionados à dados e compliance com a legislação protetiva, há um espaço importante para colaboração entre autoridades da concorrência e de proteção de dados. Conforme referido, tal cooperação é fundamental para atingir as finalidades híbridas e complementares da política concorrencial e de proteção de dados. Nesse sentido, a entidade central que reúne os representantes de todas as autoridades de proteção de dados da União Europeia, a European Data Protection Board (EDPB), emitiu comunicado público defendendo sua participação ativa na investigação da Comissão Europeia sobre os impactos concorrenciais decorrentes da aquisição da Shazam pela Apple<sup>107</sup>. Na ocasião, a autoridade antitruste estava investigando (i) se a Apple obteria, com a aquisição, acesso a dados comercialmente sensíveis sobre usuários de seus concorrentes; (ii) se esses dados poderiam permitir que a Apple encorajasse os clientes de seus concorrentes, especialmente o Spotify, a mudar para o seu serviço Apple Music<sup>108</sup>. A EDPB pontuou ser essencial avaliar implicações a longo prazo para a proteção da economia, proteção de dados e direitos do consumidor sempre que um ato de concentração significativo é proposto, tendo em vista que o aumento da concentração de mercado, particularmente nos mercados digitais, tem o potencial de ameaçar o nível de proteção de dados e a liberdade de que gozam os consumidores. Ressaltou que, nos atos de concentração envolvendo empresas que podem acumular grande poder informacional, a proteção de dados e os interesses de privacidade dos indivíduos merecem atenção. Portanto, as autoridades independentes de proteção de dados podem ajudar na avaliação de tal impacto para o consumidor e para sociedade em geral, em termos de privacidade, liberdade de expressão e escolha, sendo que essa verificação pode ser integrada à análise realizada pelas autoridades de defesa da concorrência. Embora a Comissão Europeia tenha aprovado a operação Apple/Shazam sem registro de participação da EDPB, tais manifestações demonstram a importância da dimensão da privacidade para o controle de estruturas e da necessária integração entre direito da concorrência e proteção de dados pessoais.

---

<sup>107</sup> EUROPEAN DATA PROTECTION BOARD. *Statement of the EDPB on the data protection impacts of economic concentration*. 2018. Disponível em: <[https://edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb\\_statement\\_economic\\_concentration\\_en.pdf](https://edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb_statement_economic_concentration_en.pdf)>. Acesso em: 20 jun. 2021.

<sup>108</sup> UNIÃO EUROPEIA. European Commission. *Mergers: Commission clears Apple's acquisition of Shazam*. 2018. Disponível em: <[https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_18\\_5662](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_5662)>. Acesso em: 20 ago. 2020.

### 3. DIFICULDADES E POSSIBILIDADES PARA O CONTROLE DE ESTRUTURAS NA ECONOMIA DIGITAL

O controle de estruturas é fundamentado nos princípios constitucionais da livre concorrência (art. 170, IV), da proteção do consumidor (art. 170, V) e da repressão ao abuso do poder econômico (art. 173, § 4º). As autoridades de concorrência têm dois objetivos principais em relação ao controle de estruturas, os quais tentam alcançar simultaneamente. Primeiro, evitar operações anticompetitivas, ou seja, que reforçam a concentração do mercado e podem levar a preços mais altos e/ou menor qualidade de produtos e serviços. Segundo, evitar o bloqueio de atos de concentração benéficos ao bem-estar do consumidor (operações pró-competitivas)<sup>109</sup>. O controle de estruturas cobre fusões horizontais, verticais e conglomeradas, que são, respectivamente, transações entre concorrentes, ao longo da cadeia produtiva, e entre empresas em mercados adjacentes<sup>110</sup>.

Conforme mencionado nos capítulos anteriores, na economia digital, identificar aquisições anticompetitivas pode ser um desafio para as autoridades de defesa da concorrência, especialmente quando os alvos da operação são startups pequenas, mas bem sucedidas, com uma base de usuários em crescimento exponencial e potencial competitivo significativo<sup>111</sup>. Este capítulo analisa os motivos pelos quais há uma tendência de *underenforcement* do controle de estruturas nos mercados digitais e cobre a discussão acerca de propostas de como identificar melhor os atos de concentração anticompetitivos.

Primeiro, analisa-se a adequação da análise meramente econômica das operações no âmbito da economia movida a dados (3.1.). Após, adentra-se no debate acerca da revisão dos critérios de notificação (3.2.) e da avaliação do potencial anticompetitivo das operações (3.3.). Por fim, avalia-se quais seriam as perspectivas desejáveis de cooperação entre CADE e ANPD (3.4.).

---

<sup>109</sup> FURMAN, Jason et al. *Unlocking digital competition* - Report of the Digital Competition Expert Panel, 2019. Disponível em: <[https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/785547/unlocking\\_digital\\_competition\\_furman\\_review\\_web.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2020.

<sup>110</sup> PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. *Defesa da Concorrência e Bem-Estar do Consumidor*. Tese (Doutorado), Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 2010. p. 143-145.

<sup>111</sup> CRÉMER, Jacques et al. *Competition policy for the digital era*. European Commission Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2020, p. 110.

### 3.1. INADEQUAÇÃO DA ANÁLISE MERAMENTE ECONÔMICA DAS OPERAÇÕES

Ao aplicar o controle de estruturas, dois tipos de erros podem ocorrer: falsos positivos ou falsos negativos. O primeiro diz respeito aos casos em que um ato de concentração que deveria ter sido permitido é bloqueado, enquanto o segundo diz respeito aos casos em que um ato de concentração que deveria ter sido bloqueado é permitido. Por um lado, as autoridades de concorrência tentarão evitar falsos positivos, pois essas aquisições podem trazer benefícios para consumidores. Por outro lado, também tentarão evitar falsos negativos, uma vez que atos de concentração anticompetitivos podem resultar no fortalecimento de posição dominante e, portanto, resultar em um impedimento significativo da concorrência, por exemplo, pela eliminação de uma ameaça competitiva e/ou elevando barreiras de entrada para outros (potenciais) concorrentes<sup>112</sup>. Considerando que as empresas GAFAM adquiriram mais de 500 startups nos últimos dez anos, e que até o momento de elaboração deste trabalho nenhuma dessas operações foi bloqueada, não houve falsos positivos nos mercados digitais. Questiona-se sobre os falsos negativos. Tem havido *underenforcement* do controle de estruturas na economia digital?

Entendemos que sim. Bryan e Hovenkamp afirmam que as agências antitruste seguem uma política de inação quando se trata do controle de estruturas em mercados digitais. Tal postura deriva da concepção tradicional da Escola de Chicago de que o antitruste deve preferir pecar pela não-intervenção (falsos negativos), uma vez que bloqueios indevidos (falsos positivos) são socialmente mais caros<sup>113</sup>. Esse racional parece pouco adequado no contexto atual. Hoje, a probabilidade de falsos positivos é menor, uma vez que existem novos métodos que reduzem a probabilidade de uma avaliação incorreta<sup>114</sup>. Ainda, entende-se que os falsos negativos são mais prejudiciais do que os falsos positivos, porque a maioria das ameaças competitivas às empresas estabelecidas no mercado provavelmente virão de novas entrantes,

---

<sup>112</sup> CRÉMER, Jacques et al. *Competition policy for the digital era*. European Commission Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, p. 111, 2019. Disponível em:

<<http://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2020.

<sup>113</sup> BRYAN, Kevin; HOVENKAMP, Erik. Startup acquisitions, error costs and antitrust policy, *University of Chicago Law Review*, p. 3, 2019. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=3376966>>. Acesso em: 10 out. 2020.

<sup>114</sup> GEORGE J. STIGLER CENTER FOR THE STUDY OF THE ECONOMY AND THE STATE (Estados Unidos). *Stigler Committee on Digital Platforms: Final Report*. 2019. Disponível em: <<https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/digital-platforms---committee-report---stigler-center.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2020.

que podem ser vulneráveis a conduta excludente ou atos de concentração anticompetitivos quando suas perspectivas competitivas são incertas<sup>115</sup>.

Outro aparente empecilho para as autoridades agirem é que os métodos de análise antitruste aplicados a mercados tradicionais são estáticos e tomam os preços como a principal variável<sup>116</sup>. Em *The Antitrust Paradox*, Robert Bork estabeleceu a interpretação clássica da Escola de Chicago que define o bem-estar do consumidor como a situação na qual se evita que empresas unilateralmente arbitrem a elevação de preços e a redução de “output” (provendo uma “escassez artificial” da oferta) o que poderia levar a situações de ineficiência alocativa conhecida como “peso-morto do monopolista” (“*deadweight loss*”), retirando do mercado consumidores que, em um mercado sob concorrência perfeita, teriam obtido acesso ao bem<sup>117</sup>. Tal abordagem é problemática porque significa que, para avaliar a concorrência, as agências antitruste consideram apenas os efeitos imediatos, subestimando os possíveis efeitos na competição potencial<sup>118</sup>.

Incluir na análise um exercício de “futurologia” é particularmente relevante quando o alvo de uma aquisição é uma startup nova com baixa rotatividade, uma vez que esse tipo de empresa não tem uma fatia significativa do mercado e seus produtos podem ainda não estar bem definidos no momento da operação. Assim, embora no momento da operação essas startups possam não parecer concorrentes, há uma possibilidade de que o sejam no futuro, se tiverem condições de permanecer independentes.

Além disso, como visto nos capítulos anteriores, a capacidade de arbitrar preços predatórios não é um indicador adequado de poder de mercado na economia digital, uma vez que os modelos de negócios das plataformas são conhecidos por serem “preço zero”. A competição não diz mais respeito a preços, mas sim a dados e algoritmos. Assim, os efeitos do

---

<sup>115</sup> GEORGE J. STIGLER CENTER FOR THE STUDY OF THE ECONOMY AND THE STATE (Estados Unidos). *Stigler Committee on Digital Platforms: Final Report*, p. 94, 2019. Disponível em: <<https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/digital-platforms---committee-report---stigler-center.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2020.

<sup>116</sup> BRYAN, Kevin; HOVENKAMP, Erik. *Startup acquisitions, error costs and antitrust policy*, University of Chicago Law Review. 2019. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=3376966>>. Acesso em: 10 out. 2020.

<sup>117</sup> BORK, R. *The Antitrust Paradox*. New York: Basic Books, 1978.

<sup>118</sup> Cabe notar que, embora a política de defesa da concorrência brasileira, diferentemente da tradicional Escola de Chicago, persiga objetivos muito mais amplos que o livre mercado, conforme visto no capítulo 2, a autoridade concorrencial brasileira utiliza métodos de análise bastante centrados em efeitos de curto prazo sobre preço. Nesse sentido: KREIN, Julia. *Novos Trustes na Era Digital: Efeitos anticompetitivos do uso de dados pessoais pelo Facebook*. Revista de Defesa da Concorrência, Brasília, v. 6, n. 1, p.211, maio 2018; Ainda, sobre a jurisprudência do CADE em casos envolvendo plataformas digitais, ver: COUTINHO, Diogo; KIRA, Beatriz. *Ajustando as lentes: Novas teorias do dano para mercados digitais*, p. 82-103 RDC, v. 9, nº 1. Junho 2021.

poder de mercado são sentidos em componentes como escolha, inovação e privacidade<sup>119</sup>. Conforme argumentado por Lina Khan, “focar principalmente no preço e na produção — desconsiderando a estrutura do mercado e o processo competitivo que dá origem ao poder de mercado — restringe a aplicação eficaz do antitruste ao atrasar a intervenção até o momento em que o poder de mercado já está sendo exercido ativamente para distorcer a concorrência”<sup>120</sup>.

Fica claro, assim, a inadequação da análise tradicional antitruste nos mercados digitais. É necessário, para o contexto da economia de dados, adotar novas teorias do dano, centradas em fatores como aumento de preços não-monetários (por exemplo, privacidade), redução da qualidade, da liberdade de escolha e da inovação, capacidade de adoção de estratégias exclusionárias e fechamento do mercado.

### 3.2. REVISÃO DOS CRITÉRIOS DE NOTIFICAÇÃO

Empresas no setor de tecnologia focam na análise de dados para desenvolver e melhorar seus produtos. Assim, se concentram principalmente em aumentar seu banco de dados e não em aumentar lucros<sup>121</sup>. A característica de baixo faturamento das startups torna difícil para as autoridades que dependem de critérios baseados em volume de negócios detectar quais aquisições devem estar sujeitas ao escrutínio antitruste<sup>122</sup>.

No Brasil, conforme o art. 88 da Lei n. 12.529/2011, com valores atualizados pela Portaria Interministerial n. 994/2012, são operações de notificação obrigatória ao CADE as fusões, aquisições, incorporações, contratos associativos, consórcios ou joint ventures com efeitos no Brasil, quando os seguintes critérios são preenchidos cumulativamente: (i) um dos grupos tenha faturamento mínimo bruto anual ou volume de negócios total no Brasil equivalente ou superior a R\$ 750.000.000,00; e (ii) um outro grupo envolvido na operação tenha

<sup>119</sup> COSTA-CABRAL, Francisco; LYNSKEY, Orla. *Family Ties: The Intersection Between Data Protection and Competition in EU Law*. Common Market Law, v. 58, p. 11-50, 2017. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/68470/>> Acesso em: 10 out. 2020.

<sup>120</sup> No original: “*In other words, pegging anticompetitive harm to high prices and/or lower output—while disregarding the market structure and competitive process that give rise to this market power—restricts intervention to the moment when a company has already acquired sufficient dominance to distort competition.*” KHAN, Lina. *Amazon’s Antitrust Paradox*. Yale Law Journal, v. 126, n. 3, 2017.

<sup>121</sup> CRÉMER, Jacques et al. *Competition policy for the digital era*. European Commission Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2020; FURMAN, Jason et al. *Unlocking digital competition - Report of the Digital Competition Expert Panel*, 2019. Disponível em: <[https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/785547/unlocking\\_digital\\_competition\\_furman\\_review\\_web.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2020.

<sup>122</sup> *Ibid.*

faturamento mínimo bruto anual ou volume de negócios total no Brasil equivalente ou superior a R\$ 75.000.000,00. O § 3º do mesmo artigo prevê que esse tipo de operação não poderá ser consumado antes de apreciação do CADE, sob pena de nulidade e/ou imposição de multa.

No entanto, esse critério falha em capturar operações com impacto significativo no setor de tecnologia. Isso porque, no caso de atos de concentração envolvendo startups na economia digital, os critérios baseados em faturamento não são uma boa métrica da relevância competitiva<sup>123</sup>. Para as plataformas digitais, os dados coletados pela startup, a tecnologia ou o produto que estão desenvolvendo, ou o talento por trás do novo empreendimento, são recursos muito mais valiosos do que o volume de negócios. Isso pode ser inferido do pagamento de valores bilionários por ativos digitais<sup>124</sup>.

Por isso, a inclusão de novos critérios de notificação obrigatória poderia mitigar o risco de que uma operação importante seja negligenciada pelas autoridades. Para encontrar um critério adequado há que ser considerado que, se o valor for baixo, existe o risco de que muitas aquisições exijam uma revisão, sobrecarregando as autoridades da concorrência; já se o valor for muito alto, a regulamentação não irá capturar operações suficientes<sup>125</sup>. Como solução, a Alemanha e Áustria recentemente atualizaram os critérios incluídos em suas regulamentações, que agora incluem o valor total da operação. Na Alemanha, o regulamento se aplicará a transações com um valor superior a 400 milhões de euros. Áustria definiu um valor mais baixo de EUR 200 milhões. Segundo as autoridades de concorrência de ambos os países, a lógica por trás dessas políticas é que o preço de compra de startups com baixo faturamento é muitas vezes uma indicação de inovação e grande potencial competitivo<sup>126</sup>.

Cabe notar que o § 7º do art. 88 da Lei n. 12.529/2011 resguardou ao CADE a possibilidade de requerer a submissão de atos de concentração que não se enquadrem nos critérios de notificação obrigatória, no prazo de um ano a contar da data de sua consumação<sup>127</sup>.

---

<sup>123</sup> CRÉMER, Jacques et al. *Competition policy for the digital era*. European Commission Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, p. 113, 2019. Disponível em:

<<http://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2020.

<sup>124</sup> FALCÓN, Marinell. *Acquisitions of Startups by Digital Firms and Merger Policy*. Tese (Mestrado em Economia), Philipps Universität Marburg, 2020.

<sup>125</sup> CRÉMER, Jacques et al. *Competition policy for the digital era*. European Commission Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019. Disponível em:

<<http://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2020

<sup>126</sup> COMPETITION POLICY INTERNATIONAL. *Germany/Austria: merger notification rules updated for digital economy transactions*, 10 jul. 2018. Disponível em:

<<https://www.competitionpolicyinternational.com/eu-new-merger-control-thresholds-in-germany-and-austria/>>. Acesso em: 12 maio 2020.

<sup>127</sup> “Art. 88. Serão submetidos ao Cade pelas partes envolvidas na operação os atos de concentração econômica em que, cumulativamente: [...] § 7º É facultado ao Cade, no prazo de 1 (um) ano a contar da respectiva data de consumação, requerer a submissão dos atos de concentração que não se enquadrem no disposto neste artigo.”

Também é possível que terceiros interessados apresentem denúncia ou representação fundamentada para requerer a investigação de uma operação que não foi notificada<sup>128</sup>. Embora essa válvula de escape possa mitigar os riscos de *underenforcement*, o CADE nunca exerceu essa faculdade no âmbito de aquisições de startups por superplataformas digitais. Além disso, tal mecanismo não é ideal e não substitui a necessidade de revisão dos critérios, uma vez que fazer o controle dessa maneira exigiria esforços significativos para o monitoramento das transações no mercado, o que nem sempre é possível, além de precisar suportar as complicações do controle de atos de concentração a posteriori e gerar insegurança jurídica quanto à possibilidade de consumação de um determinado negócio<sup>129</sup>.

### 3.3. AVALIAÇÃO DO POTENCIAL ANTICOMPETITIVO DAS OPERAÇÕES

Mesmo nos casos em que uma operação atenda aos critérios de notificação da autoridade antitruste, é desafiador prever quais transações podem ser anticompetitivas, especialmente quando as startups-alvo ainda estão em um estágio muito inicial<sup>130</sup>. Como veremos, as autoridades tendem a aprovar esses atos de concentração por ainda não haver, no momento da aquisição, uma sobreposição horizontal substancial entre o mercado “principal” dominado pela compradora e o mercado no qual a startup se insere, embora esses mercados sejam normalmente relacionados em algum grau<sup>131</sup>.

Identificar se uma integração é horizontal ou vertical é fundamental no processo de avaliação das autoridades. Quando a empresa-alvo é um concorrente atual ou potencial do adquirente, ou seja, atuante em um mesmo elo da cadeia produtiva<sup>132</sup>, há uma sobreposição horizontal, o que implica em redução da concorrência. Essa espécie, portanto, demanda mais atenção das autoridades de defesa da concorrência, sendo mais suscetível a sofrer restrições. Já uma concentração vertical envolve partes em diferentes níveis de uma cadeia produtiva (que, portanto, não competem diretamente)<sup>133</sup>.

---

<sup>128</sup> Trata-se do Procedimento Administrativo para Apuração de Ato de Concentração, regido pela Resolução nº 24/2019 do CADE.

<sup>129</sup> MOTTA, Lucas Griebeler da. *Análise Multijurisdicional de Aquisições Centradas em Dados: diagnóstico atual e propostas de política pública para o Brasil*. São Paulo: Associação Data Privacy Brasil de Pesquisa, 2021.

<sup>130</sup> CRÉMER, Jacques et al. *Competition policy for the digital era*. European Commission Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2020

<sup>131</sup> *Ibid.*, p. 112.

<sup>132</sup> BRYAN, Kevin; HOVENKAMP, Erik. *Startup acquisitions, error costs and antitrust policy*, University of Chicago Law Review, p. 9, 2019. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=3376966>>. Acesso em: 10 out. 2020.

<sup>133</sup> *Ibid.*

Nos mercados digitais, a maioria das aquisições de startups não são consideradas horizontais, seja porque os produtos são complementares ou porque a sobreposição horizontal entre o produto da compradora e o da empresa-alvo é pequena; nesses casos, a empresa insurgente não é considerada uma concorrente<sup>134</sup>. É difícil avaliar se uma startup é de fato uma concorrente potencial da compradora porque elas podem ter como alvo diferentes mercados. Por exemplo, no caso da aquisição do Instagram pelo Facebook, a operação foi aprovada sem restrições porque foi considerado que ambas as empresas visam mercados diferentes. Entendeu-se que o Facebook funciona como uma rede social para conectar pessoas, geralmente conhecidos, familiares e amigos, enquanto o Instagram seria apenas um “aplicativo de compartilhamento de fotos”<sup>135</sup>.

Contudo, conforme relatório elaborado pela Australian Competition and Consumer Commission (ACCC), a aquisição do Instagram pelo Facebook pode ter sido anticompetitiva porque pode ter eliminado um concorrente potencial<sup>136</sup>. A ACCC argumenta que o Instagram era semelhante ao Facebook no sentido de que era uma plataforma que facilita conexões entre usuários, e atraía a atenção dos consumidores para monetizar a plataforma com publicidade direcionada<sup>137</sup>. Apesar disso, a ACCC admite que à época a aquisição não era possível prever a capacidade da startup crescer, incorporar novas funcionalidades e se tornar uma concorrente real do Facebook.

No mesmo sentido, um relatório especializado publicado pela Lear em 2019 avaliou as decisões da autoridade de defesa de concorrência do Reino Unido relacionadas ao controle de estruturas no mercado digital, incluindo a aquisição do Waze pelo Google e a aquisição do Instagram pelo Facebook. Os autores encontraram “lacunas na forma como esses casos foram analisados, o que em alguns casos podem ter resultado na criação de condições de mercado menos favoráveis a um resultado competitivo”<sup>138</sup>. Ao mesmo tempo, os autores reconhecem que tais lacunas são apenas perceptíveis hoje, graças a uma melhor compreensão de como

---

<sup>134</sup> BRYAN, Kevin; HOVENKAMP, Erik. Startup acquisitions, error costs and antitrust policy, *University of Chicago Law Review*, p. 9, 2019. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=3376966>>. Acesso em: 10 out. 2020.; CRÉMER, Jacques et al. *Competition policy for the digital era*. European Commission Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2020

<sup>135</sup> MOTTA, Lucas Griebeler da. *Análise Multijurisdicional de Aquisições Centradas em Dados: diagnóstico atual e propostas de política pública para o Brasil*. São Paulo: Associação Data Privacy Brasil de Pesquisa, 2021.

<sup>136</sup> AUSTRALIAN COMPETITION AND CONSUMER COMMISSION. *Digital platforms inquiry - Final Report*. 2018. p. 80. Disponível em: <<https://www.accc.gov.au/focusareas/inquiries/digital-platforms-inquiry>>. Acesso em: 10 jun. 2021.

<sup>137</sup> *Ibid.*

<sup>138</sup> ARGENTESI, Elena et al. *Ex-post Assessment of Merger Control Decisions in Digital Markets*. Final Report: Document prepared by Lear for the Competition and Markets Authority, 2019. p. 117.

funcionam os mercados digitais, e graças a possibilidade de observar a evolução real de alguns *players* do mercado, o que era muito difícil de visualizar ou prever no momento em que as operações foram investigadas pela autoridade<sup>139</sup>.

Hoje, podemos ficar mais atentos em casos recentes. Um exemplo relevante é a compra, pela Google, da Fitbit Inc., fabricante de relógios e pulseiras inteligentes que monitoram as atividades físicas e a rotina de seus usuários, pelo valor de USD 2,1 bilhões<sup>140</sup>. Essa foi a primeira aquisição centrada em dados em mercados digitais analisada pela Comissão Europeia que foi aprovada com restrições. A autoridade demonstrou preocupações com o potencial do Google usar os dados do Fitbit para aprimorar sua publicidade direcionada (onde o Google já é dominante) e para restringir o acesso já existente de terceiros aos dados do Fitbit ou restringir a interoperabilidade entre *wearables* concorrentes e o ecossistema Android. Assim, a aprovação ficou condicionada à adoção de certas medidas, dentre as quais: (i) o Google não poderá utilizar certos dados coletados e processados pelo Fitbit para fins de publicidade online; (ii) os bancos de dados ficarão separados por meio de estruturas sujeitas a auditoria e controle de acesso; e (iii) os usuários devem ter a possibilidade de aprovar ou negar o uso, por outras divisões do Google diferentes da de publicidade online, dos dados abrangidos pelas medidas e relacionados às contas Google ou Fitbit<sup>141</sup>.

A decisão representa um avanço importante em termos de política antitruste, mas, conforme aponta o relatório especializado da Data Privacy Brasil<sup>142</sup>, a Comissão Europeia “aparentemente adotou como premissa o fato de que os únicos mercados em que o Google poderia exercer posição dominante pós-operação seriam os de publicidade online e licenciamento de software para *wearables*” e, assim, ignorou os potenciais impactos ao mercado de soluções digitais de saúde. Isso é um problema porque, embora a Comissão Europeia argumente que esse mercado é novo e, portanto, aberto e competitivo, “com os bancos de dados do Fitbit, o Google poderia iniciar suas atividades nesse novo mercado de saúde com vantagens competitivas não facilmente contestáveis e replicáveis por outros entrantes”<sup>143</sup>. Críticos da decisão apontam, ainda, que o Google tem um histórico estabelecido de adicionar cada vez mais

---

<sup>139</sup> *Ibid.*

<sup>140</sup> Para uma análise detalhada do caso, ver: MOTTA, Lucas Griebeler da. *Análise Multijurisdicional de Aquisições Centradas em Dados: diagnóstico atual e propostas de política pública para o Brasil*. São Paulo: Associação Data Privacy Brasil de Pesquisa, 2021.

<sup>141</sup> EUROPEAN COMMISSION. *Mergers: Commission clears acquisition of Fitbit by Google, subject to conditions*. 17 dec. 2020. Disponível em: <[https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_20\\_2484](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2484)>. Acesso em: 10 ago. 2021.

<sup>142</sup> MOTTA, Lucas Griebeler da. *Análise Multijurisdicional de Aquisições Centradas em Dados: diagnóstico atual e propostas de política pública para o Brasil*. São Paulo: Associação Data Privacy Brasil de Pesquisa, 2021.

<sup>143</sup> *Ibid.*

dados à sua base, permitindo um “vale-tudo” interno para espalhar seu domínio em novos mercados; portanto, a decisão segue um padrão de aplicação inadequada do direito antitruste no mercado digital, o que é “muito menos perdoável em 2021, sabendo o que sabemos agora”<sup>144</sup>.

Com uma decisão definitiva da autoridade de defesa de concorrência do Reino Unido sobre a aquisição da Giphy pelo Facebook, poderemos ter um marco divisório com a primeira operação bloqueada no mercado digital. Em um relatório preliminar, a CMA apontou que o negócio deve ser desfeito porque vai impactar negativamente a competição entre as plataformas de mídia social. Segundo o raciocínio do CMA:

Todos os dias milhões de postagens em redes sociais agora incluem um GIF. Qualquer redução na escolha ou qualidade desses GIFs pode afetar significativamente a forma como as pessoas usam esses sites, e se elas trocam ou não para uma plataforma diferente como o Facebook. Como a maioria das principais redes sociais que competem com o Facebook usam os GIFs da Giphy, e há apenas um outro grande provedor de GIFs — o Tenor do Google — essas plataformas têm pouquíssima escolha.

A CMA constatou, provisoriamente, que a propriedade da Giphy pelo Facebook poderia levá-lo a negar o acesso de outras plataformas aos seus GIFs. Ainda, poderia alterar os termos desse acesso - por exemplo, o Facebook poderia exigir que os clientes Giphy, como TikTok, Twitter e Snapchat, fornecessem mais dados dos usuários para acessar GIFs da Giphy. Essas ações podem aumentar o poder de mercado do Facebook, que já é significativo.<sup>145</sup>

Ainda, o CMA argumenta que Giphy estava em processo de construção de um negócio de anúncios que teria competido com Facebook. A autoridade afirma que o Facebook fez a Giphy encerrar esses planos depois de anunciar o acordo, reduzindo assim a concorrência no mercado<sup>146</sup>.

<sup>144</sup> CAFARRA, Cristina et al. *The antitrust orthodoxy is blind to real data harms*. Disponível em: <<https://voxeu.org/content/antitrust-orthodoxy-blind-real-data-harms>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

<sup>145</sup> No original: “Millions of posts every day on social media sites now include a GIF. Any reduction in the choice or quality of these GIFs could significantly affect how people use these sites and whether or not they switch to a different platform, such as Facebook. As most major social media sites that compete with Facebook use Giphy GIFs, and there is only one other large provider of GIFs – Google’s Tenor – these platforms have very little choice. The CMA provisionally found that Facebook’s ownership of Giphy could lead it to deny other platforms access to its GIFs. Alternatively, it could change the terms of this access – for example, Facebook could require Giphy customers, such as TikTok, Twitter and Snapchat, to provide more user data in order to access Giphy GIFs. Such actions could increase Facebook’s market power, which is already significant”. THE VERGE. *Facebook shouldn't be allowed to buy Giphy, says UK regulator*. Disponível em: <<https://www.theverge.com/2021/8/12/22621957/facebook-giphy-deal-blocked-uk-regulator>> Acesso em 20 ago. 2021.

<sup>146</sup> COMPETITION AND MARKETS AUTHORITY (Reino Unido). *Facebook’s takeover of Giphy raises competition concerns*, Press Release, 12/08/2021. Disponível em: <<https://www.gov.uk/government/news/facebook-s-takeover-of-giphy-raises-competition-concerns>> Acesso em: 20 ago. 2021.

Assim, embora hajam muitas dificuldades na aplicação do direito antitruste nos mercados digitais, há uma sinalização de que as autoridades estão cada vez mais alertas e gradualmente readaptando a abordagem dos atos de concentração, com ênfase na importância dos dados e na perda de concorrência potencial. Isso é extremamente relevante uma vez que, como visto nos capítulos anteriores, a competição e bem-estar do consumidor serão afetados se as autoridades de defesa da concorrência continuarem negligenciando essas transações enquanto as plataformas dominantes continuam a fortalecer suas estratégias de aquisição<sup>147</sup>.

### 3.4. COOPERAÇÃO ENTRE CADE E ANPD

Uma maior cooperação entre as diferentes autoridades pode se provar muito benéfica, especialmente nos casos onde haja necessidade de impor remédios antitruste que envolvam compartilhamento, interoperabilidade ou restrições de acesso a bancos de dados, pois um parceiro setorial pode aumentar a eficácia da aplicação e fiscalização do cumprimento de tais medidas<sup>148</sup>. Por exemplo, na presença de condutas anticompetitivas em um mercado caracterizado por fortes efeitos de rede, a simples imposição de uma multa pecuniária não é suficiente para reestabelecer os níveis desejáveis de concorrência. Para tanto, a autoridade antitruste terá de impor remédios estruturais ou comportamentais que, por sua vez, requerem detalhado monitoramento técnico e anos de esforço e supervisão. Considerando as peculiaridades do mercado e da forte necessidade de conhecimento técnico, a autoridade antitruste se encontra em posição inadequada para realizar tal monitoramento. Uma maior cooperação permitiria que as autoridades antitruste desenhem as medidas necessárias para supervisionar tais imposições com auxílio das autoridades especializadas.

Há um movimento nesse sentido ao redor do mundo, e as agências de proteção de dados estão começando a ocupar seu lugar na mesa antitruste. A abordagem adotada pela agência antitruste da França, a *Autorité de la concurrence* (ADLC), é um bom exemplo. Em outubro de 2020, o ADLC recebeu uma denúncia contra a iniciativa *App Tracking Transparency* da Apple. Na oportunidade, os reclamantes alegaram que não estava claro se a Apple estava aplicando o

---

<sup>147</sup> FURMAN, Jason et al. *Unlocking digital competition* - Report of the Digital Competition Expert Panel, 2019, p. 49. Disponível em: <[https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/785547/unlocking\\_digital\\_competition\\_furman\\_review\\_web.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2020.

<sup>148</sup> GEORGE J. STIGLER CENTER FOR THE STUDY OF THE ECONOMY AND THE STATE (Estados Unidos). *Stigler Committee on Digital Platforms: Final Report*, p. 127, 2019. Disponível em: <<https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/digital-platforms---committee-report---stigler-center.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2020.

mesmo padrão aos seus próprios aplicativos, e, portanto, haveria uma conduta abusiva ao introduzir essa escolha para consumidores seletivamente em aplicativos de terceiros. A ADLC fez a coisa sensata, qual seja, consultar a *Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés* (CNIL), que supervisiona a proteção de dados e a privacidade. A ADLC, levando em consideração a opinião formulada pela CNIL de que a *App Tracking Transparency* está de acordo com as regras da legislação de proteção de dados europeia, e que "seu *pop-up* difere positivamente de outras interfaces" — embora mais trabalho seria necessário para estabelecer se a Apple aplicou um padrão diferente a si mesma — não adotou as medidas solicitadas pelos reclamantes. Em vez disso, adotou a visão preliminar de que a introdução da estrutura *App Tracking Transparency* não parece refletir um abuso de posição dominante que levaria à imposição de condições comerciais injustas<sup>149</sup>. A ADLC se comprometeu a continuar a investigar se a Apple aplica proteções de privacidade igualmente a sua própria coleta de dados.

Em sentido semelhante, no Reino Unido, a CMA e a *Information Commissioner's Office* colaboraram na avaliação do *Sandbox* do Google e emitiram uma Declaração Conjunta se comprometendo a trabalhar juntos. Nos Estados Unidos, as queixas contra o Google e o Facebook trataram a degradação da privacidade como um exercício de poder de mercado. No Brasil, a recém-estruturada Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), órgão federal responsável pela edição de normas e pela fiscalização de procedimentos sobre proteção de dados<sup>150</sup>, assinou, em junho de 2021, um acordo de cooperação técnica com o CADE<sup>151</sup>, reconhecendo que existem objetivos convergentes entre a política de defesa da concorrência e a proteção de dados na legislação pátria.

Com esse acordo, as instituições se comprometem a compartilhar documentos, informações e experiências nas respectivas áreas de atuação, promover reuniões e visitas técnicas, além de cursos, palestras e outros eventos de capacitação e aperfeiçoamento dos seus quadros técnicos. Também assumem parceria para produção conjunta de estudos e pesquisas acerca de procedimentos e práticas de difusão da concorrência nos serviços de proteção de

---

<sup>149</sup> AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE (França). *Targeted advertising / Apple's implementation of the ATT framework*. The Autorité does not issue urgent interim measures against Apple but continues to investigate into the merits of the case. 2021. Disponível em: <<https://www.autoritedelaconurrence.fr/en/press-release/targeted-advertising-apples-implementation-att-framework-autorite-does-not-issue>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

<sup>150</sup> Sobre o rol de competência da ANPD, o artigo 55-K da LGPD determina a articulação da atuação da ANPD com outras entidades ou órgãos da administração pública. De acordo com o parágrafo único do referido artigo, a atuação da ANPD deverá ser harmonizada com outros órgãos e entidades com competências sancionatórias e normativas afetas ao tema.

<sup>151</sup> BRASIL. CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. *Acordo de Cooperação Técnica nº 5/2021*. Disponível em: <<https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/act-tarjado-compactado.pdf>>, Acesso em: 03 out. 2021.

dados. O presidente do CADE, Alexandre Barreto, destacou que “a cooperação entre as instituições brasileiras atuantes em ambas as searas e o alinhamento da defesa da concorrência com a economia digital e os aspectos concernentes à proteção de dados são de suma importância para o bom funcionamento das políticas públicas concorrenciais e de proteção de dados”<sup>152</sup>.

Outro movimento importante do CADE foi o lançamento do documento de trabalho “Benchmarking internacional sobre as instituições de Defesa da Concorrência e de Proteção de Dados”, que consiste em um estudo sobre as instituições de proteção de dados e de defesa da concorrência de doze jurisdições, além do Brasil, com análise das principais inter-relações e dos aspectos gerais das leis de proteção de dados. O economista-chefe do CADE, Guilherme Resende, aponta que “compreender a atuação dessas entidades ao redor do mundo, de defesa da concorrência e de proteção de dados, é de suma importância para otimizar a atuação coordenada entre CADE e ANPD”<sup>153</sup>. O documento de trabalho destaca que “as interações entre as agências de defesa da concorrência e de proteção de dados são relevantes por fortalecerem ambas as áreas e por demonstrarem o apoio entre órgãos, que embora distintos, buscam o bem-estar da sociedade”<sup>154</sup>. Entre outras propostas, o documento sugere, inclusive, a criação, pelo CADE, de uma área técnica especializada em questões correlatas a proteção de dados<sup>155</sup>.

Embora seja necessário aguardar para ver como isso ocorrerá na prática, certo é que esse movimento de cooperação e integração das questões de proteção de dados ao direito antitruste no Brasil e ao redor do mundo é crucial para analisar os efeitos de atos de concentração no mercado digital e para preservar o tanto quanto possível a proteção de dados, simultaneamente estimulando a concorrência e, conseqüentemente, propiciando um cenário favorável ao progresso econômico e social, resguardando a liberdade, a igualdade e a democracia.

---

<sup>152</sup> BRASIL. CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. *Cade firma parceria com ANPD e lança estudo sobre defesa da concorrência e proteção de dados*. Disponível em: <<https://www.gov.br/cade/pt-br/assuntos/noticias/cade-firma-parceria-com-anpd-e-lanca-estudo-sobre-defesa-da-concorrencia-e-protecao-de-dados>>. Acesso em: 03 out. 2021.

<sup>153</sup> *Ibid.*

<sup>154</sup> BRASIL. CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. *Cade firma parceria com ANPD e lança estudo sobre defesa da concorrência e proteção de dados*. Disponível em: <<https://www.gov.br/cade/pt-br/assuntos/noticias/cade-firma-parceria-com-anpd-e-lanca-estudo-sobre-defesa-da-concorrencia-e-protecao-de-dados>>. Acesso em: 03 out. 2021.

<sup>155</sup> BRASIL. CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. (Ed.). *Benchmarking internacional sobre as instituições de Defesa da Concorrência e de Proteção de Dados*. p. 170. Disponível em: <<https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/documentos-de-trabalho/2021/Documento%20de%20Trabalho%20-%20Benchmarking-internacional-Defesa-da-Concorrencia-e-Protecao-de-dados.pdf>> Acesso em: 03 out. 2021.

## CONCLUSÃO

O estudo realizado neste trabalho, mormente sobre a necessidade de adequação do controle de estruturas em face aos desafios impostos por uma economia na qual os dados são o principal ativo, permite as seguintes conclusões.

Primeiro, os mercados digitais se aprimoraram muito desde seu início, assim como a nossa compreensão a respeito deles, mas as autoridades encontram muitas dificuldades para lidar com os desafios impostos pela exploração econômica dos dados e os traços distintivos da dinâmica desses novos modelos de negócios, que apresentam uma tendência à forte concentração de mercado em razão dos efeitos de rede e dos ciclos de retroalimentação (feedback loops), que fortalecem os competidores com amplo acesso a dados pessoais.

Segundo, as características dos mercados digitais somadas a uma estratégia consistente de aquisições de startups possibilitaram a consolidação de um poder extraordinário nas mãos de algumas poucas plataformas digitais. Essas aquisições podem perpetuar a natureza concentrada das plataformas, elevar ainda mais as barreiras de entrada, afetar o ecossistema de apoio às startups e prejudicar a privacidade dos consumidores. Outros fatores de preocupação incluem a capacidade de orquestração econômica das plataformas digitais e a dependência que muitos agentes econômicos têm delas.

Terceiro, as políticas de proteção de dados, de defesa do consumidor e da concorrência devem ser executadas de modo harmônico, possibilitando benefícios mútuos. O controle do poder econômico deve buscar proteger o processo competitivo e os interesses dos consumidores para além do aspecto monetário, considerando os riscos de um reforço da posição dominante das superplataformas digitais, sobretudo, para a autodeterminação dos usuários.

Quarto, considerando que o poder de mercado permite violações de privacidade e proteção de dados, e essas, por sua vez, consolidam o poder de mercado, a legislação de proteção de dados pode orientar as autoridades na avaliação competitiva de uma operação, por exemplo, com uma auditoria de riscos pós-operação que incluiria possível redução de direitos de privacidade, alteração na coleta ou utilização de informações já coletadas para uma finalidade distinta daquela que originou a captura dos dados.

Quinto, os atuais critérios de notificação baseados em volume de negócios não capturam operações relevantes no mercado digital devido à característica de baixo faturamento das startups; assim, não é possível barrar aquisições anticompetitivas e garantir condições de mercado adequadas para que as startups possam competir de forma eficaz. Uma possível

solução para isso seria a adoção de critérios como valor total da operação, embora outros critérios também possam ser considerados.

Sexto, uma abordagem voltada à não-intervenção antitruste não se justifica nos mercados digitais, uma vez que falsos positivos são mais improváveis e o risco de falsos negativos e do estado atual de *laissez-faire*, que causou danos a competição e a sociedade em geral, são muito mais substanciais. A abordagem adequada deverá envolver um olhar atento e cauteloso, evitando inibir movimentos de inovação, ao mesmo tempo compreendo a relevância dos dados como ativo valioso e o potencial de utilizá-los para desenvolver ou criar novos produtos e impulsionar economias de escala, escopo e efeitos de rede (incluindo para expandir em novos mercados adjacentes). Embora isso não forneça uma resposta definitiva sobre como lidar com os desafios de controle de estruturas, pode orientar melhor o debate e permitir uma necessária abordagem mais ampla e refinada de atos de concentração na economia digital.

Sétimo, a cooperação entre autoridades de defesa da concorrência e autoridades especializadas em proteção de dados pode aumentar a eficácia da aplicação e fiscalização do cumprimento de medidas antitruste. Os especialistas em privacidade podem colaborar na análise de atos de concentração, visando diminuir a exploração do consumidor e disciplinar o poder de mercado. Felizmente, já há movimentos nesse sentido e esperamos, nos próximos anos, ver a imposição de medidas concretas que visem aprimorar o atual contexto concorrencial e de proteção de dados. Às autoridades, será preciso coragem para enfrentar um desafio dessa magnitude.

## REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. *Aos dados cidadãos*. A Revista dos Livros, 2018. Disponível em: <<http://ricardoabramovay.com/aos-dados-cidadaos/>>. Acesso em 28 out. 2020.
- ANDERSSON, Martin; XIAO, Jing. *Acquisitions of start-ups by incumbent businesses: A market selection process of “high-quality” entrants?* Research Policy, v. 45, n. 1, p. 272–290, 2016.
- ARGENTESI, Elena et al. *Ex-post Assessment of Merger Control Decisions in Digital Markets*. Final Report: Document prepared by Lear for the Competition and Markets Authority, 2019.
- AUDRETSCH, David; THURIK, Roy. *A Model of the Entrepreneurial Economy*. International Journal of Entrepreneurship Education v. 2, n. 2, p. 143-166, 2001.
- AUSTRALIAN COMPETITION AND CONSUMER COMMISSION. *Digital platforms inquiry - Final Report*. 2018. Disponível em: <<https://www.accc.gov.au/focusareas/inquiries/digital-platforms-inquiry>>. Acesso em: 10 jun. 2021.
- AVERITT, Neil W.; LANDE, Robert H. *Using the “consumer choice approach” to antitrust law*. Antitrust Law Journal, v. 74, p. 175-264, 2007.
- BAGNOLI, Vicente. *Concorrência na era digital*. In: ANDREOLI, Daniel Oliveira (Org.); HONDA, Joyce Midori (Org.). *A Concorrência em Análise: Reflexões dos membros da CECORE/OAB-SP Comissão de Estudos da Concorrência e Regulação Econômica - OAB/SP*. São Paulo: Scortecci, 2018.
- BORK, R. *The Antitrust Paradox*. New York: Basic Books, 1978.
- BOSTON CONSULTING GROUP. *Cracking the Code of Digital Mergers & Acquisitions (M&A)*. Disponível em: <<https://www.bcg.com/publications/2019/crackingcode-digital-m-and-a.aspx>>. Acesso em 12 ago. 2021.
- BRASIL. CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. (Ed.). *Benchmarking internacional sobre as instituições de Defesa da Concorrência e de Proteção de Dados*. Disponível em: <<https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/documentos-de-trabalho/2021/Documento%20de%20Trabalho%20-%20Benchmarking-internacional-Defesa-da-Concorrecia-e-Proteacao-de-dados.pdf>> Acesso em: 03 out. 2021.
- BRASIL. CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. (Ed.). *Concorrência em mercados digitais: uma revisão dos trabalhos especializados*. Disponível em: <<https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/documentos-de-trabalho/2020/documento-de-trabalho-n05-2020-concorrecia-em-mercados-digitais-uma-revisao-dos-relatorios-especializados.pdf>>. Acesso em: 03 out. 2021.
- BRASIL. CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. *Acordo de Cooperação Técnica nº 5/2021*. Disponível em: <<https://www.gov.br/anpd/pt->

br/assuntos/noticias/act-tarjado-compactado.pdf>, Acesso em: 03 out. 2021.

BRASIL. MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. *Nota Conjunta 08/2014 Senacon/CADE: Análise sobre interface entre política de defesa do consumidor e defesa da concorrência*. 2014. Disponível em: <<https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/notas-tecnicas/anexos/8-2014.pdf>> Acesso em: 08 out. 2020.

BRASIL. CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. *Guia para análise de atos de concentração horizontal*. 2016. Disponível em: <[http://www.cade.gov.br/aceso-a-informacao/publicacoes-institucionais/guias\\_do\\_Cade/guia-para-analise-de-atos-de-concentracao-horizontal.pdf](http://www.cade.gov.br/aceso-a-informacao/publicacoes-institucionais/guias_do_Cade/guia-para-analise-de-atos-de-concentracao-horizontal.pdf)>. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. *Cade firma parceria com ANPD e lança estudo sobre defesa da concorrência e proteção de dados*. Disponível em: <<https://www.gov.br/cade/pt-br/assuntos/noticias/cade-firma-parceria-com-anpd-e-lanca-estudo-sobre-defesa-da-concorrenca-e-protecao-de-dados>>. Acesso em: 03 out. 2021.

BRYAN, Kevin; HOVENKAMP, Erik. *Startup acquisitions, error costs and antitrust policy*. University of Chicago Law Review, 10 mai. 2019. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=3376966>>. Acesso em: 10 out. 2020.

BUNDESKARTELLAMT. *Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources*, Press Release, 07/02/2019. Disponível em: <[https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07\\_02\\_2019\\_Facebook.html](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook.html)>. Acesso em: 25 jun. 2020.

CAFARRA, Cristina et al. *The antitrust orthodoxy is blind to real data harms*. Disponível em: <<https://voxeu.org/content/antitrust-orthodoxy-blind-real-data-harms>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

CAFARRA, Cristina; RYAN, Johnny. *Why privacy experts need a place at the antitrust table*. Promarket, Chicago, 28 jul. 2021. Disponível em: <<https://promarket.org/2021/07/28/privacy-experts-antitrust-data-harms-digital-platforms/>> Acesso em: 09 out. 2021.

COMPETITION AND MARKETS AUTHORITY (Reino Unido). *Online platforms and digital advertising*. 2020. Disponível em: <[https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fa557668fa8f5788db46efc/Final\\_report\\_Digital\\_ALT\\_TEXT.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fa557668fa8f5788db46efc/Final_report_Digital_ALT_TEXT.pdf)>. Acesso em: 10 ago. 2021.

COMPETITION AND MARKETS AUTHORITY (Reino Unido). *Facebook's takeover of Giphy raises competition concerns*, Press Release, 12/08/2021. Disponível em: <<https://www.gov.uk/government/news/facebook-s-takeover-of-giphy-raises-competition-concerns>> Acesso em: 20 ago. 2021.

COMPETITION POLICY INTERNATIONAL. *Germany/Austria: merger notification rules updated for digital economy transactions*, 10 jul. 2018. Disponível em: <<https://www.competitionpolicyinternational.com/eu-new-merger-control-thresholds-in-germany-and-austria/>>. Acesso em: 12 maio 2020.

COHEN, Julie E. *The biopolitical public domain: the legal construction of the surveillance economy*. *Philosophy & Technology*, p. 1-21, 2017.

COLANGELO, Giuseppe; MAGGIOLINO, Mariateresa. *Data accumulation and the privacy-antitrust interface: insights from the Facebook case*, *International Data Privacy Law*, v. 8, i. 3, Aug., 2018, p. 224-239. Disponível em: <<https://academic.oup.com/idpl/article/8/3/224/5198967>>. Acesso em: 03 out. 2021.

COSTA-CABRAL, Francisco; LYNSKEY, Orla. *Family Ties: The Intersection Between Data Protection and Competition in EU Law*. *Common Market Law*, v. 58, p. 11-50, 2017. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/68470/>>. Acesso em: 03 out. 2021.

COUTINHO, Diogo; KIRA, Beatriz. *Vinho novo em garrafas velhas*. Jota, 02/07/2018. Disponível em: <<https://www.jota.info/tributos-e-empresas/regulacao/vinhos-novos-em-garrafas-velhas-02072018>>. Acesso em: 03 out. 2021.

COYLE, Diane. *Practical competition policy implications of digital platforms*. Bennett Institute for Public Policy Cambridge working paper no. 01/2018. Disponível em: <[https://www.bennettinstitute.cam.ac.uk/media/uploads/files/Practical\\_competition\\_policy\\_to\\_ols\\_for\\_digital\\_platforms.pdf](https://www.bennettinstitute.cam.ac.uk/media/uploads/files/Practical_competition_policy_to_ols_for_digital_platforms.pdf)> Acesso em: 01 ago. 2021.

CRAVO, Daniela Copetti. *Direito à Portabilidade de Dados*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.

CRÉMER, Jacques et al. *Competition policy for the digital era*. European Commission Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2020.

CRUZ, Francisco Carvalho de Brito. *Direito, democracia e cultura digital: a experiência de elaboração legislativa do Marco Civil da Internet*. Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo, 2015.

CUNNINGHAM, Colleen et al. *Killer Acquisitions*. *Journal of Political Economy*, Vol. 129, No. 3, pp. 649–702, 2018. Disponível em: <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3241707](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3241707)>. Acesso em: 10 out. 2020.

DONEDA, Danilo. *Da privacidade à proteção de dados pessoais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

EPSTEIN, Richard. *Beware of Populist Antitrust Law*. *Forbes*. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/richardepstein/2019/01/23/beware-of-populist-antitrust-law/#7e7fd889586b>>. Acesso em: 10 out. 2020.

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA. Subcommittee on Antitrust, Commercial and Administrative Law of The Committee on The Judiciary. *Investigation of competition in digital markets*. 2020. Disponível em: <<https://int.nyt.com/data/documenttools/house-antitrust-report-on-big-tech/b2ec22cf340e1af1/full.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2020.

EUROPEAN DATA PROTECTION SUPERVISOR (Org.). *Privacy and competitiveness in the age of big data: The interplay between data protection, competition law and consumer*

protection in the Digital Economy. 2014. Disponível em: <[https://edps.europa.eu/sites/edp/files/publication/14-03-26\\_competition\\_law\\_big\\_data\\_en.pdf](https://edps.europa.eu/sites/edp/files/publication/14-03-26_competition_law_big_data_en.pdf)>. Acesso em: 04 mar. 2021.

EUROPEAN DATA PROTECTION BOARD (Org.). *Statement of the EDPB on the data protection impacts of economic concentration*. 2018. Disponível em: <[https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb\\_statement\\_economic\\_concentration\\_en.pdf](https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_statement_economic_concentration_en.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2020.

EVANS, David et al. *Platform economics: Essays on multi-sided businesses*. Competition Policy International, 2011. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=1974020>>. Acesso em: 10 out. 2020.

EVANS, David. *Why the Dynamics of Competition for Online Platforms Leads to Sleepless Nights But Not Sleepy Monopolies*. 2017. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=3009438>>. Acesso em: 10 out. 2020.

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

FALCÓN, Marinell. *Acquisitions of Startups by Digital Firms and Merger Policy*. Tese (Mestrado em Economia), Philipps Universität Marburg, 2020.

FIDELIS, Andressa. *Data-driven mergers: a call for further integration of dynamic effects into competition analysis*, Revista do IBRAC, v. 23, n. 2, 2017.

FORGIONI, Paula. *Os Fundamentos do Antitruste*. São Paulo: Thomson Reuters/Revista dos Tribunais, 7ª ed., rev. e atual., 2014.

FRAZÃO, Ana de Oliveira. *Direito da concorrência: pressupostos e perspectivas*. 1. ed. São Paulo: Saraiva. 2017.

FURMAN, Jason et al. *Unlocking digital competition - Report of the Digital Competition Expert Panel*, 2019. Disponível em: <[https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/785547/unlocking\\_digital\\_competition\\_furman\\_review\\_web.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2020.

FUSTER, Gloria González. *The emergence of personal data protection as a fundamental right of the EU*. Springer, 2014.

GEIS, George. *Semi-Organic Growth: Tactics and Strategies behind Google's Success*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. 2015.

GEORGE J. STIGLER CENTER FOR THE STUDY OF THE ECONOMY AND THE STATE (Estados Unidos). *Stigler Committee on Digital Platforms: Final Report*. 2019. Disponível em: <<https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/digital-platforms---committee-report---stigler-center.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2020.

GREAF, Inge. *Blurring Boundaries of Consumer Welfare: How to Create Synergies between Competition, Consumer and Data Protection Law in Digital Markets*. Disponível em:

<[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2881969](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2881969)>. Acesso em: 01 out. 2021.

GREAF, Inge. *Data as Essential Facility: Competition and Innovation on Online Platforms*. Tese (Doutorado), KU Leuven, 2016. Disponível em:

<<https://core.ac.uk/download/pdf/34662689.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2020.

GREAF, Inge. *Fairness and Enforcement: bridging competition, data protection and consumer law*, *International Data Privacy Law*, v. 8, n. 3, 2018, p. 200-223.

GREAF, Inge. *Market Definition and Market Power in Data: The Case of Online Platforms*. *World Competition: Law and Economics Review*, v. 38, n. 4, p. 473-506, 2015. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2657732>>. Acesso em: 30 out. 2020.

HARBOUR, Pamela; KOSLOV, Tara. *Section 2 in a Web 2.0 World: An Expanded Vision of Relevant Product Markets*. *Antitrust Law Journal*, v. 76, n. 3, p. 769-797, 2010.

HOVENKAMP, Herbert. *Platforms and the Rule of Reason: The American Express Case*. Institute for Law and Economics at the University of Pennsylvania. Research Paper no. 19-10. 2019. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=3334635>>. Acesso em: 10 ago. 2020.

KHAN, Lina M. *Amazon's Antitrust Paradox*. *The Yale Law Journal*, v. 126, n. 3, jan. 2017.

KIMMELMAN, Gene; FELD, Harold; ROSSI, Agustin. *The limits of antitrust in privacy protection*. *International Data Privacy Law*, v. 8, i. 3, Aug., 2018, p. 270-276.

KWOKA, John. *Controlling Mergers and market power: a program for reviving Antitrust in America*. Boston: Competition Policy International, 2020.

KATZ, Michael L.; SHAPIRO, Carl. *Network externalities, competition and compatibility*. *The American economic review*, v. 75, n. 3, 1985. p. 424-440.

LAMADRID, Alfonso; VILLIERS, Sam. *Big Data, Privacy and Competition Law: Do Competition Authorities know how to do it?* Competition Policy International, *Antitrust Chronicle*, Jan/2017.

LYNSKEY, Orla. *A legal response to data-driven mergers*. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/338271298\\_A\\_Legal\\_Response\\_To\\_Data-Driven\\_Mergers](https://www.researchgate.net/publication/338271298_A_Legal_Response_To_Data-Driven_Mergers)> Acesso em: 10 set. 2020.

LYNSKEY, Orla. *At the crossroads of data protection and competition law: time to take stock*. *International Data Privacy Law*, v. 8, n. 3, 2018, p. 179.

LYNSKEY, Orla. *Non-price Effects of Mergers*. OECD Competition committee meeting, 06 jun. 2018. Disponível em: <[https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2018\)70/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2018)70/en/pdf)>. Acesso em: 10 set. 2021.

LYNSKEY, Orla. *Regulating Platform Power*. LSE Legal Studies Working Paper No. 1/2017.

MACHADO, Luiza Andrade. *Desafios do big data ao direito da concorrência*. *Revista do IBRAC*, São Paulo, v. 23, n. 2, 2017. p.393. Disponível em:

<[http://www.ibrac.org.br/UPLOADS/PDF/RevistadoIBRAC/Revista\\_23\\_n%C2%BA\\_2.pdf](http://www.ibrac.org.br/UPLOADS/PDF/RevistadoIBRAC/Revista_23_n%C2%BA_2.pdf)>. Acesso em: 08 out. 2020.

MARTINEZ, Ana Paula. *A Defesa dos Interesses dos Consumidores pelo Direito da Concorrência*. Revista do Ibrac, São Paulo: IBRAC, v. 11, n. 01, 2004.

MARTY, Frédéric. *L'économie des plateformes: dissipation ou concentration de la rente?*, Science Po OFCE Working Paper n. 13, 2017, p. 13. Disponível em: <<https://www.ofce.sciences-po.fr/pdf/dtravail/WP2017-13.pdf>>. Acesso em: 11 jun. 2020.

MELEDO-BRIAND, Danièle. *A consideração do interesse do consumidor e o direito da concorrência*. Revista de Direito do Consumidor, v. 35, jul./set. 2000.

MENDES, Laura Schertel. *Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor*. São Paulo: Editora Saraiva, 2014.

MENKE, Fabiano; DRESCH, Rafael de Freitas Valle. *Lei Geral de Proteção de Dados. Aspectos Relevantes*, Indaiatuba: Editora FOCO, 2021.

MOROZOV, Evgeny. *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: Ubu, 2018.

MOTTA, Lucas Griebeler da. *Análise Multijurisdicional de Aquisições Centradas em Dados: diagnóstico atual e propostas de política pública para o Brasil*. São Paulo: Associação Data Privacy Brasil de Pesquisa, 2021.

MOTTA, Lucas Griebeler da. *Why We Should Be Careful About Google's Promises in the Fitbit Deal*. Disponível em: <<https://promarket.org/2020/08/21/why-we-should-be-careful-about-googles-promises-in-the-fitbit-deal/>> Acesso em: 10 ago. 2021.

NEWTON, Casey; PATEL, Nilay. *'Instagram can hurt us': Mark Zuckerberg e-mails outline plan to neutralize competitors*. The Verge, 29 jun. 2020. Disponível em <https://www.theverge.com/2020/7/29/21345723/facebook-instagram-documents-emails-markzuckerberg-kevin-systrom-hearing>. Acesso em: 15 out. 2020.

O GLOBO. *Primeiro ele criou a web, agora quer proteger seus dados e tirar poder das 'big techs'*. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/primeiro-ele-criou-web-agora-quer-protoger-seus-dados-tirar-poder-das-big-techs-24832114>>. Acesso em: 04 mar. 2021.

OHLHAUSEN, Maureen; OKULIAR, Alexander. *Competition, Consumer Protection, and The Right [Approach] to Privacy*. Antitrust Law Journal , v. 80, n. 1, 2015..

ORBACH, Barak. *Antitrust Populism*. New York Univeristy Journal of Law & Business. 2017. Disponível em: <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2994281](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2994281)>. Acesso em: 14 jun. 2020.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). *Big data: Bringing Competition Policy to the Digital Era*. Background note by the OECD Secretariat, 2016. Disponível em: <[www.oecd.org/daf/competition/big-data-bringing-competition-policy-to-the-digital-era.htm](http://www.oecd.org/daf/competition/big-data-bringing-competition-policy-to-the-digital-era.htm)>. Acesso em: 27 maio 2020.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). *Big data: Bringing Competition Policy to the Digital Era*. Executive Summary by the OECD Secretariat, 2016. Disponível em: <[www.oecd.org/daf/competition/big-data-bringing-competition-policy-to-the-digital-era.htm](http://www.oecd.org/daf/competition/big-data-bringing-competition-policy-to-the-digital-era.htm)>. Acesso em: 27 maio 2020.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). *SMEs, Entrepreneurship and Innovation*. OECD Publishing, 2010.

PECK, Patrícia. *Proteção de dados pessoais: comentários à Lei nº. 13.709/2018*. São Paulo: Saraiva, 2019.

PEREIRA NETO, Caio Mario da Silva. *Competition Law Challenges in the Digital Age*. In: BAGNOLI, Vicente (Coord.). *Concorrência e Inovação: Anais do congresso internacional para a promoção de debates acerca do Direito da Concorrência e Inovação Tecnológica diante da realidade e desafios da Economia Digital*. São Paulo: Scortecci, 2018.

PEREIRA NETO, Caio Mario da Silva (org.). *Defesa da Concorrência em Plataformas Digitais*. São Paulo: FGV Direito SP, 2021.

PEREIRA NETO, Caio Mario; PRADO FILHO, José Inacio. *Espaços e interfaces entre regulação e defesa da concorrência: a posição do CADE*, Revista Direito GV, v. 12, n. 1, São Paulo, jan/abr, 2016.

PERITZ, Rudolph JR. *Competition policy in America: history, rhetoric, law*. Oxford University Press, 2000.

PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. *Defesa da Concorrência e Bem-Estar do Consumidor*. São Paulo: Ed. RT, 2015.

PLEATSIKAS, Christopher; TEECE, David. *The analysis of market definition and market power in the context of rapid innovation*. International Journal of Industrial Organization, p. 665-693, 2001.

RAGAZZO, Carlos Emmanuel Joppert. *Notas introdutórias sobre o princípio da livre concorrência*. Scientia Iuris, v. 10, p. 83-96, 2006.

RAZAGGO, Carlos; MONTEIRO, Gabriela. *Big Data e concorrência: fases de atuação do regulador antitruste americano e europeu*, Revista de Direito Público, Por Alegre, v. 5, n. 84, 2018-228.

RENZETTI, Bruno Polonio; FERNANDES, Gabriel de Carvalho. *Concorrência no Mercado de Meios de Pagamento após Ohio v. American Express*. Revista do IBRAC, v. 24, n. 2, 2018.

ROCHET, Jean-Charles; TIROLE, Jean. *Platform competition in two-sided markets*. Journal of the european economic association, v. 1, n. 4, p. 990-1029, 2003.

ROCHET, Jean-Charles; TIROLE, Jean. *Two-sided markets: a progress report*. The RAND journal of economics, v. 37, n. 3, p. 645-667, 2006.

ROUVROY, Antoinette; POULLET, Yves. *The Right to Informational Self-Determination and the Value of Self-Development: reassessing the importance of privacy for democracy*, in:

GUTWIRTH, Serge *et al* (eds.), *Reinventing Data Protection?*. Springer, 2009, p. 47.

SALOMÃO FILHO, Calixto. *Direito concorrencial*. São Paulo: Malheiros, 2013.

SARTO, Elisa. *Carteis Hub-and-Spoke: coordenação horizontal por meio de restrições verticais*. Revista de Defesa da Concorrência, v. 5, n. 2, novembro, 2017, p. 34-36.

SHAPIRO, Carl. *Antitrust in a Time of Populism*. 2017. Disponível em: <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3058345](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3058345)>. Acesso em: 17 jul. 2020.

SHAPIRO, Carl. *Protecting competition in the American economy: merger control, tech titans, labor markets*. Journal of Economic Perspectives, v. 33, n. 3, p. 69-93, 2019.

SHEPPARD, Martin et al. *Why are big businesses looking to start-ups for innovation?* 2015. Disponível em: <<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2015/02/big-business-start-ups-innovation.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2020.

SOLOVE, Daniel J.; HARTZOG, Woodrow. *The FTC and the new common law of privacy*. Columbia Law Review, v. 114, p. 583, 2014.

STUCKE, Maurice; GRUNNES, Allen. *Data-opolies*, University of Tennessee Knoxville, Research Paper n. 316, mar. 2017. Disponível em: <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2927018](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2927018)>. Acesso em: 20 out. 2020.

SWIRE, Peter. *Protecting Consumers: Privacy Matters in Antitrust Analysis*. 2007. Disponível em: <<https://www.americanprogress.org/issues/economy/news/2007/10/19/3564/protecting-consumers-privacymatters-in-antitrust-analysis/>>. Acesso em: 08 out. 2020.

TEPPER, Jonathan; HEARN, Denise. *The Myth of Capitalism*. Monopolies and the Death of Competition. New Jersey: John Wiley & Sons, 2019.

THE VERGE. *Facebook shouldn't be allowed to buy Giphy, says UK regulator*. Disponível em: <<https://www.theverge.com/2021/8/12/22621957/facebook-giphy-deal-blocked-uk-regulator>> Acesso em 20 ago. 2021.

TRABUCCHI, Daniel; BUGANZA; Tommaso; PELLIZZONI, Elena. *Give away your digital services*. Research-Technology Management, v. 60, n.2, p. 43-52, 2017.

UNGER, Roberto Mangabeira. *A Economia do Conhecimento*. São Paulo: Autonomia Literária, 2018.

UNIÃO EUROPEIA. European Commission. Announcements. *Competition in a big data world*. Munich: [s.n.], 17 jan. 2016. Disponível em: <[https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2019-2024\\_en](https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2019-2024_en)>. Acesso em: 10 de novembro de 2020.

UNIÃO EUROPEIA. European Commission. *Mergers: Commission clears acquisition of Fitbit by Google, subject to conditions*. 17 dec. 2020. Disponível em: <[https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_20\\_2484](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2484)>. Acesso em: 10 ago. 2021.

VILLANI, Cédric. *Donner un sens à l'intelligence artificielle: pour une stratégie nationale et européenne*. Mission confiée par le Premier Ministre Édouard Philippe, Paris, 2018. Disponível em: <[https://www.aiforhumanity.fr/pdfs/9782111457089\\_Rapport\\_Villani\\_accessible.pdf](https://www.aiforhumanity.fr/pdfs/9782111457089_Rapport_Villani_accessible.pdf)>. Acesso em: 25 jan. 2021.

WADHWA, Vivek; SALKEVER, Alex. *Your Happiness Was Hacked: Why Tech Is Winning the Battle to Control Your Brain--And How to Fight Back*. Berrett-Koehler Publishers, 2018.

WARREN, Elizabeth. *Here's how we can break up Big Tech*. Medium, 08 mar. 2019. Disponível em: <<https://medium.com/@teamwarren/heres-how-we-can-break-up-big-tech-9ad9e0da324c>>. Acesso em: 09 set. 2021.

WASASTJERNA, Maria. *The Implications of Big Data and Privacy on Competition Analysis in Merger Control and The Controversial Competition-Data Protection Interface*. European Business Law Review 30, no. 3 (2019): 337-366. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/287761365.pdf>>. Acesso em: 14 set. 2021.

WU, Tim. *After consumer welfare, now what? The protection of competition standard on practice*. Antitrust Chronicle, v. 1, Apr. 2018. Disponível em: <[http://competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2018/05/AC\\_APRIL.pdf](http://competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2018/05/AC_APRIL.pdf)>. Acesso em: 27 maio 2020.

WU, Tim. *The attention merchants: the epic scramble to get inside our heads*. Nova Iorque: Knopf, 2016.

WU, Tim. *The Curse of Bigness: Antitrust law in the New Gilded Age*. Columbia Global Reports, 2018.

WU, Tim; THOMPSON, Stuart A. *The Roots of Big Tech Run Disturbingly Deep*. New York Times, jun 2019. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/interactive/2019/06/07/opinion/google-facebook-mergers-acquisitions-antitrust.html>>. Acesso em: 10 out. 2020.

WU, Tim. *The Utah Statement: Reviving Antimonopoly Traditions for the Era of Big Tech*. Medium, 18 nov. 2019. Disponível em: <<https://onezero.medium.com/the-utah-statement-reviving-antimonopoly-traditions-for-the-era-of-big-tech-e6be198012d7>> Acesso em: 18 out. 2020.

ZANATTA, RAFAEL A. F.; ABRAMOVAY, RICARDO. *Dados, vícios e concorrência: repensando o jogo das economias digitais*. Estudos Avançados, São Paulo, v. 33, n. 96, p. 421-446, 2019. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142019000200421&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142019000200421&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 10 jun. 2020.

ZANATTA, Rafael; DE PAULA, Pedro; KIRA, Beatriz. *Economias do Compartilhamento e o Direito*. Curitiba: Juruá, 2017.

ZUBOFF, Shoshana. *The age of surveillance capitalism. The fight for a human future at the new frontier of power*. New York: Public Affairs. 2019.

KADAR, Massimiliano. *European Union competition law in the digital era*. *Zeitschrift für Wettbewerbsrecht*, v. 4, 2015. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2703062>>. Acesso em: 12 ago. 2020.