

IJDL

International Journal of
DIGITAL LAW



Concentração dos mercados digitais e defesa da livre concorrência: limites de atuação das *big techs* e perspectivas regulatórias

Concentration of digital markets and the defense of free competition: constraints on big tech's operations and regulatory perspectives

Amanda de Castro Cavallaro^{1*}

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil)
cavallaro.amandac@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0007-6913-2561>

Recebido/Received: 21.09.2024/September 21st, 2024

Aprovado/Approved: 10.12.2024/December 10th, 2024

Resumo: Este artigo discute a concentração dos mercados digitais pelas grandes empresas de tecnologia, conhecidas como *big techs*, e as preocupações geradas sobre a livre concorrência e os impactos na economia global. Na primeira parte, analisa-se a defesa da livre concorrência e a importância do tema na ordem econômica global, bem como a concentração dos mercados digitais pelas *big techs*, incluindo o conceito de Capitalismo de Vigilância, Economia Informacional e Poder Instrumentário. Também é analisado o caso Facebook vs. Cambridge Analytica. Na segunda parte, discutem-se as perspectivas regulatórias para limitar a atuação monopolizadora das *big techs*, incluindo o Digital Markets Act (DMA) da União Europeia, sua justificativa, repercussão e desafios de regulação. Por fim, o artigo avalia o Projeto de Lei (PL) nº 2.768/2022 do Brasil, a implicação desse projeto no Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC) e a necessidade de legislação semelhante à DMA para proteger a livre concorrência no mercado digital brasileiro. O objetivo deste artigo é contribuir para a discussão sobre

Como citar este artigo/*How to cite this article*: CAVALLARO, Amanda de Castro. Concentração dos mercados digitais e defesa da livre concorrência: limites de atuação das *big techs* e perspectivas regulatórias. *International Journal of Digital Law*, Belo Horizonte, ano 5, n. 3, p. 149-174, set./dez. 2024. DOI: 10.47975/digital.law.vol.5.n.3.cavallaro.

* Mestra em Direito Europeu e Alemão no Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGD-UFRGS), em cooperação com o Centro de Estudos Europeus e Alemães (Zentrum für Deutschland und Europastudien). Especialista em Direito Empresarial na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Advogada. *E-mail*: cavallaro.amandac@gmail.com.

a concentração dos mercados digitais e a defesa da livre concorrência, apresentando os principais conceitos e desafios relacionados a esse tema e estimular o debate sobre a melhor forma de regular o mercado digital em todo o mundo.

Palavras-chave: Mercados digitais. Monopólio. Defesa da concorrência. *Big techs*. Regulação.

Abstract: This article discusses the concentration of digital markets by large technology companies, known as *big techs*, and the concerns raised about free competition and its impacts on the global economy. In the first part, it analyzes the defense of free competition and its importance in the global economic order, as well as the concentration of digital markets by *big techs*, including the concepts of Surveillance Capitalism, Informational Economy, and Instrumental Power. The Facebook vs Cambridge Analytica case is also analyzed. In the second part, regulatory perspectives to limit the monopolizing behavior of *big techs* are discussed, including the Digital Markets Act (DMA) of the European Union, its justification, impact, and regulatory challenges. Finally, the article evaluates Brazil's Bill No. 2,768/2022, its implications on the Brazilian Competition Defense System, and the need for legislation similar to the DMA to protect free competition in the Brazilian digital market. The aim of this article is to contribute to the discussion on the concentration of digital markets and the defense of free competition by presenting the main concepts and challenges related to this topic and to stimulate the debate on the best way to regulate the digital market worldwide.

Keywords: Digital markets. Monopoly. Antitrust. *Big techs*. Regulation.

Sumário: 1 Introdução – 2 Concentração dos mercados digitais e defesa da livre concorrência – 3 Perspectivas regulatórias de limitação à atuação monopolizada das *big techs* – 4 Considerações finais – Referências

1 Introdução

Nos últimos anos, a concentração dos mercados digitais pelas grandes empresas de tecnologia, conhecidas como *big techs*, tem gerado cada vez mais preocupações sobre a livre concorrência e os impactos que isso pode ter na economia global. Essa dinâmica, amplificada pelo avanço acelerado das tecnologias digitais, afeta não apenas as relações econômicas, mas também os direitos fundamentais, como a privacidade, e os princípios democráticos. Tais preocupações se relacionam diretamente com questões de poder econômico, exploração intensiva de informações pessoais e influência sobre processos sociais e políticos. Por essas razões, a atuação das *big techs* tem sido objeto de intensos debates e discussões por parte de governos, reguladores e organizações internacionais, que buscam soluções efetivas para limitar práticas monopolizadoras e mitigar seus efeitos negativos. Com isso, crescem as preocupações em relação à livre concorrência e aos impactos que essa concentração pode ter na economia global.

A defesa da livre concorrência, por sua vez, é um pressuposto fundamental da ordem econômica global, uma vez que essa é uma das principais formas de garantir um ambiente competitivo e justo para as empresas e consumidores. Sustentada pela coleta massiva e monetização de dados, essa atuação não apenas consolida posições dominantes, mas também representa uma ameaça significativa à inovação,

ao acesso de novos concorrentes e ao desenvolvimento econômico e social. Nesse sentido, a concentração dos mercados digitais pelas *big techs* suscita preocupações sobre a capacidade de os sistemas regulatórios contemporâneos lidarem com esses desafios, sobretudo por representar uma ameaça à livre concorrência e, conseqüentemente, ao desenvolvimento econômico e social.

Para compreender melhor essa problemática, é preciso partir do conceito de Capitalismo de Vigilância, que se refere à lógica econômica que se baseia na coleta massiva de dados e na monetização desses dados pelas empresas de tecnologia. Esse modelo econômico está diretamente relacionado à Economia Informacional, que se caracteriza pela crescente importância da informação como fator de produção e pela utilização de tecnologias da informação e comunicação como ferramentas de trabalho e de gestão.

Nesse contexto, as *big techs* se tornaram as principais agentes do mercado digital, acumulando um poder instrumental sem precedentes. Esse poder instrumental, por sua vez, tem sido utilizado para restringir a concorrência e fortalecer a posição dominante dessas empresas no mercado. Um exemplo disso é o caso Facebook vs. Cambridge Analytica, que gerou ampla repercussão mundial. Nesse caso, a empresa Cambridge Analytica, por meio do uso indevido de dados coletados no Facebook, influenciou a opinião pública durante a campanha eleitoral dos Estados Unidos em 2016. Esse caso evidenciou a vulnerabilidade dos dados dos usuários do Facebook e a forma como as empresas de tecnologia podem utilizar esses dados para fins não autorizados, o que pode representar uma ameaça à privacidade e à segurança dos usuários, bem como à livre concorrência.

Diante desse cenário, torna-se cada vez mais urgente encontrar soluções regulatórias para limitar a atuação monopolizadora das *big techs*. Nesse sentido, o Digital Markets Act (DMA), legislação recentemente aprovada pela União Europeia, tem como objetivo regular as práticas das *big techs* no mercado digital, entendendo a sua justificativa, a repercussão e os desafios da regulação na União Europeia.

No Brasil, o Projeto de Lei (PL) nº 2.768/2022 propõe a regulamentação das práticas das *big techs* no mercado digital brasileiro. Assim, é importante avaliar as implicações desse PL no Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC) e a necessidade de uma legislação semelhante ao DMA da União Europeia para proteger a livre concorrência no mercado digital brasileiro. A análise desse PL lei inclui a avaliação de sua implicação no SBDC, bem como a comparação com a legislação recentemente aprovada pela União Europeia, o DMA. O objetivo é avaliar se o Brasil precisa de uma legislação semelhante à da União Europeia para proteger a livre concorrência no mercado digital.

A atuação predatória dessas empresas em um modelo econômico que privilegia a coleta massiva de dados e a exploração intensiva de informações pessoais, reitera o potencial ofensivo das *big techs* em comprometer a privacidade

dos usuários e influenciar comportamentos sociais e políticos, gerando desafios à regulação e à proteção da livre concorrência. Isso posto, o presente artigo busca contribuir para a discussão sobre a concentração dos mercados digitais e a defesa da livre concorrência, partindo do exame das principais implicações econômicas e regulatórias desse cenário. Para isso, adotam-se abordagem qualitativa e analítica, que compreende a revisão de literatura especializada, e análise de casos práticos e comparativos regulatórios entre diferentes contextos, incluindo o DMA, da União Europeia, e o PL nº 2.768/2022, no Brasil.

Embora os resultados iniciais sugiram que medidas regulatórias robustas, como o DMA, possam servir de inspiração para legislações em mercados emergentes, como o Brasil, se reforça neste trabalho a importância de equilibrar a regulação com a promoção da inovação, garantindo um mercado digital mais justo e competitivo. Para isso, foram apresentados os principais conceitos e desafios relacionados ao tema, bem como as perspectivas regulatórias existentes em relação à atuação monopolizadora das *big techs*.

2 Concentração dos mercados digitais e defesa da livre concorrência

Em junho de 2019, o Comitê Judiciário dos Estados Unidos começou a investigar os parâmetros reais da concorrência dos gigantes tecnológicos, em especial, a dominação de mercado exercida pelas *big techs*: Amazon, Apple, Facebook e Google. A intenção era determinar o poder exercido pelas gigantes, como as consequências da dominação econômica e ameaças à democracia americana. Não obstante, o subcomitê analisou as leis de antitruste existentes, tais quais as políticas de competição e sua eficiência como forma de verificar o quão adequadas estão para gerir o poder de mercado digital e suas condutas de concorrências.¹

Alguns fatores motivaram a Câmara de Justiça Americana a realização das investigações. A priori, tem-se que cada plataforma atua como um *gatekeeper*² sobre um

¹ U.S. HOUSE OF REPRESENTATIVES. *Investigation of Competition in Digital Markets: Majority Staff Report and Recommendations*. Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 2021. p. 6. Disponível em: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/CPRT-117HPRT47832/pdf/CPRT-117HPRT47832.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2023.

² O termo *gatekeeper*, em sua tradução literal, significa “porteiro” ou “guardião”, contudo, para o contexto em que é empregado, entende-se como o intermediário de determinado nicho do mercado. No ponto, o Digital Markets Act aponta que “(1) Digital services in general and online platforms in particular play an increasingly important role in the economy, in particular in the internal market, by enabling businesses to reach users throughout the Union, by facilitating crossborder trade and by opening entirely new business opportunities to a large number of companies in the Union to the benefit of consumers in the Union. (2) At the same time, among those digital services, core platform services feature a number of characteristics that can be exploited by the undertakings providing them. An example of such characteristics of core platform services is extreme scale economies, which often result from nearly zero marginal costs to add business users or end users. Other such characteristics of core platform services are very strong network effects,

canal chave de distribuição,³ como é possível observar, a título de exemplo, a Meta (antiga Facebook),⁴ que detém evidente poder dominante sobre as plataformas de comunicação, uma vez que sozinha possui o Facebook, o Messenger, o Instagram e o WhatsApp. Nessa toada, com o controle do acesso aos mercados, as gigantes tecnológicas possuem o poder de escolher os “vencedores” e “perdedores” em toda a nossa economia. Assim, conforme bem apontado pela Câmara de Justiça Americana,⁵ “as *tech giants* não apenas exercem um tremendo poder, mas também abusam dele cobrando taxas exorbitantes, impondo termos de contrato opressivos e extraindo dados valiosos das pessoas e empresas que confiam neles”.⁶

Continuamente, o relatório elaborado pela Câmara revela que cada plataforma usa sua posição de *gatekeeper* para manter seu poder de mercado, de modo a controlar a infraestrutura da era digital, por meio da aquisição de outras empresas – potenciais rivais – a fim de cortar suas ameaças competitivas. Nesse sentido, o próprio Mark Zuckerberg, ao se manifestar sobre o assunto,⁷ não negou que via o Instagram como uma ameaça, o que motivou a aquisição do aplicativo em 2012, pelo montante de 1 bilhão de dólares, tal evento causou um verdadeiro choque nos

an ability to connect many business users with many end users through the multisidedness of these services, a significant degree of dependence of both business users and end users, lock-in effects, a lack of multi-homing for the same purpose by end users, vertical integration, and data driven-advantages. All these characteristics, combined with unfair practices by undertakings providing the core platform services, can have the effect of substantially undermining the contestability of the core platform services, as well as impacting the fairness of the commercial relationship between undertakings providing such services and their business users and end users. In practice, this leads to rapid and potentially far-reaching decreases in business users’ and end users’ choice, and therefore can confer on the provider of those services the position of a so-called gatekeeper. At the same time, it should be recognised that services which act in a non-commercial purpose capacity such as collaborative projects should not be considered as core platform services for the purpose of this Regulation” (EUROPEAN UNION. Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act). *Official Journal of the European Union*, [S. I.], v. 65, n. 317, p. 1-2, 30 Sept. 2022. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R1925>. Acesso em: 23 fev. 2023).

³ U.S. HOUSE OF REPRESENTATIVES, *op. cit.*, *loc. cit.*

⁴ Em outubro de 2021, a gigante tecnológica até então denominada de “Facebook” (que abrangia não apenas a rede social, mas todas as empresas adquiridas pela *holding*), anunciou a mudança do nome da empresa para “Meta”. Zuckerberg anunciou que a alteração tem como foco o futuro da empresa. Acompanhada por um novo logo corporativo, que lembra ao símbolo do infinito, a mudança envolve a incorporação do conceito de “Metaverso” que a companhia pretende implementar nos próximos anos. Cf. PACHECO, Denis. Para o Facebook, o que significa se tornar Meta? *Jornal da USP*, São Paulo, 29 out. d 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/para-o-facebook-o-que-significa-se-tornar-meta/> Acesso em: 23 nov. 2021.

⁵ U.S. HOUSE OF REPRESENTATIVES, 2021, p. 6.

⁶ *Ibidem*, p. 6, tradução nossa. No original: “By controlling access to markets, these giants can pick winners and losers throughout our economy. They not only wield tremendous power, but They also abuse it by charging exorbitant fees, imposing oppressive contract terms, and extracting valuable data from the people and businesses that rely on them”.

⁷ SEC. United States Securities and Exchange Commission. *Transcript of Mark Zuckerberg’s testimony before the U.S. Congress in the matter of Facebook Inc. File no. SF 04223-A*. San Francisco: Securities and Exchange Commission, 2019. Disponível em: <https://www.sec.gov/files/zuckerberg-transcript.pdf>. Acesso em 03.12.2024.

economistas de mercado, considerando que à época o Instagram era uma empresa que contava com apenas 13 funcionários.⁸

Por fim, tem-se que as gigantes do Vale do Silício, tal qual a Meta, utilizam de práticas abusivas, por meio da exploração de seu papel de intermediárias de modo a fortalecer e expandir ainda mais seu domínio.⁹ Seja através de auto preferência, seja por imposição de preços predatórios, seja pela conduta de exclusão, as *big techs* exploraram seu poder a fim de se tornarem ainda mais dominantes, impossibilitando, a todo modo, o surgimento e desenvolvimento de potenciais concorrentes passíveis de afrontar seu domínio.

2.1 Pressupostos da defesa da livre concorrência e sua importância na ordem econômica

Ao se falar em monopólio, tem-se em mente a situação de mercado em que não há concorrência. A defesa da livre concorrência, por sua vez, é um dos pilares fundamentais da ordem econômica constitucional, baseada no pressuposto de que a competição entre empresas é benéfica para a economia como um todo, incentivando a inovação, a redução de preços, o aumento da qualidade dos produtos e serviços e a criação de novos empregos. No ponto, a importância da livre concorrência na ordem econômica é evidente sobremaneira quando se consideram outros valores igualmente relevantes para a sociedade, como a liberdade econômica, a igualdade social e a segurança jurídica.¹⁰

Nesse contexto, a liberdade econômica se refere ao direito das pessoas de empreenderem negócios e de escolherem como vão investir seus recursos financeiros. A livre concorrência é fundamental para garantir essa liberdade, já que uma economia monopolizada ou oligopolizada pode limitar o acesso de novos empreendedores ao mercado, criando barreiras à entrada e impedindo a livre circulação de bens e serviços.¹¹ A igualdade social também é um valor que depende da livre concorrência. A competição entre empresas permite que novos negócios surjam,

⁸ A compra do Instagram pelo Facebook (atual Meta) foi o ponto pé para uma onda de aquisições que a Meta continuaria a fazer. Insta ressaltar, que as negociações que envolveram a compra do app estiveram intimamente ligadas com a oferta que o Twitter havia feito, de 500 milhões, para o Instagram. Desse modo, tem-se que a aquisição da rede social foi incentivada pela ameaça que não apenas o app oferecia, mas também da possibilidade de junção de poder do Twitter com o Instagram. Ao adquirir o Instagram, a Meta garantiu simultaneamente o seu domínio o mercado de redes de comunicações, como suprimiu a tentativa de ascensão do Twitter (RODRIGUEZ, 2019).

⁹ U.S. HOUSE OF REPRESENTATIVES, *op. cit.*, *loc. cit.*

¹⁰ SILVA, Marcelo Gonçalves da; NALINI, José Roberto. A Interface Estado – Economia e Regulação Jurídica do Mercado: Desafios para o Desenvolvimento Sustentável no Brasil. *Revista ESMAT*, Palmas, v. 11, n. 18, p. 191, 2019. DOI: 10.34060/reesmat.v11i18.309.

¹¹ GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1988*. 11. ed. São Paulo: Malheiros, 2008. p. 33.

independentemente do poder econômico de quem já está estabelecido no mercado. Dessa forma, a livre concorrência promove a diversidade de produtos e serviços, reduzindo a concentração de renda e aumentando a inclusão social.

A segurança jurídica, por sua vez, é outro valor essencial para a ordem econômica. A livre concorrência só é possível quando as regras do jogo são claras e previsíveis. A atuação estatal é fundamental para estabelecer essas regras, combatendo práticas anticompetitivas e promovendo a transparência e a igualdade entre os competidores. Eros Grau é enfático ao dizer que “sem a calculabilidade e a previsibilidade instaladas pelo direito moderno o mercado não poderia existir”.¹²

Por fim, é importante destacar que a desestabilização sistemática do mercado é um fenômeno que pode ser extremamente prejudicial para a economia e a sociedade como um todo. Por isso, a atuação estatal estabilizadora é essencial para garantir a continuidade do processo de concorrência e para prevenir crises econômicas. No entanto, essa atuação deve ser realizada com cautela, respeitando os princípios da livre concorrência e da igualdade entre os competidores. Para que isso seja possível, é necessário que haja regulação adequada e específica ao fim que se propõe.¹³ Nesse sentido, a regulação econômica observada no Capítulo da Ordem Econômica da CRFB/1988 tem o papel importantíssimo de impor limites à política e à economia, direcionando-as para a realização dos seus princípios fundamentais em todos os seus âmbitos.¹⁴

A importância da livre concorrência nos mercados digitais é inegável. Ela permite que as empresas mais eficientes e inovadoras sobrevivam no mercado, enquanto as menos eficientes são forçadas a se adaptar ou sair do mercado, estimulando a inovação, a produtividade e o crescimento econômico. Além disso, a livre concorrência também beneficia os consumidores, pois a concorrência leva à redução de preços e ao aumento da qualidade dos produtos e serviços. Os consumidores têm mais escolha e podem encontrar produtos e serviços de maior qualidade a preços mais baixos. Por fim, a defesa da livre concorrência também é importante para garantir a democracia econômica.

Em cenários em que certas empresas têm muito poder de mercado, vislumbra-se uma influência destas sobre as políticas públicas e, inclusive, sobre o próprio processo democrático. A livre concorrência permite que haja uma diversidade de empresas e que o poder de mercado seja mais distribuído, o que favorece a pluralidade econômica e a democracia. Nessa perspectiva, “qualquer prática concorrencial se torna suscetível de, em tese, afetar os interesses do consumidor,

¹² *Ibidem*, p. 30.

¹³ SUNDFELD, Carlos Ari; ROSILHO, André (org.). *Direito da regulação e políticas públicas*. São Paulo: Malheiros, 2014. p. 23.

¹⁴ FRAZÃO, Ana. *Direito da concorrência: pressupostos e perspectivas*. São Paulo: Saraiva, 2017. p. 30.

pois pode acarretar a supressão de um ou mais agentes econômicos no mercado, reduzindo as oportunidades de escolha do consumidor”.¹⁵ Como aduz Ana Frazão, esses agentes econômicos possuem grande capacidade de impor sua vontade na condução da atividade econômica, detendo, assim, grande poder econômico sobre os demais.¹⁶

É justamente sobre essa premissa que se discute a respeito do estado da concorrência nos mercados digitais, em especial, diante do poder exercido pelas *big techs*. Não obstante o monopólio fosse uma prática culturalmente não aceita na tradição americana,¹⁷ em que as empresas carregaram com si a virtude da concorrência, as gigantes do Vale do Silício se inseriram no mercado carregando não apenas inovações tecnológicas, mas o anseio do monopólio.

No ponto, tem-se um rompimento das virtudes do mercado americano, ao passo que as *big techs* consideram “a concentração de poder em suas empresas – nas redes que controlam – um bem social urgente, o precursor da harmonia global, uma condição necessária para desfazer a alienação da humanidade”.¹⁸ Nesse contexto, observa-se que essas empresas não apenas comandam o mercado, cada uma em seu respectivo ramo, mas mantêm entre si um jogo de poder dentro de suas próprias regulações.¹⁹ Precisamente nesse sentido, Morozov afirma que “a rápida ascensão das plataformas digitais produziu um Estado de bem-estar privatizado, paralelo e praticamente invisível”.²⁰

Nessa senda, em se tratando das *big techs*, percebe-se que o controle de uma plataforma sobre dados não apenas consolida sua posição dominante – uma vez que permite que as plataformas adaptem seus serviços conforme a demanda – como afere uma vantagem sobre outras linhas de negócios.²¹ Ato contínuo, o CADE, em

¹⁵ JAEGER JUNIOR, Augusto. *A liberdade de concorrência na União Europeia e no Mercosul*. São Paulo: LTr, 2006. p. 243.

¹⁶ FRAZÃO, *op. cit.*, p. 31.

¹⁷ Berço das *big techs* e cenário de sua ascensão e consolidação.

¹⁸ FOER, Franklin. *World without Mind: the Existential Threat of Big Tech*. New York: Penguin Press, 2017. p. 18, tradução nossa. Texto original na íntegra: “Still, monopoly was a culturally unacceptable and politically dangerous goal to blare. Except in a few isolated cases, the true forerunners of today’s giants, that goal was hardly ever vocalized in Thomas Jefferson’s native land, which romanticized competition as the best hedge against dangerous concentrations of power. Even as the American government stopped doing much to actively constrain monopoly in the 1980s, companies continued to respect the old tradition of paying homage to the virtues of rigorous competition. Then along came the new giants of tech. Silicon Valley’s biggest companies don’t merely crave monopoly as a matter of profit; its pundits and theorists don’t merely tolerate gigantism as a fact of economic life. In the great office parks south of San Francisco, monopoly is a spiritual yearning, a concept unabashedly embraced. Big tech considers the concentration of power in its companies – in the networks they control – an urgent social good, the precursor to global harmony, a necessary condition for undoing the alienation of humankind. At their most idealistic moments, the tech giants drape their pursuit of monopoly in grandiose rhetoric about human rights and connection – a lofty sense of self-mission that makes the growth of these networks (...)”.

¹⁹ U.S. HOUSE OF REPRESENTATIVES, 2021, p. 6.

²⁰ MOROZOV, Evgeny. *Big tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. Tradução: Claudio Marcondes. São Paulo: Ubu Editora, 2018. p. 146.

²¹ KHAN, Lina M. Amazon’s Antitrust Paradox. *The Yale Law Journal*, [S. l.], v. 126, p. 785, 2017. Disponível em: https://www.yalelawjournal.org/pdf/e.710.Khan.805_zuvfyeh.pdf. Acesso em: 14 mar. 2023.

seu documento de trabalho sobre a concorrência em mercados digitais, chegou à conclusão de que as *big techs* possuem todas as características que consolidam o seu poder de mercado, de modo a possibilitar que auferam rendas econômicas sem sofrer ameaças por novos competidores.²²

Para além, já foi possível verificar que a entrada de novos competidores nos mercados já dominados pelas gigantes do Vale do Silício tem se mostrado extremamente difícil, possibilitando de modo que as gigantes tecnológicas têm o poder de cobrar preços elevados, diminuir a qualidade de seus produtos e investir menos em inovação sem o risco de perder consumidores.²³ Assim, deve-se ter em vista que as gigantes do Vale do Silício, enquanto plataformas dominantes, em muitos casos, também se integraram em negócios adjacentes, de tal modo a atuarem como intermediários-chave para tanto para empresas terceiras, normalmente menores, quanto para as concorrentes diretas delas.

Por fim, tem-se que o monopólio das *big techs* é caracterizado por diversas instâncias de poder que ultrapassam a seara da economia, alcançando aspectos sociais e políticos. Nesse sentido, “o problema é que a maioria das narrativas tecnoutópicas elaboradas pelo Vale do Silício não abrange plenamente a natureza da crise atual, nem são honestas sobre a influência das próprias agendas em sua retórica social e política”.²⁴

2.2 Concentração dos mercados digitais pelas *big techs*: Capitalismo de Vigilância, Economia Informacional, Poder Instrumentário e caso Facebook vs. Cambridge Analytica

Desse modo, importa vislumbrar que a ascensão das *big techs* – compreendidas como as grandes empresas tecnológicas associadas a plataformas de uso e exploração intensiva de dados –²⁵ aconteceu em uma conjuntura histórica, minimamente, curiosa. Não obstante tenha passado despercebido, a rápida ascensão das gigantes do Vale do Silício sobrepôs-se, pelo menos em termos cronológicos, ao início da recuperação econômica, ainda que precária e em andamento, subsequente

²² CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. DEPARTAMENTO DE ESTUDOS ECONÔMICOS. *Concorrência em mercados digitais: uma revisão dos relatórios especializados*. Documento de Trabalho nº005/2020. Brasília, DF: CADE; Departamento de Estudos Econômicos, ago. 2020. p. 34. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/documentos-de-trabalho/2020/documento-de-trabalho-n05-2020-concorrenca-em-mercados-digitais-uma-revisao-dos-relatorios-especializados.pdf>. Acesso em: 27 jan. 2023.

²³ *Ibidem*, p. 34.

²⁴ MOROZOV, 2018, p. 162.

²⁵ *Ibidem*, p. 144.

à crise financeira global,²⁶ sendo esse um dos marcos temporais que favoreceram o seu acelerado crescimento.

Não apenas a crise econômica fosse um solo fértil considerável, é possível afirmar que as gigantes de tecnologia contaram com o frenesi da luta antiterrorista americana, em especial após os eventos do 11 de setembro, que propiciou a desvalorização do direito à privacidade individual em prol da vigilância e segurança nacional.²⁷ Sendo esse um outro fator que viabilizou que dados fossem coletados de forma massiva. Em consequência, observou-se a formação de uma economia informacional pautada no extrativismo de dados.

Dessa forma, observa-se o estabelecimento de uma nova economia dominante no mercado, a economia digital (ou informacional), a qual tem como epicentro os dados, fornecidos pelos cidadãos (usuários), em que os dados se transformaram no ativo mais valioso da contemporaneidade.²⁸ No ponto, apesar das informações coletadas pelas empresas de tecnologia por si só terem um enorme valor econômico, insta ressaltar que quando cruzadas, se tornam capazes de criar um perfil comportamental de cada usuário.²⁹

Não obstante esse desenvolvimento tenha sido originalmente voltado à criação de *marketing* direcionado, a elaboração de um perfil comportamental teve diversos reflexos na vida pessoal do titular das informações, afetando muito mais que seu padrão de compras, mas suas relações interpessoais e a sua psiquê. Diante disso, resta evidente que as *big techs* contaram com diversos fatores, sociais e econômicos, além do desenvolvimento tecnológico em si para seu crescimento. Nessa senda, tem-se que “a tecnologia não é – e nem deve ser – um fim em si, isolado da economia e da sociedade”.³⁰ Assim, a ascensão das gigantes tecnológicas do Vale do Silício está alicerçada pelos marcos históricos que favoreceram o seu exponencial desenvolvimento.

O papel da informação enquanto um meio de otimização do desenvolvimento econômico é anterior mesmo à criação da *internet*.³¹ Contudo, foi em virtude das mudanças tecnológicas que foi possível vislumbrar uma série de adaptações econômicas, sociais e culturais que tornaram possível um ambiente de transformação radical,³² que compreendemos como a “Revolução da Internet”, uma vez que esta

²⁶ *Ibidem*, p. 144.

²⁷ ZUBOFF, Shoshana. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: Public Affairs, 2021. p. 127.

²⁸ THE GREAT Hack. Direção: Karim Amer e Jehane Noujaim. [S. l.]: Netflix, 2019. 1 vídeo (114 min). Disponível em: <https://www.netflix.com/title/80117542>. Acesso em: 15 mar. 2023.

²⁹ NYBO, Erik Fontenele. *O poder dos algoritmos*. São Paulo: Enlaw, 2019. p. 146.

³⁰ ZUBOFF, 2021, p. 27.

³¹ BIONI, Bruno. *Proteção de dados pessoais: função e os limites do consentimento*. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 9.

³² Original na íntegra: “Enabled by technological change, we are beginning to see a series of economic, social, and cultural adaptations that make possible a radical transformation environment we occupy as autonomous

“é, acima de tudo, uma criação cultural”.³³ Observa-se, assim, a criação da “Sociedade da Informação”, compreendida por “uma economia que passa a ser interconectada por um sistema nervoso eletrônico”,³⁴ no qual a informação passa a ter um papel preponderante sobre os meios de produção. Desse modo, vislumbra-se que a mudança provocada pelo meios digitais é profunda e estrutural, partindo das próprias bases de como os mercados e democracias liberais se desenvolveram pelos últimos dois séculos.³⁵

Portanto, para compreender como o Vale do Silício conseguiu prosperar em um momento em que a sociedade enfrentava diversas crises, econômicas e sociais, é necessário avaliar quais as fragilidades existentes e como as empresas de tecnologia aproveitaram e exploraram as circunstâncias das quais alicerçaram seu desenvolvimento.

Em 2008, o globo enfrentou a chamada crise financeira do capitalismo, que teve como marco, no dia 15 de setembro, a decretação de falência do banco Lehman Brothers, que estava operando nos Estados Unidos há mais de 150 anos. Em um período em que não apenas os Estados Unidos, mas o mundo enfrentava o maior desastre econômico desde 1929, as *big techs* apareceram como verdadeiras “salvadoras” da economia. Assim, tem-se que a ascensão das gigantes de tecnologia sucedeu em parte por terem ajudado no enfrentamento da crise, uma vez que proporcionou que instituições ou cidadãos conseguissem complementar seus orçamentos e receitas por meio de novas fontes de renda, além de viabilizar uma redução radical de custos.³⁶

Não obstante o papel social que as *big techs* exerceram, a expansão dessas empresas também foi facilitada pelas crescentes aspirações das elites globais, de modo que o setor de tecnologia não apenas possibilitaria o resgate da economia mundial, mas sustentaria uma transição serena para um novo modelo econômico, este muito diferente do anterior,³⁷ que viria a ser conhecido como economia da informação ou economia de vigilância. Importa ressaltar que, de modo geral, “a

individuals, citizens and members of cultural and social groups. It seems passé today to speak of “the internet revolution”. In some academic circles, it is positively naive, But it should not be” (BENKLER, Yochai. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven and London: Yale University Press, 2006. p. 1).

³³ CASTELLS, Manuel. *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford University Press, 2001. p. 7.

³⁴ BIONI, *op. cit.*, p. 11.

³⁵ “The change brought about by the networked information environment is deep. It is structural. It goes to the very foundations of how liberal markets and liberal democracies have coevolved for almost two centuries” (BENKLER, Yochai. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven and London: Yale University Press, 2006. p. 1).

³⁶ MOROZOV, 2018, p. 144.

³⁷ *Ibidem*, p. 144.

privacidade tende a ser renegada frente a valores que envolvem segurança nacional, terrorismo, eficiência ou empreendedorismo”.³⁸

Nesse cenário, é possível afirmar que ascensão das *big techs* não é – e nem deve ser – compreendida como um sintoma da grande crise financeira mundial, em vez disso, ela aparece como uma solução em meio à atribulação da época, e de modo muito ambicioso, como uma promessa de um novo compromisso econômico e político um “New Deal 2.0”.³⁹ Assim, ao passo que as gigantes se apresentaram como uma saída para a crise, as *big techs* aferiram um dos facilitadores que possibilitou seu crescimento exponencial e indiscriminado. Nesse contexto, importa salientar que as inovações tecnológicas ainda eram empolgantes para os usuários, de tal modo que a ideia do uso de tecnologia pessoal enquanto um dispositivo que poderia causar danos não passava de um debate acadêmico, o qual não era levado a sério pela cultura popular.⁴⁰ Ao revés, a possibilidade de uma mídia acessível a toda população era considerada uma força democratizadora. O que não se esperava, contudo, era que o fortalecimento das gigantes de tecnologia, como se deu, se transformasse em uma ameaça democrática, como pode ser vista atualmente.

Sob a premissa da segurança nacional e o combate ao terrorismo, percebeu-se cada vez mais a flexibilização do direito à privacidade individual, dando lugar às práticas de vigilância. Tal fenômeno pode ser observado uma vez que a vigilância se fez cada vez mais presente, possibilitada pela expansão num ritmo frenético da coleta de dados. Nessa toada, a Google, tido como uma das pioneiras desse novo modelo econômico, também se beneficiou da premissa da segurança nacional, inflada pelos acontecimentos da época, em especial, os ataques de 11 de setembro, uma vez que o próprio governo “estava predisposto a alimentar, imitar, proteger e se apropriar das emergentes capacidades do capitalismo de vigilância em nome de um conhecimento total e sua promessa de certeza absoluta”.^{41 42}

³⁸ DIAS, Patrícia Yurie. Regulação da *internet* como administração da privacidade. *Journal of Law and Regulation*, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 239-254, 2017. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rdsr/article/view/19206>. Acesso em: 1 dez. 2021.

³⁹ MOROZOV, *op. cit.*, p. 145.

⁴⁰ WICHOWSKI, Alexis. *The Information Trade: How Big Tech Conquers Countries, Challenges our Rights, and Transforms our World*. New York: HarperOne, 2020.

⁴¹ ZUBOFF, 2021, p. 21.

⁴² A Lei Patriota Americana (USA Patriot Act), de 2001, tinha como objetivo deter e punir atos de terrorismo não apenas nos Estados Unidos, mas em todo o mundo. Nesse sentido, ressalta-se a seção 314, a qual tem o intuito de promover a aplicação da lei, por meio da identificação, interrupção e prevenção de atos terroristas, por meio do incentivo de uma cooperação entre a aplicação da lei, reguladores e instituições financeiras no que tange ao compartilhamento de informações. Assim, de acordo com o departamento de Financial Crimes, do Governo americano, o USA Patriot Act visava melhorar as ferramentas de investigação da aplicação da lei, e outros propósitos, alguns dos quais incluem: (i) Reforçar as medidas americanas para prevenir, detectar e processar a lavagem de dinheiro internacional e o financiamento do terrorismo; (ii) Sujeitar a um exame especial jurisdições estrangeiras, instituições financeiras estrangeiras e classes de transações internacionais ou tipos de contas que são suscetíveis a abuso criminal; (iii) Exigir que todos os elementos apropriados da indústria de serviços financeiros informem sobre possíveis lavagens de dinheiro; (iv) Reforçar as medidas para impedir o uso do sistema financeiro dos EUA para ganho pessoal

Em que pese as legislações de proteção de dados remetam a meados do século XX, observou-se uma nítida tendência a práticas de vigilância mais restritivas e invasivas, decorrentes da abrupta mudança de foco do poder público e das políticas governamentais,⁴³ após o ataque das torres gêmeas, em 2001. Desse modo, as *big techs*, enquanto detentoras da tecnologia, já estavam à frente no desenvolvimento de mecanismos de vigilância, ao ponto em que a luta contra o terrorismo em prol da segurança nacional, por amenizar as diretrizes de proteção de dados e privacidade, contribuíram para a ascensão das empresas do Vale do Silício.

Em paralelo, organizava-se um novo modelo social no qual a informação é o elemento nuclear do desenvolvimento econômico,⁴⁴ de modo a ser o pilar ao redor do qual a sociedade se reorganiza e se reestrutura. Com o desenvolvimento tecnológico ocorrendo em um nível cada vez mais acelerado, a todo tempo todo tipo de informação passou a ser digitalizado.⁴⁵ Desse modo, a valorização exponencial das empresas digitais conta com o fato de estas terem o domínio sobre o recurso mais importante do século XXI: os dados.⁴⁶ Nessa toada, tem-se como premissa-chave do extrativismo de dados que os usuários são estoques de informações valiosas,⁴⁷ conjuntamente com o fato de abdicarmos “voluntariamente” das nossas informações em troca do usufruto da tecnologia ofertada.

No contexto da economia da informação, pautada no extrativismo de dados, tem-se o fluxo informacional como o “recurso determinante no ciclo econômico, preponderando sobre quaisquer outros meios de produção”.⁴⁸ De tal maneira que, a partir do momento em que as informações passam a ser ativos, inevitavelmente novos mecanismos de mercado surgirão com a intenção de explorar as informações, e transformá-las em um produto. A exemplo, tem-se a chamada “zero-price advertisement business model”,⁴⁹ no qual os usuários não pagam diretamente um montante pecuniário pelo produto ou serviço, entretanto, em forma de contraprestação, fornecem suas informações pessoais.⁵⁰ Observa-se, assim, que os dados

por funcionários estrangeiros corruptos e facilitar a repatriação de ativos roubados para os cidadãos dos países a quem tais ativos pertencem. É possível observar que a referida lei possibilitou uma maior interferência governamental na privacidade de terceiros, essa prática, entre outras realizadas à época, marcam a vigilância exercida pelo governo estadunidense.

⁴³ LYON, David. *Surveillance After September*. Themes for the 21st Century. Malden: Polity, 2003. p. 7.

⁴⁴ BIONI, 2019, p. 4.

⁴⁵ BIONI, 2019, p.7.

⁴⁶ MOROZOV, 2018, p.165

⁴⁷ *Ibidem*, p. 165

⁴⁸ BIONI, *op. cit.*, p. 10.

⁴⁹ “Zero-price advertisement business model”, em sua tradução, pode ser compreendida como modelo de anúncios a zero custos. Assim, por ‘zero-price advertisement business model’ entende-se a relação de consumo, na qual o consumidor não remunera diretamente através de uma prestação pecuniária por um bem de consumo, contudo, existe uma contraprestação indireta configurada pelo fornecimento de dados pessoais que será convertido em uma publicidade direcionada, completando a ‘equação de serviços e produtos ‘gratuitos’” (*Ibidem*, p. 10).

⁵⁰ *Ibidem*, p. 49.

passam a ser utilizados como moeda de troca, de modo que, sem o fornecimento das informações, o usuário não poderá usufruir do produto ou serviço. Assim, ao cidadão restam apenas duas opções: ceder suas informações pessoais ou ser excluído dos meios digitais – que compõem parte considerável das interações sociais.

Importa salientar que, não obstante os dados por si só já tenham um valor considerável, “a informação não é em si o que alavanca eficiência na atividade empresarial, mas o seu processamento-organização a ser transformado em um conhecimento aplicado”.⁵¹ Dessa forma, observa-se a criação do chamado perfil comportamental do usuário, composto por traços da personalidade do indivíduo, com base na extração de seus dados pessoais. No ponto, ao final dos anos 2000, a Google decidiu abandonar a relação recíproca que tinha com os seus usuários – que até então coletava e reciclava os dados de modo a criar um perfil que trouxesse resultados satisfatórios aos clientes –, passando a usar seu próprio arsenal de dados comportamentais, juntamente com seu poder e expertise computacionais, com a única tarefa de combinar os anúncios publicitários com as buscas dos usuários.⁵² Com isso, os dados passam a ser transformados em conhecimentos comercializáveis.

Portanto, a partir da possibilidade de reorganizar os dados e estruturá-los de maneira escalável – em especial com o desenvolvimento do *big data* – observou-se o desenvolvimento de um novo mercado sustentado no extrativismo de dados e sua “comodificação”.⁵³ Surge, dessa forma, a “economia (ou capitalismo) de vigilância”, na qual o cidadão perde a autonomia sobre suas informações, posicionando-se o mero expectador dos seus dados.

Em primeiro lugar, insta ressaltar que nem sempre a coleta de dados pelas empresas de tecnologias configurava uma prática predatória. Como posto anteriormente, antes de a Google mudar a finalidade do tratamento dos dados, existia, entre a empresa e o usuário, uma relação amistosa que satisfazia os interesses das partes reciprocamente. Nesse sentido, deve-se pontuar que “quando uma empresa coleta dados comportamentais com a permissão do usuário somente como um meio de melhorar seu produto e seu serviço, está praticando capitalismo, mas não capitalismo de vigilância”.⁵⁴

Nesse contexto, tem-se a Google como a pioneira do capitalismo de vigilância, uma vez que foi o responsável por lançar “uma operação de mercado sem precedentes nos espaços não mapeados da *internet* onde enfrentou poucos impedimentos jurídicos ou de concorrentes, como uma espécie de invasora num ambiente livre

⁵¹ *Ibidem*, p. 11.

⁵² ZUBOFF, 2021, p. 85.

⁵³ BIONI, 2019, p. 13.

⁵⁴ ZUBOFF, *op. cit.*, p. 24.

de predadores naturais”.⁵⁵ O desenvolvimento desse novo sistema se deu em um ritmo tão frenético e arriscado que sequer as instituições públicas foram capazes de acompanhar. Insta ressaltar, nesse cenário, que a influência da Alphabet⁵⁶ se justifica pelo acúmulo exorbitante de dados ao ponto que a empresa “já conhece bem nossas necessidades de informação em determinado momento, e é a sua capacidade de tornar essa informação em aproveitável (por meio de IA) que a acomoda na liderança quase incontestável do setor”.⁵⁷

Deixando de conceber relações recíprocas e construtivas entre a empresa e o consumidor, os produtos e serviços do capitalismo de vigilância passaram a estabelecer “ganchos”, nos quais os usuários são atraídos, quase com uma força magnética, para as operações extrativistas de dados, nas quais as experiências pessoais de cada um são condicionadas como meios para fins de outros.⁵⁸ Nesse sentido, tem-se os usuários não são tidos como “clientes” – uma vez que os clientes são as empresas que negociam os dados comportamentais – mas como objeto de extração da matéria prima que proporciona o superávit necessário para o capitalismo de vigilância.⁵⁹

Sob esse cenário, é válido questionar a razão pela qual o Vale do Silício exerce tanto poder sobre os usuários de modo a compelir que eles permaneçam nessa relação predatória. Assim, utilizar as maravilhas ofertadas pelo desenvolvimento tecnológico em prol de promover uma vida mais afetiva, com a promessa de satisfazer, antecipar e facilitar as nossas necessidades pessoais, além da possibilidade extraordinária do acesso ilimitado às informações, as *big techs* fizeram com que aceitássemos de braços abertos a sua intromissão na nossa privacidade individual.⁶⁰

Com efeito, uma vez inserido no universo digital, se torna cada vez mais impossível se dissociar, ao passo que a *internet* se tornou um elemento essencial da participação do indivíduo na sociedade. Concomitantemente, tem-se que que “o novo modelo de acumulação inventado pela Google seria resultado, acima de tudo, da disposição e habilidade da empresa de impor essas relações sociais aos usuários”.⁶¹ Infere-se, nesse contexto, que o capitalismo de vigilância é uma nova forma de mercado, a qual segue uma “lógica de acumulação única na qual a vigilância é

⁵⁵ *Ibidem*, p. 21.

⁵⁶ A Alphabet, fundada em 2015 por Larry Page e Sergey Brin, é a *holding* que possui as diversas empresas que pertenceram ou foram vinculadas à Google, contendo entre elas a própria Google. Conforme apontado pelos executivos das empresas Google da época, a iniciativa tece como fim tornar a empresa mais transparente e responsável, possibilitando uma melhor gestão das empresas que não estavam relacionadas com o nicho de mercado da Google.

⁵⁷ MOROZOV, 2018, p.152.

⁵⁸ ZUBOFF, 2021, p. 22.

⁵⁹ *Ibidem*, p. 22.

⁶⁰ *Ibidem*, p. 63.

⁶¹ *Ibidem*, p. 92.

um mecanismo fundacional na transformação de investimento em lucro”⁶² e que tem a privacidade como o “preço a se pagar por abundantes prêmios de informação, conexão e outros bens digitais quando, onde e como fossem desejados”.⁶³

Nesse sentido, observa-se que “foi o avanço de tecnologia, propulsor de um salto quantitativo e qualitativo no processamento da informação, que permitiu a introjeção desses dados como um fator crítico da atividade empresarial”.⁶⁴ Assim, é justamente “o *superávit* comportamental sobre o qual se assenta a fortuna da Google pode ser considerado ativos de vigilância. Esses ativos são matérias-primas críticas na busca por receitas de vigilância e a sua conversão em capital de vigilância”,⁶⁵ em que a informação pessoal é alicerce do capitalismo de vigilância.

O caso Facebook vs. Cambridge Analytica⁶⁶ é considerado um grande divisor de águas quanto às discussões de análise de dados para a construção de um perfil comportamental e a sua utilização para a manipulação econômica, política e da personalidade individual. Nas palavras de Christopher Wylei, ex-diretor de pesquisa da Cambridge Analytica, a empresa se caracterizava por ser uma empreiteira militar e de manipulação psicológica para a guerra da informação, que compreendia uma complexa rede envolvendo Facebook, Rússia, WikiLeaks, a campanha Trump, e o referendo Brexit.⁶⁷

Conforme aponta Brittany Kaiser,⁶⁸ a Cambridge Analytica sabia que a ferramenta de segmentação deles era considerada uma arma, e se utilizavam dela para manipular e fazer com que o mundo fosse visto pelas suas lentes.⁶⁹ Desse modo, tem-se que “novos protocolos automatizados são planejados para influenciar e modificar o comportamento humano em escala da mesma forma que os meios de produção são subordinados a um novo e mais complexo meio de modificação de comportamento”.⁷⁰

⁶² *Ibidem*, p. 63.

⁶³ *Ibidem*, p. 63.

⁶⁴ BIONI, 2019, p. 48.

⁶⁵ ZUBOFF, 2021, p. 76.

⁶⁶ A Cambridge Analytica (CA) é uma empresa de consultoria política, especializada em comunicação estratégica eleitoral e que combina, para tanto, mineração, análise e tratamento de dados.

⁶⁷ Texto original: “(...) a military contractor and psychological warfare firm where I used to work, and a complex web involving Facebook, Russia, WikiLeaks, the Trump campaign, and the Brexit referendum. As the former director of research, I’ve brought with me evidence of how Facebook’s data was weaponized by the firm, and how the systems they built left millions of Americans vulnerable to the propaganda operations of hostile foreign states.” In: WYLIE, Christopher. *Cambridge Analytica and the Plot to Break America*. New York: Random House, 2019.

⁶⁸ Brittany Kaiser é considerada uma pessoa-chave no caso da Cambridge Analytica, tendo em vista seu lugar na empresa e sua proximidade com Alexander Nix, com quem trabalhou desde 2015 até 2018. Brittany atuou como diretora da área de Desenvolvimento de Negócios da SCL Group, empresa-mãe da Cambridge Analytica.

⁶⁹ THE Great (...), 2019.

⁷⁰ ZUBOFF, *op. cit.*, p. 31.

Em síntese, a Cambridge Analytica utilizou de aspectos da personalidade individual dos usuários, por meio coleta ilegítima de informações por meio do perfil do usuário e seus amigos no Facebook, para moldar um perfil de eleitor de cada usuário. Para tanto, dados pessoais de milhões de usuários do Facebook foram coletados pela Cambridge Analytica, sem o consentimento, com a finalidade de mapear os eleitores para as eleições presidenciais americanas de 2016.⁷¹ Partindo dessa engenharia, foram capazes de identificar aqueles que consideram ser “influenciáveis”, os quais seriam alvos de uma propaganda direcionada de modo a moldar a forma como viam o mundo, e assim, aliciar o seu comportamento nas eleições de 2016.⁷²

Por meio desse cenário, é possível visualizar que à medida que o mercado fica mais acirrado, e que há a intensificação da competição, as empresas passam a perceber que a extração da experiência humana não é mais suficiente, de modo a utilizarem do resultado da intervenção da nossa privacidade para manipular nosso comportamento e favorecer, assim, os resultados comerciais.⁷³ Tendo sido justamente essa manipulação comportamental, por meio dos dados coletados no Facebook, a estratégia utilizada para alcançar os resultados almejados pela Cambridge Analytica por meio dos dados do Facebook.

Diante disso, observa-se uma evidente violação do direito da personalidade, do direito de pensar de modo autônomo do indivíduo, que teve a sua privacidade violada, e as suas vulnerabilidades vendidas para gerar lucro. Dessa forma, resta considerar “as operações do capitalismo de vigilância um desafio ao direito elementar ao tempo futuro, que é responsável pela capacidade do indivíduo de imaginar, desejar, prometer e construir um futuro”.⁷⁴ Desse modo, observa-se que a polêmica da Cambridge Analytica foi um evento que revolucionou as discussões a respeito da maneira pela qual as *big techs* utilizam as informações pessoais dos usuários.

Sob esse aspecto, insta ressaltar que o evento evidenciou os riscos que o monopólio das gigantes de tecnologias podem acarretar aos direitos do indivíduo, em sua esfera íntima e em relação à sua dignidade. Além de demonstrar o poder econômico e político que essas empresas privadas exercem, representando, inclusive, uma ameaça à democracia. Sendo sob a égide da lógica de acumulação informacional e previsão comportamental em que se baseia a economia de vigilância. Com efeito, resta apenas reconhecer o fato de que, enquanto compramos a

⁷¹ “(...) personal data of millions of Facebook users were collected by a UK firm without users’ consent to target voters in the 2016 US presidential election” (BAIK, Jeeyun Sophia. Data Privacy Against Innovation or Against Discrimination?: The Case of the California Consumer Privacy Act (CCPA). *Telematics and Informatics*, [S. l.], 2020. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3624850> Acesso em: 28 nov. 2022).

⁷² THE Great (...), 2019.

⁷³ ZUBOFF, 2021, p. 31.

⁷⁴ *Ibidem*, p. 31.

utopia das evoluções tecnológicas e as incorporamos em – praticamente – todos os aspectos da nossa vida, as *big techs* “continuam escavando a nossa psique tal como as empresas de petróleo escavam o solo; e os dados seguem jorrando de nossos reservatórios emocionais”.⁷⁵

3 Perspectivas regulatórias de limitação à atuação monopolizada das *big techs*

Como visto, as *big techs* têm se destacado nos últimos anos como algumas das empresas mais poderosas e influentes do mundo. A sua atuação em setores como tecnologia, comércio eletrônico e redes sociais, têm permitido a consolidação de uma posição dominante em seus mercados de atuação, o que lhes proporciona vantagens competitivas significativas em relação a concorrentes menores, de modo a se pensar na necessidade de limitar sua atuação monopolizada. A preocupação com o poder das *big techs* não é nova, em que pese tenha se intensificado consideravelmente nos últimos anos, em especial, à medida que as gigantes do Vale do Silício se tornaram ainda mais influentes.

Como decorrência do aproveitamento de sua posição dominante para prejudicar concorrentes menores, bloquear a entrada de novos concorrentes no mercado e controlar a oferta e o preço de bens e serviços, as perspectivas regulatórias concorrenciais de limitação à atuação monopolizada das *big techs* ganham mais relevância, visto que são determinantes para o futuro dessas empresas e do mercado em que atuam. Essas perspectivas têm impactos significativos no mercado e na economia como um todo, em face do aumento do escrutínio regulatório, a aplicação de multas e sanções mais severas e a separação de empresas em entidades menores, por exemplo.

No Brasil e em diversas partes do mundo, estão sendo cogitadas reformas regulatórias para lidar com a crescente influência das *big techs* e suas práticas monopolistas, sobretudo, ao considerar que “a vantagem competitiva, derivada do domínio da tecnologia a que as outras empresas, por qualquer razão, não têm acesso, é capaz de colocar o agente econômico em posição de independência e indiferença em relação ao comportamento dos demais”.⁷⁶

Destaca-se que as principais medidas regulatórias em discussão no mundo têm uma mesma natureza, qual seja de uma regulação concorrencial assimétrica, baseada em imposições de obrigações a determinados agentes econômicos. A exemplo, tem-se a proposta europeia de adoção de uma estrutura *ex-ante*, o DMA,

⁷⁵ MOROZOV, 2018, p. 166.

⁷⁶ FORGIONI, Paula A. *Os fundamentos do antitruste*. 12. ed. rev. e atual. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2022. p. 289.

que estabelece regras mais rigorosas para as empresas de tecnologia e visa promover a concorrência e proteger os interesses dos consumidores. Assim, os agentes econômicos, inclusive os que não necessariamente são competidores, estão sujeitos a obrigações regulatórias e terão que cumpri-las.

No entanto, o primeiro passo para a regulação concorrencial é definir quem será o alvo dessas obrigações regulatórias. Isso é feito por alguns conceitos normativos que determinam o que são esses agentes estratégicos de mercado, como *gatekeepers* nos EUA, *covert platforms* no Reino Unido e *cross marketing* na Alemanha. Todos esses conceitos reverterem a lógica tradicional de posição dominante dentro do antitruste e tornam o agente regulatório com base na posição que ele ocupa dentro de uma determinada estrutura de mercado.

Por fim, destaque-se que as obrigações regulatórias propostas em todos esses países são semelhantes, incluindo proibições de auto preferência e da vedação à interoperabilidade, bem como obrigações relacionadas à utilização de dados de terceiros e à combinação de dados. Todas essas obrigações são baseadas em uma lógica anticompetitiva e apenas descumprimentos justificados por razões de interesse serão permitidos, especialmente visto que as plataformas têm a capacidade sem precedentes de penetrar na privacidade dos indivíduos, de aprender e manipular sobre seu comportamento.

3.1 DMA: justificativa, repercussão e desafios da regulação das *big techs* na União Europeia

Para Vestager,⁷⁷ a organização de ordens econômicas justas requer que os mercados sejam justos.⁷⁸ Nesse contexto, o DMA é um regulamento pela Comissão Europeia, cujo objetivo é a identificação e a regulação de plataformas digitais que atuam como *gatekeepers* nos mercados digitais, com a subsequente imposição de obrigações e restrições para esses agentes.

⁷⁷ Margrethe Vestager é a atual vice-presidente executiva da Comissão Europeia para uma Europa apta para a era digital. Ela é responsável pela liderança da política digital e de concorrência da UE e desempenha um papel crucial na regulamentação das empresas de tecnologia, incluindo gigantes da tecnologia como Google, Amazon, Apple e Facebook. Antes de ingressar na Comissão Europeia, Vestager foi ministra da Economia e do Interior da Dinamarca e líder do Partido Social Liberal da Dinamarca. Ela é conhecida por sua abordagem firme em relação à concorrência e por ter aplicado multas significativas a empresas por violações de práticas anticompetitivas. Cf. COMISSÃO EUROPEIA. Margrethe Vestager. Executive Vice-President (2019-2024). *European Commission*, [S. l.], [2024]. Disponível em: https://commissioners.ec.europa.eu/margrethe-vestager_en. Acesso em: 10 dez. 2024.

⁷⁸ Discurso proferido no Global Competition Forum na OCDE em 2022 cujo tema principal foi “objetivos do antitruste” (COMISSÃO EUROPEIA. Discurso da Vice-Presidente Executiva Margrethe Vestager no 21º Encontro do Fórum Global sobre Concorrência da OCDE: “Competition in the wider policy context”. *Comissão Europeia*, Bruxelas, 1 dez. 2022. Disponível em: <https://ec.europa.eu/newsroom/comp/items/768386/>. Acesso em: 10 dez. 2024).

Em que pese o DMA seja voltado ao comportamento das empresas de tecnologia digital, é importante destacar que o regulamento não abrange todas as plataformas digitais, focando apenas nas classificadas como *gatekeepers*, e de acordo com critérios de qualificação estabelecidos no próprio regulamento. Assim, o DMA traz uma série de requisitos específicos para categorizar e identificar essa posição consolidada da plataforma na intermediação das relações entre uma ampla base de usuários e outras empresas prestadoras de serviços, e que ocupam, assim, uma posição privilegiada e essencial no ecossistema digital.

No ponto, a regulação europeia identifica uma empresa como um *gatekeeper* quando esta supera patamares específicos de faturamento e base de usuários, e quando se conclui, a partir de um juízo sobre uma série de fatores, que a plataforma em questão é um serviço essencial. Para ser considerado um *gatekeeper*, é necessário que a empresa tenha um faturamento de 6,5 bilhões de euros nos últimos 3 exercícios financeiros, um mínimo de 45 milhões de usuários finais e 10 milhões de usuários.⁷⁹

Para além, o DMA proíbe explicitamente uma série de práticas anticompetitivas, incluindo bloqueio de concorrentes, auto discriminação, auto preferência, exclusividade e preços predatórios, exigindo maior transparência por parte das empresas, em áreas como publicidade, manipulação algorítmica e processamento de dados. No ponto, as empresas consideradas como *gatekeepers* serão obrigadas a fornecer informações claras e precisas sobre seus serviços e produtos, bem como suas práticas de privacidade de dados. Insta salientar, também, que o DMA exige que as empresas permitam a interoperabilidade de seus serviços com

⁷⁹ “Article 3. Designation of gatekeepers. 1. An undertaking shall be designated as a gatekeeper if: (a) it has a significant impact on the internal market; (b) it provides a core platform service which is an important gateway for business users to reach end users; and (c) it enjoys an entrenched and durable position, in its operations, or it is foreseeable that it will enjoy such a position in the near future. 2. An undertaking shall be presumed to satisfy the respective requirements in paragraph 1: (a) as regards paragraph 1, point (a), where it achieves an annual Union turnover equal to or above EUR 7,5 billion in each of the last three financial years, or where its average market capitalisation or its equivalent fair market value amounted to at least EUR 75 billion in the last financial year, and it provides the same core platform service in at least three Member States; (b) as regards paragraph 1, point (b), where it provides a core platform service that in the last financial year has at least 45 million monthly active end users established or located in the Union and at least 10 000 yearly active business users established in the Union, identified and calculated in accordance with the methodology and indicators set out in the Annex; (c) as regards paragraph 1, point (c), where the thresholds in point (b) of this paragraph were met in each of the last three financial years. 3. Where an undertaking providing core platform services meets all of the thresholds in paragraph 2, it shall notify the Commission thereof without delay and in any event within 2 months after those thresholds are met and provide it with the relevant information identified in paragraph 2. That notification shall include the relevant information identified in paragraph 2 for each of the core platform services of the undertaking that meets the thresholds in paragraph 2, point (b). Whenever a further core platform service provided by the undertaking that has previously been designated as a gatekeeper meets the thresholds in paragraph 2, points (b) and (c), such undertaking shall notify the Commission thereof within 2 months after those thresholds are satisfied” (EUROPEAN, UNION, 2022).

serviços concorrentes, quando tecnicamente possível, o que significa maior poder de escolha dos usuários entre os concorrentes.⁸⁰

A repercussão do DMA tem sido significativa, em face do grande impacto no setor de tecnologia digital na União Europeia. Nessa toada, o DMA visa a uma série de sanções significativas para as empresas que não cumpram as novas regras, incluindo multas, a possibilidade de desinvestimento ou a obrigatoriedade de dividir suas operações em diferentes empresas. A justificativa por trás da proposta é que essas empresas, como Google, Amazon, Facebook e Apple, têm a capacidade de distorcer a concorrência e prejudicar os consumidores, ao favorecer seus próprios serviços em detrimento dos serviços de outras empresas, bem como coletar e usar dados pessoais sem consentimento adequado. No ponto, o DMA tem como principal objetivo possibilitar que, simultaneamente, as plataformas digitais desenvolvam e alcancem o seu potencial, evitando a ocorrência de práticas desleais e anticoncorrenciais nos mercados digitais.⁸¹

3.2 Brasil precisa de um DMA para chamar de seu? Análise do PL nº 2.768/2022 e sua implicação no SBDC

Quanto ao cenário brasileiro, tem-se o PL nº 2.768/2022, atualmente em tramitação no Congresso Nacional, e que propõe a regulamentação e fiscalização das plataformas digitais que oferecem serviços ao público brasileiro, concedendo à Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) o poder de regulamentar e fiscalizar a operação dessas plataformas, especialmente aquelas que possuem “poder de controle de acesso essencial”. No ponto, semelhante ao DMA, o projeto prevê critérios quantitativos para definir uma plataforma digital como detentora de “poder de controle de acesso essencial”, qual seja quando sua receita operacional anual é igual ou superior a 70 milhões de reais, com a oferta de serviços ao público brasileiro.

Nesse íterim, o PL prevê que as plataformas digitais que possuem referido poder devem estar sujeitas a maior escrutínio da Anatel, como também a uma série de obrigações, para além da criação de uma taxa de fiscalização anual para os operadores de plataformas digitais que oferecem serviços ao público brasileiro e sejam

⁸⁰ Artigo 6, item 4, do DMA: “The gatekeeper shall allow and technically enable the installation and effective use of third-party software applications or software application stores using, or interoperating with, its operating system and allow those software applications or software application stores to be accessed by means other than the relevant core platform services of that gatekeeper. The gatekeeper shall, where applicable, not prevent the downloaded third-party software applications or software application stores from prompting end users to decide whether they want to set that downloaded software application or software application store as their default. The gatekeeper shall technically enable end users who decide to set that downloaded software application or software application store as their default to carry out that change easily” (*Ibidem*).

⁸¹ BAGNOLI, V. Designing competition policy in digital markets for developing economies: how the EU can contribute with the digital markets act and Digital Services Act. *Revista de Defesa da Concorrência*, Brasília, DF, v. 9, n. 2, p. 153, 2021. DOI: 10.52896/rdc.v9i2.957.

considerados detentores de poder de controle de acesso essencial. Ato contínuo, o projeto também enfatiza a necessidade de uma fiscalização concorrencial mais agressiva e intervencionista, especialmente na economia digital, inspirado pelo DMA.

Importa salientar, no entanto, que diferentemente do regulamento europeu, o projeto em tramite não faz um recorte específico dos *gatekeepers* ao tratar da operação de plataformas digitais em geral, atribuindo obrigações específicas apenas às plataformas digitais que detenham poder de controle de acesso essencial, mas distanciando-se da discussão relevante sobre a essencialidade da plataforma no ecossistema digital. Além disso, o DMA impõe obrigações *ex-ante* mais concretas e específicas a serem cumpridas pelas plataformas controladoras de acesso, enquanto o PL nº 2.768/2022 contém previsões mais principiológicas, abertas e gerais, dando mais discricionariedade à autoridade sancionadora.

Entre as obrigações genéricas trazidas pelo PL nº 2.768/2022, destacam-se a transparência e o fornecimento de informações à Anatel sobre os serviços prestados, tratamento isonômico e não discriminatório de usuários, utilização adequada dos dados coletados e não recusa de provisão de acesso à plataforma digital a usuários profissionais.⁸² Por fim, destaca-se que o projeto também atribui à Anatel a competência para exercer o controle, prevenção e repressão das infrações à ordem econômica cometidas por plataformas digitais, ressalvadas as competências do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).

No entanto, a ressalva não é suficiente para sanar eventuais dúvidas sobre a competência de cada uma dessas autoridades e seus respectivos limites de atuação para a repressão e dissuasão de condutas anticompetitivas eventualmente praticadas por plataformas digitais, gerando um risco real de sobreposição no *enforcement* a ser realizado por cada autoridade. Embora a escolha da Anatel como agência competente tenha a finalidade de dar dinamicidade ao *enforcement*, as demais objeções e falhas que o projeto apresenta devem ser consideradas.

⁸² Conforme o art. 10 do PL nº 2.768/22:

“Artigo 10. Os operadores de plataformas digitais de que trata o inciso II do art. 6º desta Lei, detentores de poder de controle de acesso essencial, estarão sujeitos, entre outras, às seguintes obrigações:

I - transparência e fornecimento de informações à Agência Nacional de Telecomunicações sobre a prestação de seus serviços;

II - tratamento isonômico e não discriminatório na oferta de serviços a usuários profissionais e usuários finais;

III - utilização adequada dos dados coletados no exercício de suas atividades;

IV - não recusa de provisão de acesso à plataforma digital a usuários profissionais.

Parágrafo único. A Agência Nacional de Telecomunicações, no exercício de suas atividades de regulamentação e fiscalização, poderá impor obrigações de separação contábil e funcional, bem como medidas de mitigação a eventual abuso de poder econômico, incluindo as relacionadas à portabilidade de dados e à interoperabilidade (BRASIL. Câmara dos Deputados. *Projeto de Lei nº 2.768, de 2022*. Dispõe sobre a organização, o funcionamento e a operação das plataformas digitais que oferecem serviços ao público brasileiro e dá outras providências. Brasília, DF: Câmara dos Deputados, 2022).

4 Considerações finais

Como visto, a concentração dos mercados digitais tem sido objeto de debates acalorados nos últimos anos, especialmente no que diz respeito à atuação das chamadas *big techs*. Embora essas empresas tenham trazido muitos benefícios para a sociedade, como inovação e conveniência, também é verdade que elas têm acumulado um poder sem precedentes, o que tem gerado preocupações com relação à livre concorrência. Diante desse cenário, o Brasil tem se movimentado para regulamentar o setor, com destaque para a Projeto de Lei (PL) nº 2.768/2022, que propõe a criação de uma espécie de Digital Markets Act (DMA) brasileiro.

No entanto, em primeiro lugar, é preciso reconhecer que as *big techs* têm um papel fundamental na economia global. Empresas como Google, Amazon, Facebook e Apple criaram produtos e serviços inovadores que transformaram a maneira como as pessoas se comunicam, consomem e produzem informação. Não obstante o inegável desenvolvimento e investimento em tecnologias de ponta, a concentração de poder das *tech giants* tem gerado preocupações com relação à livre concorrência. Além disso, as *big techs* têm sido criticadas por sua atuação em relação à privacidade dos usuários e ao combate à desinformação. O escândalo da Cambridge Analytica, que expôs dados de milhões de usuários do Facebook, foi um dos exemplos mais emblemáticos dessa questão. Além disso, a disseminação de notícias falsas e teorias da conspiração em plataformas como YouTube e WhatsApp tem sido objeto de críticas por parte de especialistas em comunicação e jornalismo.

Diante desse cenário, é compreensível que governos e órgãos reguladores estejam buscando formas de limitar o poder das *big techs* e garantir a livre concorrência. O PL nº 2.768/2022, por exemplo, propõe a criação de regras mais rígidas para empresas que operam em plataformas digitais consideradas “essenciais”, como as de busca, redes sociais e comércio eletrônico. Essas empresas teriam que seguir uma série de exigências, como transparência em relação aos algoritmos utilizados e a possibilidade de portabilidade de dados dos usuários. Além disso, a proposta prevê a criação de uma autoridade regulatória para monitorar e fiscalizar o cumprimento das regras.

No entanto, a questão da concentração dos mercados digitais e da defesa da livre concorrência não é simples e envolve múltiplos interesses e perspectivas. É preciso buscar um equilíbrio entre o estímulo à inovação e o controle do poder das *big techs*, garantindo que a concorrência seja justa e os direitos dos usuários sejam respeitados. No caso brasileiro, embora o PL nº 2.768/2022 se apresente como um importante passo na direção de uma regulamentação mais adequada ao contexto atual da economia digital, é necessário analisar a quão adequada ela é em relação ao SBDC. No ponto, embora o Brasil deva aprender com as experiências internacionais, não deve se sentir obrigado a copiar modelos de outras

jurisdições, especialmente quando não há consenso sobre qual seria o quadro regulatório adequado.

Assim, destaca-se que existe uma grande flexibilidade nas ferramentas de aplicação da concorrência existentes no Brasil, sendo necessário partir do princípio fundamental de que a inovação e a concorrência devem ser apoiadas e incentivadas pela regulamentação. Isso é especialmente importante na regulamentação de mercados digitais, que se caracterizam por intensa inovação, entrada bem-sucedida no mercado e forte concorrência. A concorrência em serviços digitais depende da inovação rápida e de novos produtos e serviços.

Nesse contexto, o DMA é um instrumento inovador, ao passo que se afasta das medidas convencionais de intervenção inovadora e se afasta da disciplina de intervir em mercados com base em domínio e poder de mercado e, em vez disso, intervém com base nas características da empresa e nos serviços que ela oferece. No entanto, esse quadro levanta algumas questões desafiadoras. A exemplo, vê-se que regras rígidas e genéricas baseadas em construtos analíticos incertos são arriscadas, especialmente quando sua implementação vem com o custo de potencialmente diminuir os benefícios existentes para o consumidor.

Em suma, a concentração dos mercados digitais e a defesa da livre concorrência são temas de grande relevância para o futuro da economia global. As *big techs* têm um papel importante na inovação e no desenvolvimento da sociedade, mas também é preciso garantir que sua atuação não prejudique a concorrência e os direitos dos usuários. A regulamentação é uma ferramenta importante para alcançar esse equilíbrio, mas é preciso tomar cuidado para que ela não comprometa o potencial de inovação do setor e que seja adequada ao sistema a que se destina.

Referências

- BAGNOLI, V. Designing competition policy in digital markets for developing economies: how the EU can contribute with the digital markets act and Digital Services Act. *Revista de Defesa da Concorrência*, Brasília, DF, v. 9, n. 2, p. 133-158, 2021. DOI: 10.52896/rdc.v9i2.957.
- BAIK, Jeeyun Sophia. Data Privacy Against Innovation or Against Discrimination?: The Case of the California Consumer Privacy Act (CCPA). *Telematics and Informatics*, [S. l.], 2020. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3624850> Acesso em: 28 nov. 2022.
- BENKLER, Yochai. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven and London: Yale University Press, 2006.
- BIONI, Bruno. *Proteção de dados pessoais: função e os limites do consentimento*. Rio de Janeiro: Forense, 2019.
- BRASIL. Câmara dos Deputados. *Projeto de Lei nº 2.768, de 2022*. Dispõe sobre a organização, o funcionamento e a operação das plataformas digitais que oferecem serviços ao público brasileiro e dá outras providências. Brasília, DF: Câmara dos Deputados, 2022.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. DEPARTAMENTO DE ESTUDOS ECONÔMICOS. *Concorrência em mercados digitais: uma revisão dos relatórios especializados*. Documento de Trabalho nº005/2020. Brasília, DF: CADE; Departamento de Estudos Econômicos, ago. 2020. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/documentos-de-trabalho/2020/documento-de-trabalho-n05-2020-concorrenca-em-mercados-digitais-uma-revisao-dos-relatorios-especializados.pdf>. Acesso em: 27 jan. 2023.

CASTELLS, Manuel. *The Internet Galaxy*. Reflections on the Internet, Business, and Society. Oxford: Oxford University Press, 2001.

COMISSÃO EUROPEIA. Discurso da Vice-Presidente Executiva Margrethe Vestager no 21º Encontro do Fórum Global sobre Concorrência da OCDE: "Competition in the wider policy context". *Comissão Europeia*, Bruxelas, 1 dez. 2022. Disponível em: <https://ec.europa.eu/newsroom/comp/items/768386/>. Acesso em: 10 dez. 2024.

COMISSÃO EUROPEIA. Margrethe Vestager. Executive Vice-President (2019-2024). European Commission, [S. l.], [2024]. Disponível em: https://commissioners.ec.europa.eu/margrethe-vestager_en. Acesso em: 10 dez. 2024.

DIAS, Patrícia Yurie. Regulação da *internet* como administração da privacidade. *Journal of Law and Regulation*, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 239-254, 2017. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rdsr/article/view/19206>. Acesso em: 1 dez. 2021.

EUROPEAN COMMISSION. The Digital Markets Act: ensuring fair and open digital markets. *European Commission*, [S. l.], [2024]. Disponível em: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en#documents. Acesso em: 22 mar. 2023.

EUROPEAN UNION. Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act). *Official Journal of the European Union*, [S. l.], v. 65, n. 317, p. 1-62, 30 Sept. 2022. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R1925>. Acesso em: 23 fev. 2023.

FOER, Franklin. *World without Mind*: The Existential Threat of Big Tech. New York: Penguin Press, 2017.

FORGIONI, Paula A. *Os fundamentos do antitruste*. 12. ed. rev. e atual. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2022

FRAZÃO, Ana. *Direito da Concorrência: pressupostos e perspectivas*. São Paulo: Saraiva, 2017

GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1988*. 11. ed. São Paulo: Malheiros, 2008.

JAEGER JUNIOR, Augusto. *A liberdade de concorrência na União Europeia e no Mercosul*. São Paulo: LTr, 2006.

KHAN, Lina M. Amazon's Antitrust Paradox. *The Yale Law Journal*, [S. l.], v. 126, p. 710-805, 2017. Disponível em: https://www.yalelawjournal.org/pdf/e.710.Khan.805_zuvfyeh.pdf. Acesso em: 14 mar. 2023.

LYON, David. *Surveillance After September*. Themes for the 21st Century. Malden: Polity, 2003.

MADALENA, Juliano. Regulação das fronteiras da *internet*: um primeiro passo para uma teoria geral do direito digital. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, v. 974, p. 81-110, 2016.

MOROZOV, Evgeny. *Big tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. Tradução: Claudio Marcondes. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

NYBO, Erik Fontenele. *O poder dos algoritmos*. São Paulo: Enlaw, 2019.

PACHECO, Denis. Para o Facebook, o que significa se tornar Meta? *Jornal da USP*, São Paulo, 29 out. 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/para-o-facebook-o-que-significa-se-tornar-meta/>. Acesso em: 23 nov. 2021.

RICHTER, Heiko; STRAUB, Marlene; TUCHTFELD, Erik. To Break Up or Regulate Big Tech? Avenues to Constrain Private Power in the DSA/DMA Package. *Max Planck Institute for Innovation and Competition Research Paper*, [S. l.], n. 21/25, 2021. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3932809. Acesso em: 18 mar. 2023.

SEC. United States Securities and Exchange Commission. *Transcript of Mark Zuckerberg's testimony before the U.S. Congress in the matter of Facebook Inc.* File no. SF 04223-A. San Francisco: Securities and Exchange Commission, 2019. Disponível em: <https://www.sec.gov/files/zuckerberg-transcript.pdf>. Acesso em 03.12.2024.

SILVA, Marcelo Gonçalves da; NALINI, José Roberto. A Interface Estado – Economia e Regulação Jurídica do Mercado: Desafios para o Desenvolvimento Sustentável no Brasil. *Revista ESMAT*, Palmas, v. 11, n. 18, p. 187-208, 2019. DOI: 10.34060/reesmat.v11i18.309.

SUNDFELD, Carlos Ari; ROSILHO, André (org.). *Direito da regulação e políticas públicas*. São Paulo: Malheiros, 2014.

THE GREAT Hack. Direção: Karim Amer e Jehane Noujaim. [S. l.]: Netflix, 2019. 1 vídeo (114 min). Disponível em: <https://www.netflix.com/title/80117542>. Acesso em: 15 mar. 2023.

U.S. HOUSE OF REPRESENTATIVES. *Investigation of Competition in Digital Markets: Majority Staff Report and Recommendations*. Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 2021. Disponível em: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/CPRT-117HPRT47832/pdf/CPRT-117HPRT47832.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2023.

WICHOWSKI, Alexis. *The Information Trade: How Big Tech Conquers Countries, Challenges our Rights, and Transforms our World*. New York: HarperOne, 2020.

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

WYLIE, Christopher. *Cambridge Analytica and the Plot to Break America*. New York: Random House, 2019.

ZUBOFF, Shoshana. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: Public Affairs, 2021.

Informação bibliográfica deste texto, conforme a NBR 6023:2018 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT):

ALLARO, Amanda de Castro. Concentração dos mercados digitais e defesa da livre concorrência: limites de atuação das *big techs* e perspectivas regulatórias. *International Journal of Digital Law*, Belo Horizonte, ano 5, n. 3, p. 149-174, set./dez. 2024. DOI: 10.47975/digital.law.vol.5.n.3.cavallaro.

Informações adicionais

Additional information

Editores responsáveis	
Editor-Chefe	Emerson Gabardo
Editor-Adjunto	Gustavo Martinelli