



UNIVERSIDADE D  
COIMBRA

Maria Carrollina Nicolini Bezerra

**Mercado digital: considerações sobre as  
plataformas de mercado eletrônico e a  
economia movida a dados**

VOLUME 1

**Dissertação no âmbito do Mestrado Científico na área de especialização em  
Ciências Jurídico-Económicas, sob orientação da Senhora Professora Doutora  
Maria Matilde Costa Lavouras e apresentada à Faculdade de Direito da  
Universidade de Coimbra**

Outubro de 2021



UNIVERSIDADE D  
COIMBRA

Mercado digital: considerações sobre as plataformas de  
mercado eletrônico e a economia movida a dados

Digital market: considerations on electronic market platforms  
and data-driven economy

*Dissertação apresentada à Faculdade de Direito da  
Universidade de Coimbra, no âmbito do 2.º Ciclo de  
Estudos em Direito (conducente ao grau de Mestre),  
na Área de Especialização em Ciências Jurídico-  
económicas, sob a orientação da Senhora Professora  
Doutora Maria Matilde Costa Lavouras*

Maria Carollina Nicolini Bezerra

Coimbra, 2021



## AGRADECIMENTOS

Dedico este trabalho a toda minha família, sem a qual nenhuma conquista minha faria sentido. Aos que acreditam e investem no meu desenvolvimento.

*“A verdadeira felicidade está na própria casa, entre as alegrias da família.”*

*Leon Tolstoi*

Aos meus amigos, aqueles de quem recebi apoio nos momentos mais difíceis, e com quem compartilhei minhas conquistas. Com vocês, a caminhada foi mais fácil.

*”Amigos são a família que nos permitiram escolher.”*

*William Shakespeare*

Aos meus professores, pelos conhecimentos que superam e vão além da técnica.

*“Educação é aquilo que fica depois que você esquece o que a escola ensinou.”*

*Albert Einstein*

A minha orientadora, por aceitar a tarefa de acompanhar o presente trabalho, pela paciência, confiança e inspiração.

*“O professor medíocre conta. O bom professor explica. O professor superior demonstra. O grande professor inspira.”*

*William Arthur Ward*

## RESUMO

Hoje observamos uma economia que é movida a dados, desenvolvida em um contexto em que a informação se apresenta como fonte dominante de produtividade e poder, levando-se em consideração o desenvolvimento de novas tecnologias, principalmente o *Big Data*. Tendo em mente os vários setores da nova economia, as plataformas digitais protagonizam modelos de negócio baseados na coleta e análise de dados e, com isso, adquirem grande poder econômico. Dessa forma, o presente trabalho possui o objetivo de analisar os impactos da economia movida a dados e a sua relação com as leis de proteção de dados, em particular no controle de estruturas de integrações verticais e conglomerados no setor digital. Para tal, serão examinados conceitos como Mercados de Múltiplos Lados (multi-sided markets), efeitos de rede e o oferecimento de produtos e serviços em mercados a “preço zero”. O trabalho contém também considerações acerca de possíveis monopólios digitais que podem ser formar a partir das situações apresentadas, o que cria novos desafios para reguladores e autoridades antitruste. Alguns apontam para o mero tamanho, poder e conduta não regulamentada desses monopólios digitais. Outros se concentram na escala e velocidade sem precedentes com que os dados pessoais são coletados e usados no contexto de algoritmos de previsão, uma máquina onisciente e opaca que ameaça erodir os próprios alicerces da privacidade. Outros ainda destacam a capacidade dos monopólios digitais de controlar grande parte de nossa atenção, o que lhes permite ditar quais conteúdos são expostos e influenciar o comportamento dos indivíduos. Será ainda analisada a importância da regulamentação do ambiente digital que vem sendo realizada no âmbito da União Europeia, justificada também pela ocorrência do efeito Bruxelas, e da observância das características dos chamados bens públicos globais.

**Palavras-chave:** Economia movida a dados; Monopólios digitais; Plataformas digitais; *Big Data*.

## ABSTRACT

Today we observe an economy that is driven by data, developed in a context in which information presents itself as the dominant source of productivity and power, taking into account the development of new technologies, mainly Big Data. Bearing in mind the various sectors of the new economy, digital platforms are the protagonists of business models based on data collection and analysis and, as a result, acquire great economic power. Thus, this paper aims to analyze the impacts of the data-driven economy and its relationship with data protection laws, particularly in the control of vertical integration structures and conglomerates in the digital sector. To this end, concepts such as multi-sided markets, network effects and the offering of products and services in “zero price” markets will be examined. The work also contains considerations about possible digital monopolies that can be formed from the situations presented, which creates new challenges for regulators and antitrust authorities. Some point to the sheer size, power and unregulated conduct of these digital monopolies. Others focus on the unprecedented scale and speed with which personal data is collected and used in the context of predictive algorithms, an omniscient and opaque machine that threatens to erode the very foundations of privacy. Still others highlight the ability of digital monopolies to control much of our attention, allowing them to dictate what content is exposed and influence the behavior of individuals. The importance of the regulation of the digital environment that has been carried out within the European Union will also be analyzed, justified by the occurrence of the Brussels effect, and the observance of the characteristics of the so-called global public goods.

**Keywords:** Data driven economy; Digital Monopolies; Digital platforms; Big data.

## SIGLAS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS

ARPA - *Advanced Research Project Agency* (Agência de Projetos de Pesquisa Avançada, em português)

GATS – *General Agreement on Trade in Services* (Acordo Geral sobre Comércio de Serviços, em português)

GDPR - *General Data Protection Regulation* (Regulamento Geral de Proteção de dados, em português)

IoT - *Internet of Things* (Internet das Coisas, em português)

OCDE - Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico

OMC - Organização Mundial do Comércio

ONU - Organização das Nações Unidas

RGPD - Regulamento Geral de Proteção de Dados

SEME - *Search Engine Manipulation Effect* (Efeito de manipulação do mecanismo de pesquisa, em português)

TJUE - Tribunal de Justiça da União Europeia

UE - União Europeia

VPN - *Virtual Private Network* (Rede privada virtual, em português)

WWW - *World Wide Web* (Rede mundial de computadores, em português)

## ÍNDICE

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>8</b>
<b>1. O <i>E-COMMERCE</i> COMO UM MEIO DE COMÉRCIO VIA INTERNET: A ECONOMIA MOVIDA A DADOS NO SETOR DIGITAL</b>	<b>10</b>
1.1 A Era Digital	10
1.2 Economia digital	12
1.3 Mercados de múltiplos lados e exploração de dados	15
1.4 Disponibilização e alcance de dados	21
1.5 Mercado e inovação	23
<b>2. MONOPÓLIOS DIGITAIS</b>	<b>32</b>
2.1 Monopólio e o poder econômico das plataformas digitais	32
2.2 Impactos da economia movida a dados	37
2.3 A necessidade da lei de proteção de dados perante um suposto monopólio	44
2.4 Fundamentos da proteção de dados em relação aos direitos humanos	47
2.5 Transferências internacionais de dados	51
<b>3. PROPOSTAS EM RELAÇÃO AO <i>E-COMMERCE</i></b>	<b>55</b>
3.1 Proposta da Comissão Europeia em relação ao <i>e-commerce</i>	55
3.2 A importância da observância do mercado europeu e o efeito Bruxelas	57
3.3 Soluções para a ameaça dos monopólios digitais	66
3.4 Possíveis ferramentas de controle de dados em busca de se evitar a ocorrência de monopólios	71
<b>CONCLUSÃO</b>	<b>76</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>78</b>



## INTRODUÇÃO

O aumento exponencial do fluxo de dados e o crescimento da tecnologia da informação e do acesso à internet à nível global possibilitaram a promoção de novas formas comerciais que confluíram no que, hodiernamente, é denominado de economia movida a dados. Tal arranjo possui como suporte modelos de negócio voltados para a coleta e análise de dados, principalmente em relação às preferências dos consumidores. Não é sem motivo que atualmente vem sendo apontado que o recurso mais valioso do mundo não é mais o petróleo, mas sim os dados<sup>1</sup>.

Pode-se exemplificar como um avanço tecnológico dos mais significativos da nova economia, a possibilidade de captura de enormes quantidades de dados e o seu rápido processamento, que proporciona uma dimensão quantitativa de aspectos fundamentais da vida<sup>2</sup>, usando-se de técnicas específicas de previsão e de averiguação de padrões. São essas características que constituem o fenômeno do *Big Data*.

No que toca aos variados campos de ação da economia movida a dados, as plataformas digitais vêm sendo protagonistas do cenário empresarial. Estas são um interface substancial de variados grupos de usuários, diminuindo o caminho entre indivíduos ou polos das cadeias de produção de consumo<sup>3</sup>.

De modo especial, as maiores empresas dos dias de hoje, em relação à capitalização de mercado, se encontram no meio digital. Dessa forma, o *Google* é o distinto meio pelo qual a população ocidental busca conteúdo na internet, o *Facebook/Whatsapp* com seus 2,6 bilhões de usuários, se apresenta como a primordial rede de conexão em que as pessoas se comunicam

---

<sup>1</sup> THE ECONOMIST. **The world's most valuable source is no longer oil but data: the data economy demands a new approach to antitrust rules.** 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 jan. 2021.

<sup>2</sup> MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor. CUKIER, Kenneth. **Big Data: como extrair volume, variedade, velocidade e valor da avalanche de informações cotidianas.** Tradução de Paulo Polzonoff Junior. 1a. ed. Rio de Janeiro: Elsevier. 2013. p. 8.

<sup>3</sup> FRAZÃO, Ana. **Plataformas Digitais, Big Data e riscos para os direitos de personalidade.** In: TEPEDINO, Gustavo; MENEZES, Joyceane Bezerra de (Coord.) *Autonomia Privada, Liberdade Existencial e Direitos Fundamentais.* Belo Horizonte: Fórum. 2019. p. 333.

entre si; e a *Amazon* se apresenta como o espaço central em que consumidores compram seus produtos *online*<sup>4</sup>.

O tamanho da interferência que tais agentes implicam não se limita à esfera econômica, de forma que se estende a questões políticas e sociais, além de se relacionarem com questões de privacidade e vigilância excessiva. Ainda em relação às empresas mencionadas, o *Google* determina o que pensamos, o *Facebook* determina quem somos e a *Amazon* determina o que queremos<sup>5</sup>. É graças a esse motivo, como foi assinalado por Frank Pasquale, que os importantes atores corporativos têm conhecimento dos detalhes de nosso dia a dia, ao passo que nós pouco ou nada sabemos acerca de como eles usam essa informação para exercer influência sobre as nossas decisões, exercendo o papel de um espelho unidirecional<sup>6</sup>.

Buscando manter o seu domínio, as plataformas digitais, paulatinamente aperfeiçoam funcionalidades de captura da atenção dos usuários em seus espaços. Nota-se o crescimento do entretenimento oferecido em dispositivos digitais móveis, a expansão de mecanismos de comunicação instantâneas e o aumento de interações em redes sociais. Dessa forma, é estimado que utilizadores adultos passem mais de 20 horas *online* por semana<sup>7</sup>.

Destaca-se que uma das causas centrais pelas quais empresas possuem a tendência de realizarem aquisições e fusões nesse novo formato de economia se dá pela questão da difícil tarefa de precificação dos dados. Dessa forma, atuais operações de concentração em mercados digitais<sup>8</sup> formaram questionamentos acerca dos efeitos concorrenciais provenientes da aquisição de um conjunto relevante de dados, provocando a imprescindibilidade de se realizar a delimitação de possíveis consequências para os consumidores e para a ordem competitiva.

Isto posto, o delineamento metodológico do trabalho corrente constituiu-se na análise das repercussões da nova realidade econômica, substancialmente movida a dados, no domínio

---

<sup>4</sup> CRÉMER, Jacques. **Competition policy for the digital era**. Report European Commission, 2019. Disponível em: <<https://op.europa.eu/pt/publication-detail/-/publication/21dc175c-7b76-11e9-9f05-01aa75ed71a1>>. Acesso em 20 de jan. de 2019. p. 13.

<sup>5</sup> PASQUALE, Frank. **The black box society. The secret algorithms that control money and information**. Cambridge: Harvard University Press. 2015, p. 15.

<sup>6</sup> Ibidem, p. 9.

<sup>7</sup> REINO UNIDO. Office of Communications. **Time spent online doubles in a decade**. Disponível em: <<http://consumers.ofcom.org.uk/news/time-spent-online-doubles/>>. Acesso em 8 de mar. de 2021.

<sup>8</sup> Veja-se, por exemplo, que a Comissão Europeia avaliou os seguintes casos: Caso M.8788 – Apple/Shazam, 2018; Caso M.8124 – Microsoft/LinkedIn, 2016; Caso M.7217 – Facebook/WhatsApp, 2014; Caso M.4731 – Google/DoubleClick, 2008.

de estruturas do setor digital, assim como de concepções de legislações que buscam normatizar tal realidade.

## **1. O E-COMMERCE COMO UM MEIO DE COMÉRCIO VIA INTERNET: A ECONOMIA MOVIDA A DADOS NO SETOR DIGITAL**

### **1.1 A Era Digital**

A Era Digital, ou Era da Informação, é a expressão utilizada para o modelo de organização social no qual o processamento, a transmissão e a geração de informação se estabeleceram como as razões principais de produtividade e de poder, levando em consideração as atuais circunstâncias tecnológicas que surgiram ao final do século XX<sup>9</sup>. Diferenciadas formas de interação acabaram por ser experimentadas frente a um novo espaço-tempo: o espaço físico foi de fato eliminado e o tempo foi acelerado em razão das tecnologias digitais<sup>10</sup>. Dessa forma, as novas revoluções tecnológicas deixaram de ser meramente uma circunstância de fato e transpuseram-se a um vetor que condiciona o âmbito social e econômico.

Tal revolução digital acabou por causar a confluência das telecomunicações e da microeletrônica. Primordialmente, os computadores corresponderam a tecnologias disruptivas no momento em que foram introduzidos no dia a dia da sociedade. Sua propagação possui relação com a recondução que foi dada à função da internet. A internet foi planejada inicialmente com fins militares em 1967, no contexto da ARPA - *Advanced Research Project Agency*<sup>11</sup>. Entretanto, ela passaria a ser operada de forma experimental em 1969, no meio universitário, para viabilizar a comunicação entre seus centros de pesquisa<sup>12</sup>.

O seu uso até meados de 1990 era restrito ao compartilhamento de arquivos, textos e mensagens. O crescente compartilhamento de *e-mails* provocou o progresso da rede como

---

<sup>9</sup> CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 7ª ed. São Paulo: Paz e Terra. 2000. p. 64-65.

<sup>10</sup> SIMÕES, Isabella de Araújo Garcia. **A sociedade em Rede e a Cibercultura: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e de Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação**. Revista Eletrônica Temática. Ano V, vol. 05, maio/2009. Disponível em: [https://cursosextenso.usp.br/pluginfile.php/52266/mod\\_resource/content/1/Sociedade\\_Cibercultura.pdf](https://cursosextenso.usp.br/pluginfile.php/52266/mod_resource/content/1/Sociedade_Cibercultura.pdf). Acesso em 21 fev. 2021.

<sup>11</sup> Associação americana especializada para fins militares, em português.

<sup>12</sup> CASTRO NETO, J. L. et al. Comércio Eletrônico: análise dos fatores críticos. **Revista de Negócios**. n. 9, mar. 2010.

forma de comunicação, fosse por motivos comerciais, sociais ou outros. Foi apenas no ano de 1992, que se tornou possível observar um aumento expressivo em suas demais funções. Com a utilização da *world wide web*, observou-se a multiplicação do número de usuários, o que intensificou o interesse na exploração de produtos e serviços virtuais.

Surge assim uma rede mundial de computadores, que permitiu que se procedesse uma alteração cultural expressiva na forma de produção e distribuição de bens e serviços<sup>13</sup>. Cabe aqui destacar a afirmação de Manuel Castells, em que “as redes de comunicação digital são a coluna vertebral da sociedade em rede, tal como as redes de potência (ou redes energéticas) eram as infra estruturas sobre as quais a sociedade industrial foi construída”<sup>14</sup>.

Observa-se que nos anos 2000, existiu uma troca gradual dos computadores pelos dispositivos móveis. A partir de 2015 os *smartphones* passam a ser amplamente utilizados, se caracterizando como palpáveis extensões tecnológicas do homem<sup>15</sup>. As inovações tecnológicas em um contexto móvel permitiram inúmeras funções possíveis de serem executadas a qualquer tempo, como conferir o correio eletrônico, navegar por sites, espairer por meio de jogos ou assistindo filmes *online*. Esses dispositivos, conseqüentemente, possibilitaram a introdução do universo virtual no cotidiano dos indivíduos.

A partir dessa realidade foi possibilitado o desenvolvimento da internet das Coisas (*Internet of Things* (IoT), em inglês), termo que faz referências aos dispositivos eletrônicos que se conectam por meio da internet e que transmitem informação uns aos outros, com o objetivo de recolher e processar dados de forma espontânea e contínua<sup>16</sup>.

Além disso, o incentivo a experiências sociais foi fator decisivo no que toca ao tempo aplicado ao uso de dispositivos digitais. Dessa forma, as redes sociais obtiveram destaque, visto que, com a justificativa de unir pessoas, se apresentaram como importante meio de conquista de dados e de atenção. Uma peculiaridade de tais redes é a oportunidade de constituição e

---

<sup>13</sup>*Ibidem*.

<sup>14</sup> CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede Do Conhecimento à Ação Política**. Conferência promovida pelo Presidente da República. Centro Cultural de Belém. Imprensa Nacional – Casa da Moeda. 2005. p. 18.

<sup>15</sup> WU, Tim. **The Attention Merchants: the epic scramble to get inside our heads**. Nova York: Alfred A. Knopf. p. 715.

<sup>16</sup> REACY, Bridget; BAPAT, Anita. **The “Internet of Things” – already in a home near you? Privacy and Data Protection**. v. 14, n. 2, p. 11 – 13, 2013. Disponível em:

<[https://www.hunton.com/images/content/3/4/v2/3421/The\\_Internet\\_of\\_Things\\_already\\_in\\_a\\_home\\_near\\_you.pdf](https://www.hunton.com/images/content/3/4/v2/3421/The_Internet_of_Things_already_in_a_home_near_you.pdf)>. Acesso em 15 de jan. 2021.

partilha de conteúdos pelos usuários, se apresentando como um forte ambiente alternativo de propagação de informação.

Assim, na Era Digital, a criação de dados ocorre por meio de atividades corriqueiras, por meio das “pegadas” digitais, e por várias vezes acaba não sendo percebida pelos usuários. Nos dias de hoje, as recentes tecnologias, especialmente no campo da inteligência artificial, nanotecnologia e robótica, alteram de forma constante a configuração de como os indivíduos interagem e consomem serviços e bens, assim como estabelecem os dados como o ponto central das formas de negócio.

Essa alteração se dá na medida em que é observada a relação entre o consumo e a utilização de plataformas virtuais. Deve ser considerado ainda que até durante o consumo de conteúdos como vídeos existem os anúncios comerciais, além do fato das grandes plataformas digitais serem possuidoras dos dados de tais usuários. Embora estejamos usando dispositivos eletrônicos, aplicativos, plataformas e sites, eles frequentemente nos usam também, com objetivos diversos, incluindo o rastreamento de nossos dados pessoais. Embora nossos dados sejam usados para fornecer uma experiência mais satisfatória, nem todas as empresas deixam claro em como eles serão utilizados.

Embora essa experiência seja “inofensiva”, é muito manipuladora, pois pode fazer com que você forme uma opinião com base no que vê. Considerando os cenários supra mencionados, o mundo digital passou a evoluir com a intenção de possibilitar que os indivíduos atuassem sobre a informação de fato, de forma diferente do que era usual, em que o foco principal se dava na utilização da informação para operar sobre as tecnologias<sup>17</sup>. É a partir dessa perspectiva que se propõe a análise da significativa revolução relativa ao armazenamento, coleta e processamento de dados.

## **1.2 Economia digital**

Os avanços da tecnologia causaram grandes mudanças em várias áreas, e na atividade econômica não foi diferente. Os dados converteram-se para se tornarem insumos, um artifício fundamental, utilizado para formar um novo modelo de economia<sup>18</sup>.

Tal economia movida a dados, também chamada de *data-driven economy*, em inglês, tem como embasamento a tecnologia da informação para criar serviços e produtos. São formas

---

<sup>17</sup> CASTELLS, 2000. Op. Cit. p 108-113

<sup>18</sup> MAYER-SCHÖNBERGER; CUKIER, Op. Cit. p. 8-12

de empreendimentos lastreadas no tratamento de dados e na consecutiva remodelação em ativos informacionais. Apesar da função dos dados em negócios não-digitais poder ser considerada, é precisamente nos negócios digitais que a recolha e exame de uma enorme quantidade de dados chama a atenção. Com o aumento da digitalização, desde a expansão do alcance da internet, assim como a deslocação de atividades econômicas para versões digitais, o modelo físico foi se mostrando com menor relevância ao decorrer do tempo.

As plataformas digitais se sobressaem sob os modelos tradicionais de negócio pelo motivo de permitirem um ecossistema ininterrupto de diálogo entre os *players*, de forma a permitirem uma constante melhoria nas trocas econômicas<sup>19</sup>. Tais ambientes têm a função de *gatekeepers*, ou seja, como suporte principal para os negócios digitais e, assim, desempenham vários modelos de administração de informação. Assim sendo, se apresentam como importantes intermediários entre anunciantes, produtores, varejistas de aplicativos e consumidores e, muitas vezes, são a exclusiva forma de concreta ligação entre os mesmos<sup>20</sup>.

A obtenção de lucro nas plataformas digitais com o aproveitamento do mecanismo de arrecadação e análise de dados dos usuários pelas novas tecnologias, usualmente, ocorre utilizando-se três técnicas ou então por meio de uma mistura das mesmas<sup>21</sup>. A primeira traduz-se na oferta de singulares produtos e serviços, de acordo com a determinação do perfil dos compradores. Tal estratégia ultrapassa a visão de fabricação em massa e apresenta uma propensão à variação de produtos e serviços. Ao passo que a economia de produção de dados proporciona enormes proporções de bens padronizados, a forma econômica apoiada na individualização é determinada pelo oferecimento de quantidades menores de produtos e serviços, todavia demasiadamente especializados, qualificados e segmentados, de acordo com o mercado e o consumidor<sup>22</sup>. Para alcançar a distinção da produção, assim como o reconhecimento de nichos, é fundamental adquirir conhecimentos sobre as práticas e condutas

---

<sup>19</sup> FRAZÃO, Op Cit. p. 334.

<sup>20</sup> KHAN, Lina. **What makes tech platforms so powerful**. Digital Platforms and Concentration. Second Annual Antitrust and Competition Conference Stigler Center for the Study of the Economy and the State University of Chicago Booth School of Business. A Pro-Market Production. 2018. p. 14.

<sup>21</sup> MONTEIRO, Gabriela Reis Paiva. **Big Data e Concorrência: uma avaliação dos impactos da exploração de Big Data para o método antitruste tradicional de análise de concentrações econômicas**. 2017. 145 f. Dissertação (Mestrado) – Fundação Getúlio Vargas Escola de Direito do Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/20312>>. Acesso em 13 de janeiro de 2021. p. 39.

<sup>22</sup> MENDES, Laura. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor**. Linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva. 2014. Série IDP. p. 55.

dos usuários. Dessa forma, os dados são manuseados como subprodutos pelos empreendimentos.

Por conseguinte, a segunda estratégia se apresenta pelo uso dos dados com o objetivo de ajudar publicitários a direcionarem o seu conteúdo, o que se configura como publicidade customizada. Salienta-se o *marketing one-to-one*, noção concebida por Pepper e Roger, americanos que buscaram popularizar a “necessidade de utilização de bancos de dados dos compradores e de meios interativos para ofertar o máximo de produtos e serviços possíveis, em alteração à antiga máxima de disponibilizar o mesmo produto a maior quantidade de clientes possível”<sup>23</sup>.

Então temos a terceira estratégia, que se aproveita do consumo dos dados arrecadados, concebendo lucro com a venda para terceiros. A importância da informação para a atividade econômica dos dias de hoje é tamanha, que os dados passaram a ser capital primordial para o bom resultado de várias atividades. Surge nesse cenário o mercado de dados, especialmente, o de dados pessoais. O compartilhamento de bancos de dados entre empresas do mesmo grupo empresarial ou que possuem atividade complementares também se inclui nesse parâmetro<sup>24</sup>.

Dessa forma, o comércio digital demonstra a forma com que a internet diminuiu algumas despesas: o custo de gerar e partilhar certas formas de produtos e serviços, o custo de obter informações sobre bens, o custo de colher e utilizar dados inerentes às predileções e hábitos dos compradores. Tais benefícios resultam de causas como: (i) a escala, já que a internet proporciona operações de mercado em alta escala, acolhendo milhares de usuários a um dispêndio baixo; (ii) a personalização da experiência do usuário, já que a recolha e exame de dados possibilita a personalização; (iii) a capacidade para uma veloz inovação, já que os custos baixos permitem a investigação e a adaptação de uma diversidade de padrões com considerável facilidade<sup>25</sup>. Além dos benefícios já apontados, na Era da Informação, os dados são capazes de serem utilizados para apontar o tipo de alcance que os usuários terão a serviços e produtos<sup>26</sup>.

---

<sup>23</sup> MENDES, Op. Cit. p. 89.

<sup>24</sup> MENDES, Op Cit. p. 117.

<sup>25</sup> LEVIN, Jonathan. **The Economics of Internet Markets**. NBER Working Paper Series. Working Paper 16852. 2011. Disponível em: < <http://www.nber.org/papers/w16852> > Acesso em 13 de maio de 2019.

<sup>26</sup> Deve ser lembrada ainda a responsabilidade social que deve haver por parte das empresas. Se exemplifica aqui tal fato com o Pacto Global da ONU. Lançado em 2000 pelo então secretário-geral das Nações Unidas, Kofi Annan, o Pacto Global é uma chamada para as empresas alinharem suas estratégias e operações a 10 princípios universais nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção e desenvolverem ações que

As empresas conseguem usar dados de localização e históricos de pagamento para vender bens e serviços. Dessa maneira, com base em buscas *online* realizadas pelos usuários, é possível determinar o valor ou quantidade de produtos oferecidos<sup>27</sup>. Esses métodos retratam ameaças para as conexões de consumo, principalmente com a persuasão indevida do usuário, mas também são capazes de prejudicar a autonomia de escolha em uma dimensão social e política.

A economia passa a servir como uma prática que junta dados acerca de vontades e capacidades e que os manipulam em decisões, essas que não obrigatoriamente apresentam a escolha autônoma das pessoas<sup>28</sup>. É certo que as plataformas digitais dependem do *Big Data* para alcançar as habilidades a que se propõem e para adquirir o controle que detêm. Isso se dá ao fato do *Big Data*, com o auxílio de poderosos algoritmos<sup>29</sup>, que permitem a antecipação de relacionamentos e transações<sup>30</sup>. De fato, a revolução causada pelo *Big Data* indica uma transformação na participação do usuário no meio digital, em que ele deixa de ser objeto e agora é a fonte do negócio.

### **1.3 Mercados de múltiplos lados e exploração de dados por meio de um bem público global**

Como já apresentado no presente trabalho, as plataformas digitais permitiram a criação de um local de interação entre usuários, circunstância que está inserida no que a literatura classifica de mercados e múltiplos lados ou, usualmente, mercados de dois lados (*two-sided markets*). Tal forma de negócio se apresenta pela formação de valor em decorrência da junção

---

contribuam para o enfrentamento dos desafios da sociedade. Destaca-se então o objetivo 8, em que se busca promover o crescimento econômico sustentável.

<sup>27</sup> THE ECONOMIST. **How to think about data in 2019**. Disponível em:

<<https://amp.economist.com/leaders/2018/12/22/how-to-thinkabout>>. Acesso em 25 jan. 2021.

<sup>28</sup> HARARI, Yuval. **Homo Deus: uma breve história do amanhã**. Tradução: Paulo Geiger. São Paulo: Companhia das Letras. 2016. p. 372.

<sup>29</sup> Al.go.rit.mo (do latim medieval *algorithmu*), nome masculino, 1. Conjunto de operações predefinidas a seguir de forma sistemática para a resolução de um determinado tipo de problema; 2. MATEMÁTICA conjunto ordenado e finito de processos necessários para efetuar um cálculo; 3. INFORMÁTICA conjunto de operações, sequências, lógicas e não ambíguas, que, aplicadas a um conjunto de dados, permitem encontrar a solução para um problema num número finito de passos. In Dicionário da Língua Portuguesa: Infopédia, disponível em <<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/algoritmo>>.

<sup>30</sup> FRAZÃO, Op. Cit. p. 336-339.



de duas ou mais classes diferentes de usuários, como clientes, fornecedores de produtos e anunciantes, e da simplificação de interatividade entre os mesmos<sup>31</sup>.

A OCDE, em recente análise, fundamenta o uso da nomenclatura correta como mercados de múltiplos lados<sup>32</sup>. As plataformas digitais diminuem adversidades de gastos de transação, levando em consideração que permitem a junção das vontades dos variados usuários (*matchmaking*). A harmonização entre os intermediários de cada um dos lados precisa ser apropriada e relevante, unindo aqueles que possuam compatibilidades ou sejam conexos em suas vontades para instituir uma relação de negócios<sup>33</sup>. Assim, as plataformas tratam de internacionalizar os privilégios provenientes da existência de variadas formas de usuários, o que cria dependência entre eles, assim como da respectiva plataforma<sup>34</sup>.

Há ainda o conceito de que é baseado na habilidade da plataforma criar um valor que não seria existente na sua ausência, levando em consideração que apenas a própria plataforma permite tal interação entre os vários conjuntos de utilizadores. Isto posto, o Mercado de Múltiplos Lados (catalisador econômico) possui (i) pelo menos dois conjuntos de usuários; (ii) que se possuem dependência entre si de certa forma; (iii) contudo não podem deter valor de

---

<sup>31</sup> HARARI, Op. Cit. p. 372.

<sup>32</sup> Embora a multidimensionalidade comece com dois lados (em que consumidores e vendedores se encontram em uma plataforma), isso é apenas o começo, e muitos desses mercados têm três lados (consumidores, fornecedores de conteúdo, e anunciantes) e alguns até têm quatro (por exemplo, em cartões de pagamento) ou mais. OECD. **Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms**. 2018. Disponível em: <[www.oecd.org/competition/rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms.htm](http://www.oecd.org/competition/rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms.htm)>. Acesso em 13 fev. 2019. p. 10. Aqui, a principal função do intermediário é controlar o acesso a uma plataforma que dois (ou mais) grupos de agentes usam para sua interação. A principal característica dessas plataformas é que os usuários de cada grupo valorizam mais uma plataforma quando ela é amplamente utilizada pelo outro grupo. Portanto, as decisões individuais de se afiliar a uma plataforma específica geram efeitos de rede indiretos nos agentes do outro lado dessa plataforma. Por meio de uma operação centralizada da plataforma, o intermediário pode agregar valor, contribuindo para internalizar essas externalidades. Por exemplo, a presença de fortes efeitos indiretos de rede aumenta os riscos de monopolização ou de domínio. Além disso, como os intermediários operam em lados diferentes do mesmo mercado, eles tendem a atuar como empresas multiprodutos e usar subsídios cruzados para explorar complementaridades. As estruturas de preços resultantes podem parecer discriminação de preços ou concorrência desleal. BELLEFLAMME, P., PEITZ, M. (2010). **Markets with goods. In Industrial Organization: markets and strategies**. Cambridge: Cambridge University. p. 27.

<sup>33</sup> FRAZÃO, Op. Cit. p. 334.

<sup>34</sup> MATTIUZZO, Marcela. **Propaganda online e privacidade: o varejo de dados pessoais na perspectiva antitruste**. In: Revista do IBRAC; RIBRAC, v. 21, n. 26. 2014. p. 296.

sua afinidade por si só; (iv) e dependem do catalisador para simplificar as interatividades que criam valor entre si<sup>35</sup>. Agora clarificados os suportes da referenciada organização de mercado, convém contemplar o resultado distinto que dela resulta: a constituição de externalidades de rede. Os referidos efeitos de rede, que são as consequências que um utilizador de um bem ou serviço tem sobre o valor do produto para outros utilizadores, distinguem-se entre diretos e indiretos.

No primeiro, os indivíduos são beneficiados de acordo com o número de agentes, havendo maior satisfação caso haja um grande número de usuários no mesmo lado da plataforma. Já no segundo, o número de indivíduos encontrados de um lado irá atrair mais indivíduos para o outro, criando um ciclo de retroalimentação positiva<sup>36</sup>. Dessa forma, a relevância da plataforma para determinado indivíduo amplia de forma paralela a quantidade de indivíduos no lado contrário. Seja qual for o mercado de Múltiplos Lados, sempre serão apresentados determinados efeitos de rede indiretos, enquanto que, os efeitos diretos não estão necessariamente presentes<sup>37</sup>.

A partir das externalidades de rede indiretas ocorre o dilema “do ovo e da galinha”, ou seja, para conquistar consumidores, uma plataforma precisa integrar uma quantidade vasta de vendedores, mas os mesmos apenas estão dispostos a se juntarem à plataforma caso possam perspectivar que muitos consumidores estarão integrados<sup>38</sup>. O impulso dos efeitos de rede se faz relevante dada a questão dos *feedback loops*. Em tais ciclos, um ato pode provocar uma série de reações, que, de forma multiplicadora, ampliam a repercussão dos efeitos das atividades das plataformas digitais. Exemplifica-se<sup>39</sup>:

Aumentar o preço pago pelos usuários pode reduzir o seu número, mas isso também pode reduzir o valor da plataforma para os anunciantes e, portanto, reduzir o valor que os anunciantes estão dispostos a pagar. Por sua vez, isso pode reduzir o retorno que os provedores

---

<sup>35</sup> EVANS, David S. SCHMALENSEE, Richard. **The Antitrust Analysis of Multi-sided Platform Business**. NBER Working Paper Series. Working Paper 18783. 2015. Disponível em: <http://www.nber.org/papers/w18783>. Acesso em 14 de fev. 2021. p. 7.

<sup>36</sup> EVANS; SCHMALENSEE, Op. Cit. p. 8.

<sup>37</sup> MATTIUZZO. Op. Cit. p. 299.

<sup>38</sup> BRITTO, Tatiana Alessio. **Neutralidade de Redes – Mercados de Dois Lados, Antitruste e Regulação**. 2018. 337 f. Tese de Doutorado. Departamento de Economia da Universidade de Brasília. Disponível em: <[https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/33923/1/2018\\_TatianaAlessiodeBritto.pdf](https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/33923/1/2018_TatianaAlessiodeBritto.pdf)>. Acesso em 13 fev. 2021. p. 131.

<sup>39</sup> OECD. Op. Cit. p. 11.

de conteúdo recebem quando seu conteúdo é visualizado na plataforma, reduzindo assim a quantidade ou a qualidade do conteúdo, o que pode reduzir o número de usuários. Mais uma vez, isso pode reduzir a quantia que os anunciantes estão dispostos a pagar, e assim por diante. Cada ação tomada pela plataforma pode, portanto, criar uma série de reações (efeito cascata). Se esses efeitos forem suficientemente longe, eles podem levar a empresa à falência, por um lado, ou à dominância de mercado, por outro.

Levando isso em consideração, é ainda apresentada uma definição que possui como centro a estrutura de preços. Um Mercado possui Dois (ou Múltiplos) lados, no caso da plataforma possuir envolvimento na dimensão dos negócios, diminuindo o preço em um dos lados na mesma medida que o outro lado se responsabiliza por esse custo<sup>40</sup>. A forma de distribuição dos preços deve compreender determinado aspecto de pagamento cruzado para capturar um dos lados com um preço mais vantajoso e incentivar a cooperação do outro lado.

Dessa forma, um conjunto de indivíduos adequar-se-á exclusivamente para a atração de compradores para o negócio (*loss leader*). Observe que “dependendo da elasticidade da demanda e da dependência cruzada entre as demandas de cada grupo, é possível que o preço ‘maximizador’ para um dos produtos ou serviços oferecidos pela plataforma seja ‘zero’ ”<sup>41</sup>.

Assim, a economia movida a dados, no que toca os mercados digitais, possui características únicas, como plataformas digitais, modelos de negócios de mercados de múltiplos lados, efeitos de rede orientados por dados e fornecimentos de produtos e serviços a um “preço zero”, o que demonstra um contexto de custos de dados e de atenção que são equiparáveis à pecúnia nas situações de troca. Essas questões requerem uma investigação para além do preço, de forma a averiguar de que forma o recente modelo de economia concede força econômica e de que forma essa força reflete no comprador.

Considerando tais características dos mercados digitais, se faz interessante também considerar aspectos do ambiente em que ocorre. Cabe aqui ainda apontar a interpretação da internet como um bem público global. Essa declaração é baseada nos atributos sociais e econômicos que tipificam a internet como um bem público global. A definição de tal envolve um conceito social amplo e um conceito econômico técnico restrito. O conceito social mais amplo inclui no domínio dos bens públicos globais que do ponto de vista econômico não são puramente públicos (ou seja, são apenas parcialmente não rivais e parcialmente não excluíveis), mas são fornecidos como bens públicos devido ao seu alto valor social intrínseco e para a

---

<sup>40</sup> EVANS; SCHMALENSEE, Op. Cit. p. 6-7.

<sup>41</sup> MONTEIRO. Op. Cit. p. 37.

sociedade demandada. A educação e a saúde, por exemplo, são bens rivais e excludentes, portanto não públicos no sentido econômico, mas ambos são fornecidos como bens públicos devido ao seu alto valor social. O mesmo raciocínio pode ser aplicado à internet<sup>42</sup>.

A não rivalidade ou indivisibilidade deve ser interpretada como o fato de o consumo por um sujeito não apresentar empecilho para o consumo pelos demais. Isso quer dizer que o bem pode ser utilizado por um grande número de consumidores. Já a não exclusão se dá ao fato de que os produtores não conseguem excluir o consumo de quem não pague<sup>43</sup>. Tais características conjuntamente demonstram de certa forma a proporção da vantagem social desinente da provisão pública do bem, seja tal benefício mensurado como externalidade positiva que deste modo é gerada e que de outro modo não o seria, ou como externalidade negativa que não ocorre. Entretanto, de forma que a não rivalidade é relacionada com os custos de consumo, apagando-os ou mudando de forma profunda a sua ocorrência, a não exclusão autoriza que todos os que auxiliaram para a produção do bem recebam, de forma direta ou indireta, os benefícios decorrentes da utilização de tais <sup>44</sup>.

De uma perspectiva econômica técnica estreita, os bens públicos globais requerem intervenção governamental e cooperação internacional para superar as falhas do mercado e alcançar eficiência e equidade em sua alocação e fornecimento. A internet apresenta vários atributos econômicos de um bem público global, incluindo falhas de mercado, como um problema de carona<sup>45</sup> (*free riders, em inglês*), uma subutilização e suboferta globais e significativos positivos transnacionais (por exemplo, aumento da produtividade e conhecimento) e externalidades negativos (por exemplo, ameaças à cibersegurança)<sup>46</sup>.

---

<sup>42</sup> CANAZZA, Mario. **The Internet as a global public good and the role of governments and multilateral organizations in global internet governance**. Meridiano 47 - Journal of Global Studies. 2018. p.4.

<sup>43</sup> Haveriam ainda os bens públicos puros e bens semi-públicos através do tipo de necessidades satisfeito: os bens públicos puros satisfazem necessidades colectivas, enquanto que os bens semi-públicos satisfazem necessidades colectivas e necessidades individuais. Dá como exemplo dos primeiros o serviço de profilaxia das doenças contagiosas e dos segundos o da administração da justiça. RIBEIRO, J. J. Teixeira. **Sobre os Bens Meritórios, Separata do Boletim de Ciências Económicas**. 1996. p. 26.

<sup>44</sup> LAVOURAS, Matilde. **O algoritmo mestre: um bem público global?** In Boletim de ciências económicas, Coimbra, v.62 LXII (2019) 46-76. p.16.

<sup>45</sup> Um carona é uma pessoa que se beneficia de algo sem despendar esforços ou pagar por isso. Em outras palavras, *free riders* são aqueles que utilizam produtos sem pagar pelo uso.

<sup>46</sup> Os atributos sociais e econômicos da Internet como bem público produz duas consequências que sustentam o papel de formulação de políticas de governos e organizações multilaterais na governança da internet. Primeiro,

Não se pode ainda deixar de mencionar os atributos econômicos da internet como um bem público. Os bens públicos atendem a dois critérios básicos: primeiro, seus benefícios têm fortes qualidades de publicidade - não rivalidade no consumo e não exclusão; segundo, seus benefícios são universais em termos de países, pessoas e gerações. A internet atende a ambos os critérios e também apresenta outros atributos econômicos típicos de um bem público, como a existência de caronas (*free riders*) e outras falhas de mercado, uma suboferta e subutilização globais e externalidades significativas.<sup>47</sup> A não rivalidade no consumo, como já explicado, implica que o consumo de um bem por alguém não impede outros de consumir o mesmo bem, ou ainda que, uma vez que o custo marginal de fornecer o bem é zero, tentar excluir alguém do consumo desse bem é mais caro do que permitir o gratuito consumo<sup>48</sup>.

A não rivalidade no consumo da internet é às vezes contestada porque nos horários de pico um grande número de usuários pode congestionar a internet e impedir temporariamente o acesso a outros usuários e porque há de fato custos marginais na expansão da infraestrutura de comunicações para evitar esses problemas de congestionamento. Mas essas exceções podem ser resolvidas por meio de desenvolvimento técnico, eficiência econômica, investimentos aprimorados e regulamentação eficaz. O mercado de fornecimento de internet, assim como o mercado de telecomunicações, apresenta características típicas de um monopólio natural, como os altos custos de entrada e irrecuperáveis, grandes investimentos em infraestrutura inicial, economias de escala do lado da oferta, um número limitado de fornecedores, poder de mercado, concorrência concentrada e com custos marginais tendendo a zero.

Consequentemente, a internet é teoricamente não rival no consumo e produz

---

eles criam um incentivo estratégico para governos e organizações multilaterais, estimulados por seus respectivos constituintes, para maximizar o desenvolvimento da Internet, fornecer acesso à Internet como um bem público e reduzir a divisão digital dentro e entre os países. Em segundo lugar, eles revelam uma forte necessidade de formulação de políticas e cooperação multilateral para lidar com a não rivalidade e não exclusão da Internet; para corrigir falhas de mercado; para aumentar (mitigar) as externalidades positivas (negativas) da Internet; e alcançar um suprimento global da Internet que maximize o bem-estar.

<sup>47</sup> KAUL, Inge; GRUNBERG, Isabelle; STERN, Marc. (eds.). 1999. **Global Public Goods: International Cooperation in the 21st Century**. New York: Oxford University Press. p.2.

<sup>48</sup> STIGLITZ, Joseph E. **Knowledge as a Global Public Good**. In *Global Public Goods: International Cooperation in the 21st Century*, edited by Inge Kaul, Isabelle Grunberg, and Marc A. Stern. 1999. New York: Oxford University Press. p. 308-25.

economias de escala do lado da oferta devido aos custos marginais zero de produção<sup>49</sup>. A internet também apresenta economias de escala do lado da demanda, também conhecidas como efeitos de rede, o que implica que os benefícios da internet e suas externalidades positivas aumentam com o aumento de usuários. O acesso à internet não é, de forma alguma, gratuito: as taxas cobradas pelos provedores de serviços de internet e os custos de acesso e dispositivos apresentam barreiras de acesso significativas, principalmente nos países em desenvolvimento.

No entanto, o acesso à infraestrutura subjacente da internet e à maioria dos conteúdos estão prontamente disponíveis para qualquer pessoa com os meios técnicos e financeiros básicos. Os bens públicos são, pelo menos parcialmente, não excludíveis, ainda que as barreiras ao acesso sejam diferentes da exclusão, levando à conclusão de que as tais situações não caracterizam um bem como excludível<sup>50</sup>. A acessibilidade e disponibilidade de acesso à internet e dispositivos de tecnologias da informação são uma questão de eficiência na oferta e demanda, desenvolvimento do setor, políticas públicas e regulamentação eficaz. Para complementar tal análise, se faz interessante a análise da disponibilização dos dados.

#### **1.4 Disponibilização e alcance dos dados**

Conforme visto anteriormente, frente a realidade de uma criação em massa de dados, alguns autores sustentam o argumento de que os dados estão abundantemente à disposição graças à dois motivos: a não-exclusividade e a não-rivalidade<sup>51</sup>. Com tal entendimento, o uso de variados provedores para a aquisição de qualquer serviço similar no meio digital, o que é chamado de *multi-homing*, exemplificaria que, a partir do momento que um provedor possuir um dado, outro não seria obstruído de realizar a mesma coleta.

Nenhum provedor conseguiria ainda aglomerar completamente todos os dados que se encontram à disposição. Ainda, os provedores não haveriam o monopólio sobre as informações dos utilizadores, tendo em mente a inexistência de regulamentações de exclusividade ou

---

<sup>49</sup> EISENACH, Jeffrey A. **The economics of zero rating**. Research paper for the National Economics Research Associates (NERA). 2015. p. 4.

<sup>50</sup> KAUL, Inge; GRUNBERG, Isabelle; STERN, Marc. (eds.). 1999. **Global Public Goods: International Cooperation in the 21st Century**. New York: Oxford University Press. p.14.

<sup>51</sup> TUCKER, Darren; WELLFORD, Hill. **Big Mistakes Regarding Big Data**. American Bar Association. 2014. Disponível em: <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2549044](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2549044)>. Acesso em 17 mar. 2021. p. 2-4.

estruturas que relacionassem os utilizadores com um único provedor<sup>52</sup>. Entretanto, essa visão acaba por reduzir o *Big Data*<sup>53</sup> apenas a um grande grupo de dados. Como contraproposta, alguns autores apontaram que a recolha de dados estaria ligada a variadas formas de custos, o que seria limitante para o seu acesso. Dessa forma, a não-rivalidade e a não-exclusividade não asseguram que todos os concorrentes tenham alcance aos dados.

É relevante também apontar que, averiguados os benefícios do processamento de dados no negócio, as empresas aplicam estratégias para aumentar seus ganhos. Pesquisas recentes apontam que as consequências financeiras e operacionais melhoram na proporção em que as formas de negócio são orientadas por dados. Na era do *Big Data*, a cotação do dado é ligada a sua quantidade, variedade e velocidade, além de que a extração de informações é ligada aos algoritmos refinados. Isso acaba por levar os agentes econômicos à concentração e acaba por justificar preocupações, principalmente, quanto às condutas de concentração que sejam capazes de tornar neutros os riscos competitivos em longo prazo<sup>54</sup>. Se observa também que a associação de diferentes mercados possibilita que uma empresa faça a utilização de dados colhidos com o objetivo de favorecer outras linhas de mercado.

Questões financeiras também são destacadas, considerando-se que os intermediários econômicos empregam grandes montantes para fazerem o uso do *Big Data*. O crescimento de amplos *data centers*, a utilização de softwares analíticos e a ligação à internet com *firewalls* avançados demonstram o grau potencialmente alto de gastos que são necessários para a coleta, armazenamento e processamento de dados<sup>55</sup>

A não-exclusividade e não-rivalidade são, dessa forma, atenuadas frente aos efeitos de rede indiretos que são otimizados em mercados de múltiplos lados com análise de dados, os

---

<sup>52</sup> SOKOL, D. Daniel, COMERFORD, Roisin E. **Does Antitrust Have a Role to Play in Regulating Big Data?**. Cambridge Handbook of Antitrust, Intellectual Property and High Tech. Cambridge University Press, Forthcoming, 2016. Acesso em 17 mar. 2021. p.6.

<sup>53</sup> Big Data é definido não apenas pela quantidade de informação envolvida, mas também por sua variedade e complexidade, bem como pela velocidade com que deve ser analisada ou entregue. A quantidade de dados que está sendo produzida já é incrivelmente grande, e os desenvolvimentos atuais sugerem que essa taxa só aumentará no futuro próximo. O serviço aprimorado deve resultar na medida em que as empresas entendem melhor seus clientes, mas também é possível que esses dados criem problemas de privacidade..

<sup>54</sup> THE ECONOMIST. **The new titans. And How to tame them.** 2018. Disponível em: <<https://amp.economist.com/leaders/2018/01/18/how-to-tame-the-tech-titans>>. Acesso em 17 de março de 2021.

<sup>55</sup> KHAN, Lina. **Amazon's antitrust paradox.** Yale Law Journal. 2017. Disponível em: <[https://www.yalelawjournal.org/pdf/e.710.Khan.805\\_zuvfyeh.pdf](https://www.yalelawjournal.org/pdf/e.710.Khan.805_zuvfyeh.pdf)>. Acesso em 17 mar. 2021. p. 785.

*feedback loops*<sup>56</sup>. Uma plataforma que conte com um grande número de usuários conseguirá coletar mais dados, que são utilizados com o objetivo de aprimorar o encaminhamento de anúncios, assim como os produtos e serviços, trazendo novos usuários. Tais ciclos infinitos são um desafio para a competição de possíveis novos atores, face a empresas que contam com um maior número de utilizadores. Os efeitos de rede se comportam como um obstáculo à entrada, já que as expensas para que as novas plataformas consigam dados se apresentam impraticáveis.

Dessa forma, a possibilidade de alcançar dados se demonstra fundamental e, por várias vezes, imprescindível para o desenvolvimento dos negócios, sob a perspectiva da qual o ganhador leva tudo (*the winner takes it all*), ou seja, a disputa aconteceria “pelo mercado”, e não “no mercado”. Ou seja, assim que a preponderância é alcançada, os riscos surgem em grande parte de fora do mercado dominado<sup>57</sup>. Como exemplos podem ser apontadas as empresas *Google* e *Facebook*, que se destacam por serem grandes captadoras de informações no ramo da publicidade, muitas vezes com recurso a tecnologias mais avançadas do que outras empresas.

Frente a essas enormes plataformas digitais emerge embasado receio de que tais companhias utilizem de seu poder para privilegiar e crescer a sua supremacia, por meio de métodos anticompetitivos. Dessa forma, a forma complexa do *Big Data*, assim como as novas formas de mercado que surgiram a partir da economia movida a dados, demonstram quão questionável é a questão da ampla disponibilidade de dados.

## 1.5 Mercado e inovação

Um número crescente de economistas tem percebido que não é o acúmulo de capital, mas sim a inovação o que impulsiona o crescimento econômico em longo prazo dos países. A inovação - a implementação de novos, ou significativamente aprimorados, produtos, serviços, processos, modelos de negócios ou métodos organizacionais tornou-se o condutor central de bem-estar econômico e competitividade para a maioria dos países. Por exemplo, pelo menos metade do crescimento econômico dos Estados Unidos pode ser atribuído a fatores científicos

---

<sup>56</sup> EVANS; SCHMALENSEE, Op. Cit. p.8.

<sup>57</sup>KHAN, Lina. **Amazon's antitrust paradox**. Yale Law Journal. 2017. Disponível em: <[https://www.yalelawjournal.org/pdf/e.710.Khan.805\\_zuvfyeh.pdf](https://www.yalelawjournal.org/pdf/e.710.Khan.805_zuvfyeh.pdf)>. Acesso em 17 de mar. 2021. p. 785.



e tecnológicos inovação<sup>58</sup>.

Mas a inovação não simplesmente cai do céu. Em vez disso, a inovação é produto de sistemas de inovação nacionais complexos, apoiados por um conjunto cuidadoso e abrangente de políticas públicas facilitadoras, que impactam a capacidade e habilidade de atores públicos para inovar efetivamente. A inovação de sucesso requer que indústria e governo comprometam recursos e assumam riscos como parte de um ecossistema geral que apoia a capacidade de inovação das empresas<sup>59</sup>.

Ao instaurarem tais políticas, os países precisam se comprometer a - de fato expandir a adoção de - mercados competitivos, comércio aberto e liberalização econômica. Fortes políticas de aumento de produtividade e inovação são interessantes como estratégias, que devem incluir investimentos em educação, investigação, infraestruturas físicas e digitais, e a adoção e comercialização de tecnologia. Tal abordagem apresenta um caminho muito mais eficaz para um desenvolvimento amplo e sustentável da economia. Ao mesmo tempo, a comunidade de nações comprometidas com o comércio baseado em regras precisa fazer muito mais para efetivamente resistir às políticas mercantilistas de inovação.

O grande crescimento da internet findou por gerar algo que foi determinado como economia digital, com a migração de muitas lojas físicas para o meio virtual. O e-commerce, é responsável pelas negociações que são realizadas pela via eletrônica, ou seja, que são realizadas a partir da transmissão e processamento eletrônico de dados - incluindo imagem, som e texto - gerando novas formas de interação entre empresas, que agora passam a serem denominadas *cyber* empresas<sup>60</sup>. Levando-se em consideração que o comércio eletrônico<sup>61</sup> possibilitou

---

<sup>58</sup> UNITED STATES DEPARTMENT OF COMMERCE. **2016 factoring USA annual report**. Disponível em: <<https://www.manufacturingusa.com/sites/prod/files/Manufacturing%20USA-Annual%20Report-FY%202016-web.pdf>>. Acesso em 11 dez. 2020.

<sup>59</sup> ATKINSON, Robert. Designing a Global System to Maximize Innovation. **Information technology and innovation foundation**. March 2014. p. 6.

<sup>60</sup> PEREIRA, Alexandre. **Serviços da Sociedade da Informação: Alguns Problemas Jurídicos do Comércio Eletrônico na Internet**. Disponível em: <<https://www.fd.unl.pt/Anexos/Downloads/219.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

<sup>61</sup> De acordo com a legislação europeia, o comércio eletrônico tem por base os chamados serviços da sociedade da informação, que a lei define como qualquer prestação de atividade à distância, por via eletrônica e mediante pedido individual do seu destinatário, geralmente mediante remuneração (cfr. Decreto-Lei n.º 58/2000, de 18 de abril, que transpõe para o direito português a Directiva 98/34/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 22 de

desburocratizar processos do comércio, por estar sempre se atualizando com as últimas tecnologias e por ser mais rápido, o mesmo passou a abranger cada vez mais atividades econômicas.

Assim, para melhor entendermos o impacto do *e-commerce* como economia digital, se faz interessante apresentar a evolução do comércio. Seguindo um entendimento básico, o comércio é baseado na troca voluntária de produtos que ocorre entre duas ou mais pessoas. No passado, se realizavam trocas diretas de produtos entre comerciantes, que tratavam de valorizar suas mercadorias e realizavam uma permuta. Resumidamente, se tratava de um acordo comercial em que buscavam a equiparação de produtos que eram colocados à disposição da coletividade.

Depois, a partir do momento em que surgiu a moeda, sucedeu-se uma prática mais dinâmica, conseqüentemente elevando a organização da estrutura de comércio que existia na época. Assim sendo, de maneira prioritária, o comércio passa a ocorrer indiretamente, de forma que para comprar determinado artigo, deveria se dar em troca o montante adequado, em moeda, que justificasse a compra de tal produto. Deve-se ainda salientar que a troca direta ainda hoje não foi totalmente substituída, sendo entretanto, muito rara de se encontrar nos países industrializados<sup>62</sup>.

Ao se observar a situação com um olhar jurídico, o comércio é uma intermediação usual na permuta, visando obter lucro, havendo três elementos que separam o ato de comércio dos demais atos jurídicos: a mediação, o fim lucrativo e a habitualidade<sup>63</sup>. Conseqüentemente, com a globalização e a grande evolução digital que ocorreu no meio, houveram consideráveis conseqüências no mercado econômico, a partir de onde surgiu o comércio eletrônico, cuja definição já foi exposta no presente trabalho. Assim, as negociações deixam de acontecer no plano físico, o que passou a ser de interesse dos comerciantes, principalmente pela possibilidade de uma iminente diminuição de custos.

Após entendermos o cenário que possibilita o funcionamento do *e-commerce*, cabe

---

Junho de 1998, relativa a um procedimento de informação no domínio das normas e regulamentações técnicas, alterada pela Directiva 98/48/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de Julho de 1998).

<sup>62</sup> SALGUEIRO, Teresa. CACHINHO, Herculano. **As relações cidade-comércio. Dinâmicas de evolução e modelos interpretativos**. p. 12-16. Disponível em:

<[https://www.researchgate.net/profile/Herculano\\_Cachinho/publication/304751977\\_As\\_relacoes\\_cidade-comercio\\_Dinamicas\\_de\\_evolucao\\_e\\_modelos\\_interpretativos/links/578691bb08aef321de2c6dfb.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Herculano_Cachinho/publication/304751977_As_relacoes_cidade-comercio_Dinamicas_de_evolucao_e_modelos_interpretativos/links/578691bb08aef321de2c6dfb.pdf)>. Acesso em 15 maio 2020.

<sup>63</sup> *Ibidem*.

então destacar que o comércio internacional passou por diversas modificações ao longo dos anos. No que toca ao comércio eletrônico, se impõe a necessidade de regras e normas que ordenem os processos de geração, acesso, fluxo, disseminação e uso de informações e conhecimentos, bem como que sejam reguladas as novas práticas e relações que se estabelecem em torno dessas atividades. Isso porque, cada vez mais, o próprio mercado atua como um mecanismo institucional com forte influência sobre a produção e o consumo de informações, bem como das tecnologias associadas<sup>64</sup>.

Se exemplifica tal relação de dependência, entre evoluções tecnológicas relacionadas ao comércio, apontando que hoje nos aproximamos da realidade da internet das coisas, que muito se relaciona aos produtos de consumo. Esse é um conceito da computação que descreve a realidade em que os objetos físicos do cotidiano são conectados à internet e podem se identificar com outros dispositivos, buscando reunir e transmitir dados<sup>65</sup>.

Entretanto, o *e-commerce*, em comparação aos negócios tradicionais, possui algumas particularidades, de forma que se apresenta como meio para novas possibilidades, e ao mesmo tempo pode ser utilizado para a realização de ações de finalidades inidôneas com relação a empresas ou aos próprios consumidores<sup>66</sup>. Isto posto, existe a necessidade de se gerenciar adequadamente este canal, minimizando eventuais atitudes que sejam negativas, que se relacionam também de forma direta com a segurança daqueles que utilizam a internet, relativamente à proteção de dados, prestação eficiente do objeto contratado e informação adequada, tendo em vista que o direito geralmente se encontra um passo atrás em relação ao progresso da tecnologia<sup>67</sup>.

Assim sendo, da mesma forma que muitas vantagens surgem à medida que o *e-commerce* vai evoluindo, diversos malefícios também se instalam, ocasionando várias dificuldades, seja para os usuários ou para os comerciantes, assim como para o Estado, que

---

<sup>64</sup> ALBAGLI, Sarita. **Novos Espaços de Regulação na Era da Informação e do Conhecimento**. Informação e globalização na era do conhecimento. Campus: Rio de Janeiro. 1999. p. 291-293.

<sup>65</sup> A Internet das coisas é uma rede de dispositivos que se comunica entre si usando a conectividade IP (Internet Protocol) sem interferência humana. O ecossistema dessa realidade consiste em dispositivos inteligentes, tais como, smartphones, tablets, etc. As tecnologias usam por exemplo códigos de identificação por radiofrequência (RFID), resposta rápida (QR), sensores ou tecnologia sem fio para permitir a intercomunicação entre dispositivos. CIRANI, Simone; VELTRI, Luca. **Internet of things: architectures, protocols and standards**. Hoboken, NJ: Wiley, 2019. p. 1-6.

<sup>66</sup> ROSA, F. **Crimes de Informática**. Campinas: Bookseller, 2002. p.61-63.

<sup>67</sup> FINKELSTEIN, Maria. **Direito do comércio eletrônico**. Elsevier: Rio de Janeiro. 2ª edição. 2011. p. 37- 42.

tenta aproximar a norma à realidade que envolve tais atividades. Desse ponto, novamente se apresenta a necessidade de se observar como o *e-commerce* vem sendo afetado pela regulamentação do uso dos dados recolhidos no meio.

Deve-se ainda apontar que a economia política do comércio digital é impulsionada por um conjunto complexo de fatores que representam os diversos interesses das partes interessadas da indústria de tecnologia, governos e sociedade civil. Poderosos *lobbies* corporativos, governos com interesses significativos na indústria digital (como Estados Unidos, China e União Europeia), e países com uma enorme base populacional de consumidores da internet inexplorada (como Índia, China, Indonésia e Vietnã) estão emergindo como os *players* mais importantes na economia digital. O conflito político e ideológico entre diferentes grupos de países continua a travar o ritmo do comércio regional e internacional das negociações (bem como desenvolvimentos jurídicos em outras plataformas internacionais)<sup>68</sup>. Podemos aqui citar a China, que apesar de ser um país em desenvolvimento emergiu como uma potência global no setor digital<sup>69</sup>.

Consequentemente, muitos países em desenvolvimento enfrentam pressão de poderosos *lobbies* para adotarem regulamentações semelhantes às dos países desenvolvidos, mesmo quando possuem capacidade regulatória insuficiente. Além disso, apesar das vantagens econômicas do comércio eletrônico, muitos países em desenvolvimento enfrentam desafios para maximizar seus benefícios a partir da cadeia de suprimentos digitais por motivos como infraestrutura para internet insuficiente, falta de conhecimento técnico doméstico, baixa participação em inovação técnica, além de sofrerem pela dominância dos Estados Unidos sobre a indústria tecnológica<sup>70</sup>.

Entretanto, é importante destacar que países desenvolvidos também estão adotando políticas protecionistas no setor digital. Podemos exemplificar tal realidade pela movimentação por parte da França e Alemanha com a finalidade de criar um provedor de serviços na nuvem

---

<sup>68</sup> WUNSCH-VINCENT, Sacha; HOLD, Arno. **Towards Coherent Rules for Digital Trade: Building on Efforts in Multilateral Versus Preferential Trade Negotiations**, in TRADE GOVERNANCE IN THE DIGITAL AGE 179, 179 (Mira Burri & Thomas Cottier eds., 2012). p.181-183.

<sup>69</sup> BIRTWHISTLE, Tom. **The rise of China's silicon dragon**. Hong Kong: 2016. 19.p. Relatório PWC.

Disponível em: <<https://www.pwc.com/sg/en/publications/assets/rise-of-china-silicon-dragon.pdf>>. Acesso em 09 dez. 2020.

<sup>70</sup> WORLD BANK GROUP. **World Development Report 2016: Digital Dividends**. Disponível em: <<https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>>. Acesso em 09 dez. 2020.

100% europeu, buscando diminuir a dependência que os países europeus tem com o Google, Amazon e Microsoft<sup>71</sup>. Apesar das nuances na postura política de várias partes interessadas na economia digital, os países estão convergindo para certas abordagens amplas na regulamentação do comércio eletrônico, se baseando em ideologias políticas e interesses econômicos comuns. Podemos caracterizar essas abordagens em três: baseada no mercado, abordagem intervencionista ou abordagem protecionista.

Os proponentes da abordagem baseada no mercado fornecem escolha para a indústria de tecnologia implementar políticas de usuário que equilibrem os interesses do consumidor com os interesses comerciais em comércio eletrônico e alcançar mais inovação e crescimento. Exemplos proeminentes incluem os Estados Unidos e o Japão. Estes países normalmente também oferecem suporte a uma estrutura de governança multissetorial no ciberespaço. No entanto, os críticos argumentam que essa abordagem é desequilibrada, e favorece desproporcionalmente a indústria de tecnologia, especialmente em relação à aplicação dos direitos de propriedade intelectual online e a proteção da privacidade do usuário.

Os defensores da abordagem intervencionista, entretanto, favorecem um maior grau de intervenção regulatória no comércio eletrônico (por exemplo, estabelecendo requisitos legais mais fortes para proteger o direito dos consumidores à privacidade em setores sensíveis, como saúde e finanças), enquanto geralmente reconhecem os benefícios da liberalização do comércio digital. Exemplos de países ou espaços de integração econômica que favorecem uma abordagem intervencionista incluem a União Europeia, Austrália, Canadá, Coreia e Taiwan - em graus variados. Particularmente na União Europeia, organizações da sociedade civil (por exemplo, organizações em defesa da internet, grupos de direitos do consumidor e organizações de direitos humanos) desempenham um papel importante em influenciar a agenda política sobre comércio digital<sup>72</sup>.

Apesar da profunda divisão ideológica entre a União Europeia e os Estados Unidos sobre proteção de dados e privacidade, eles concordaram com um mecanismo de transferência

---

<sup>71</sup> LANE, Patrick. In the Global Computing "Cloud", Geography Will Matter More. **The Economist**. Nov. 18, 2013. Disponível em: <<https://www.economist.com/news/2013/11/18/data-protectionism>>. Acesso em 10 dez. 2020; veja também BILLINGS, John. European Protectionism in Cloud Computing: Addressing Concerns over the PATRIOT Act, 21. **Journal of communications law and technology policy**. v. 211, n.1, 2012.

<sup>72</sup> A União Europeia dispõe de mecanismos de diálogo permanente com a sociedade civil sobre várias questões, incluindo comércio e investimento. Veja, por exemplo, o Grupo de Especialistas em Acordos Comerciais, perante a Comissão Europeia em 22 de dezembro de 2017. Disponível em <<http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=1776>>. Acesso em 10 dez. 2020.

de dados conhecido como o *EU-US Safe Harbor* (que foi substituído pelo *Privacy Shield* em 2016)<sup>73</sup>. No entanto, o *Privacy Shield*, que era um mecanismo reconhecido para cumprir os requisitos de proteção de dados da UE sempre que dados pessoais eram transferidos do Espaço Econômico Europeu para os Estados Unidos, foi rescindido. Tal cenário causa grande questionamentos sobre o futuro do compartilhamento de dados entre os dois blocos<sup>74</sup>.

Finalmente, os proponentes de uma abordagem protecionista tendem a permanecerem cuidadosos em relação à regulamentação da internet, e aos serviços com base na internet. Visam exercer forte controle sobre as políticas relacionadas a proteção de dados, censura online e cibersegurança para proteção dos interesses domésticos<sup>75</sup>. Muitos países em desenvolvimento (por exemplo, Indonésia, China e Rússia) e, mais recentemente, alguns países desenvolvidos (por exemplo, o Reino Unido e França) tendem a seguir esta abordagem.

Enquanto permanecem muito cautelosos em relação ao desenvolvimento da internet, estes países também estão cientes do potencial oculto do comércio eletrônico. Por exemplo, os países em desenvolvimento têm colaborado com os Amigos do Comércio Eletrônico para o Desenvolvimento da OMC (que consiste em, *inter alia*, Argentina, Costa Rica, Quênia, Nigéria, Paquistão e Sri Lanka)<sup>76</sup>. Ainda, a China vem expressando forte apoio à facilitação do comércio eletrônico e ao financiamento para comércio eletrônico de pequenas e médias

---

<sup>73</sup> EUROPEAN COMMISSION. **EU-US data transfer**. Disponível em: <[https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/international-dimension-data-protection/eu-us-data-transfers\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/international-dimension-data-protection/eu-us-data-transfers_en)>. Acesso em 11 dez. 2020.

<sup>74</sup> A decisão do Tribunal de Justiça da União Europeia possui uma proporção puramente jurídica, uma política e outra econômica. No âmbito jurídico, nas deliberações *Schrems I* (2015) e *Schrems II* (2020), os juízes do tribunal avaliaram as circunstâncias em que ocorrem os fluxos de dados pessoais da UE para os Estados Unidos. Resumidamente, a União Europeia apenas autoriza a exportação de dados pessoais caso o país de destino em que o importador garanta nível de proteção aos dados de forma similar ao regime da UE. As normas europeias requerem uma averiguação apropriada que pode ser realizada por meio de uma decisão da Comissão Europeia. Foi exatamente o que aconteceu no ano de 2000 (*Safe Harbour*) e em 2016 (*Privacy Shield*), no momento em que a Comissão Europeia decidiu pela adequação dos EUA para fins de transferência de dados pessoais a partir da UE.

<sup>75</sup> CORY, Nigel. The worst innovation mercantilist policies of 2016. **Information technology and innovation foundation**. January 2017. 28 p.

<sup>76</sup> UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. **United Nations Conference on Trade and Development**. Maio 2017. Disponível em: <<https://unctad.org/news/friends-e-commerce-development-launch-roadmap-international-trade-and-development-policy>>. Acesso em 14 dez. 2020.

empresas<sup>77</sup>.

Por outro lado, alguns outros países, como por exemplo vários países africanos, se opuseram abertamente à inclusão de novas questões relacionadas ao comércio eletrônico nas negociações em curso na OMC. Uma proposta de certos países africanos perante o programa de trabalho declarou que uma "política industrial digital" (incluindo localização de dados e filtragem da internet) pode ser necessária para os países em desenvolvimento alcançarem os líderes globais em tecnologia<sup>78</sup>. Além disso, esta proposta sugere que a " agenda do comércio digital" proposta pela OMC "restringiria a capacidade dos governos de implementarem suas políticas industriais" e, assim, expressa cautela em relação ao papel da OMC em áreas como spam, autenticação eletrônica, assinaturas eletrônicas e proteção ao consumidor<sup>79</sup>.

Apesar de não ser definitiva, a extensa agenda de comércio eletrônico que fora sugerida por variados membros da OMC foi irremediavelmente complexa e trouxe adversidades de um entendimento comercial altamente técnico. A perspectiva comercialmente enviesada desconsiderou os desequilíbrios entre as ambições dos grandes grupos de tecnologia, cada vez mais monopolísticos, e os direitos dos usuários, sem o merecido apreço às particularidades da governança da internet e aflições com a privacidade e proteção de dados pessoais. Tal desequilíbrio é refletido também quando se trata de países mais e menos desenvolvidos quanto a compreensão técnica necessária para os acordos no âmbito do comércio eletrônico e no fluxo internacional de dados, assim como no que toca variados estágios de desenvolvimento econômico, que importam diretamente a capacidade de tais países utilizarem o comércio digital a seu favor<sup>80</sup>.

---

<sup>77</sup> ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **Comunicado da República Popular da China, visando a 11ª conferência ministerial.** Documentos. JOB/GC/110, JOB/CTG/2 JOB/SERV/243, JOB/DEV/39. 16 nov. 2016.

<sup>78</sup> ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **Report of panel discussion on "digital industrial policy and development" communication from the African group.** ¶¶ 1.7-1.8, WTO Doc. JOB/GC/133 (July 21, 2017) [doravante Report on "Digital Industrial Policy and Development"]; veja também Ministerial Conference, ACP Group Ministerial Declaration on the 11th WTO Ministerial Conference, ¶ 1.3, WTO Doc. WT/MIN(17)/3 (Oct. 26, 2017).

<sup>79</sup> Idem.

<sup>80</sup> TASQUETTO, Lucas; MONTEIRO, Renato. **A economia digital e as negociações sobre a regulação do comércio eletrônico frente à próxima Conferência Ministerial da OMC.** In A organização mundial do comércio e suas novas estratégias / Organizador Instituto Equit Gênero, Economia e Cidadania Global. – Rio de Janeiro: Instituto Equit, 2017. p. 41-42.

A divisão em ideologias e preferências políticas de diferentes países muitas vezes se reflete na redação das disposições relacionadas com comércio eletrônico em acordos comerciais preferenciais. Embora esteja fora do escopo deste trabalho comparar disposições sobre comércio eletrônico em vários acordos comerciais preferenciais<sup>81</sup>, diferentes estudos revelaram que os acordos comerciais preferenciais iniciados por países como os Estados Unidos e Japão tendem a ter mais liberalização em suas disposições sobre comércio digital e, portanto, tendem a abordagem baseada no mercado, enquanto os acordos comerciais preferenciais da União Europeia tendem a ter mais regras acerca do comércio eletrônico<sup>82</sup>.

Devido a essas abordagens divergentes, é mais difícil implementar regras comerciais uniformes a nível multilateral. Já que questões de comércio eletrônico são influenciadas por uma complexa política econômica, a coerência das políticas é necessária em diferentes aspectos, como acesso ao mercado e compromissos de liberalização, além de proteção de interesses do consumidor, promoção da inovação, salvaguarda do mercado interno, políticas públicas e regulamentação da internet<sup>83</sup>. Para isso, as plataformas de comércio internacional são essenciais, mas não suficientes para promoverem um quadro regulamentar coerente para a economia digital.

Apesar dessas limitações, muitos membros da OMC expressaram um forte desejo de

---

<sup>81</sup> O termo “acordo comercial preferencial” deve ser utilizado para todos os acordos preferenciais recíprocos, isto é, acordos em que a obrigação de liberalizar é imposta ao comércio dos produtos originários de todos os territórios constitutivos a que os mesmos são aplicáveis. Porém, no caso da OMC, os acordos comerciais preferenciais são conhecidos por acordos comerciais regionais. Acontece que os acordos em questão são concluídos cada vez mais entre países geograficamente não adjacentes, pelo que o termo “regional” tende a perder significado. Veja-se, nesse sentido, o chamado Trans-Pacific Partnership Agreement entre a Nova Zelândia, o Chile, Brunei e Singapura; os acordos comerciais concluídos pela Comunidade Europeia com a África do Sul (1999), o México (2000) e o Chile (2002); e os acordos comerciais concluídos pelos Estados Unidos com a Jordânia (2001), o Bahrein (2004) e Marrocos (2006). Seja como for, estes acordos não devem ser confundidos com as preferências comerciais concedidas pelos países ricos, de modo unilateral, aos países em desenvolvimento e que são conhecidas, no léxico da OMC, por arranjos comerciais preferenciais. MOTA, Pedro Infante. **Os acordos comerciais preferenciais e o sistema comercial multilateral**. In Boletim de Ciências Económicas da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra. Volume LVII. Tomo II. 2014. p.2420.

<sup>82</sup> ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **Provisions on Electronic Commerce in Regional Trade Agreements**. WTO Working Paper ERSD-2017-11. Disponível em: <<https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract-id=3005148>>. Acesso em 14 dez. 2020.

<sup>83</sup> ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **Possible way forward on electronic commerce**. JOB/GC/130. 11 jul. 2017.



alcançar um progresso significativo no comércio eletrônico para que os acordos da OMC permaneçam relevantes na era da economia digital. O antigo Diretor-Geral da OMC, Roberto Azevêdo, enfatizou repetidamente que o progresso na agenda do comércio eletrônico é vital para a legitimidade da OMC como uma instituição de comércio internacional<sup>84</sup>. Apesar dessas iniciativas, os acordos legais existentes no âmbito da OMC, como o GATS, não estariam se mostrado eficazes para enfrentar os desafios contemporâneos do comércio digital, assim como em facilitar a liberalização do setor digital.

## 2. MONOPÓLIOS DIGITAIS

### 2.1 Monopólio e o poder econômico das plataformas digitais

A utilização do *Big Data* nas plataformas digitais vem indicando grande benefício quando se trata de competitividade e, perante as especificidades da economia movida a dados, tal realidade proporciona a concentração de mercado. A doutrina resume dois motivos para a ocorrência de tal fenômeno: (i) efeitos de rede orientados por dados e (ii) economia de escala a partir da manipulação de dados.

O monopólio nas grandes plataformas digitais é tão grande, que encontramos na doutrina quem denomine tal ocorrência como data-opólios (*data-opolies*)<sup>85</sup>. Na trajetória para uma economia movida a dados, seria testemunhado o surgimento de tais data-opólios, ou seja, companhias em forma de grandes plataformas digitais que envolvem usuários, vendedores, anunciantes, desenvolvedores de software, para o seu âmbito. A rapidez na coleta de variados e grandes volumes de dados pessoais acabaria por favorecer a aquisição de um enorme poder econômico para tais intermediários<sup>86</sup>.

---

<sup>84</sup> ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **MIKTA Workshop on electronic commerce**. Speeches - DG Roberto Azevêdo. Disponível em: <[https://www.wto.org/english/news\\_e/spra\\_e/spra132\\_e.htm](https://www.wto.org/english/news_e/spra_e/spra132_e.htm)>. Acesso em 5 dez. 2020.

<sup>85</sup> EZRACHI, Ariel; STUCKE, Maurice E. **eDistorcions: how data-opolies are dissipating the internet's potential**. Digital Platforms and Concentration. Second Annual Antitrust and Competition Conference Stigler Center for the Study of the Economy and the State University of Chicago Booth School of Business. A Pro-Market Production. 2018. p. 4-5.

<sup>86</sup> STUCKE, Maurice E. **Should we be Concerned about Data-Opolies?** Disponível em: <<https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php>>. Acesso em 25 abr. 2021. p. 275.

De acordo com tal parte da doutrina, diversamente da concentração de poder que era conhecido até então, os data-opólios não desempenham a sua influência com a cobrança de preços mais altos dos consumidores, como se assevera na realidade “preço zero”, entretanto, com alterações superiores ao valor pecuniário, provocando consequências na privacidade, autonomia ou ainda na democracia<sup>87</sup>. Os usuários colaboram para a monetização dos produtos e serviços com o provimento de dados. O capital das plataformas *online* não seria impreterivelmente o dinheiro, mas as informações pessoais, conforme já abordado no presente trabalho.

No meio dos prejuízos advindos de tais alterações, pode-se destacar o desgaste da qualidade sob o ponto de vista da privacidade. Conforme os modelos de negócio se vão baseando no aproveitamento de dados pessoais, os data-opólios possuem o estímulo de diminuir a proteção da privacidade em um nível menor do que os níveis competitivos e de colher dados em um nível maior do que dos níveis competitivos. De tal forma, a colheita dos dados pode ser considerada da mesma forma como a estipulação de um preço excessivo<sup>88</sup>. Assim sendo, não necessariamente ao ser apresentado um serviço ou produto de forma “gratuita” quer dizer que os utilizadores receberão a compensação adequada em troca de seus dados.

O assunto da transparência e informação frente ao uso de dados é especialmente levantado em regulações de proteção de dados. Entretanto, mesmo que os utilizadores possuam entendimento quanto às finalidades do tratamento de seus dados, dispõem de insuficiente comando quanto ao controle. Isso ocorre devido à falta de competitividade que existe entre as super plataformas digitais, o que demarca a seguinte escolha: os usuários aceitam os termos dos data-opólios, ou não utilizam de seus serviços de nenhuma outra forma<sup>89</sup>.

Outro prejuízo que pode decorrer é a falta de inovação frente à manutenção de vantagens competitivas. Deve ser considerado que os data-opólios são capazes de utilizar inovações que prejudiquem os usuários, de forma a ampliar a capacidade de rastreamento e coleta de dados, diminuindo a privacidade. Ainda, são capazes de impossibilitar inovações que intimidem a sua autoridade ou sua possibilidade de lucro. Ao diminuírem ou impossibilitarem

---

<sup>87</sup> EZRACHI; STUCKE. Op Cit. p. 7.

<sup>88</sup> EZRACHI; STUCKE. Op Cit. 6.

<sup>89</sup> MARTZ, Sandra; GUY, Rolnik; CERF, Moran. **Solutions to the threats of monopolies**. Digital Platforms and Concentration. Second Annual Antitrust and Competition Conference Stigler Center for the Study of the Economy and the State University of Chicago Booth School of Business. A ProMarket Production. 2018. p. 22.

o alcance aos dados, os data-opólios são capazes de afastarem atividades que possam apresentar ameaças competitivas<sup>90</sup>.

Esse fenômeno é fortalecido com o *nowcasting*<sup>91</sup>, que representa um radar de prognóstico imediato, permitindo o acompanhamento de modelos de negócios simultaneamente. Dessa forma, se torna viável adquirir possíveis adversários previamente ao momento em que eles se apresentem como uma ameaça competitiva, tornando ainda possível a neutralização do desenvolvimento de outros *players*<sup>92</sup>. As táticas são baseadas em um enorme desequilíbrio de informações, em que a possibilidade de intervenção nas fases iniciais de desenvolvimento de uma empresa implica no fato de que as super plataformas conseguem impossibilitar de maneira efetiva o surgimento de competidores a partir de suas fases embrionárias<sup>93</sup>.

A limitação da independência, igualmente, é caracterizada como uma lesão em potencial. O acúmulo de poder econômico motiva a submissão de operadores retidos nas maiores plataformas digitais, de forma que os data-opólios são capazes de estabelecer limites ou orientar as suas possibilidades. Isso significa que os programas são capazes de utilizar da sua capacidade de *gatekeepers* para usurpar e arrebatar as condições mais favoráveis dos utilizadores que são dependentes de sua infraestrutura<sup>94</sup>.

“Os criadores de aplicativos são dependentes da plataforma de sistemas operacionais para celulares da *Apple* e do *Google*; vendedores e autores dependem da plataforma de comércio e publicação da *Amazon*; jornais dependem da rede social do *Facebook* para alcançar os leitores mais jovens”<sup>95</sup>. Em tais plataformas, vários utilizadores que são dependentes dos sistemas fogem de confrontos, uma vez que receiam uma repercussão negativa em suas atividades frente a carência de opção diversa que disponha de tal alcance geográfico, escala e quantidade de clientes ativos<sup>96</sup>.

As perturbações com a questão da independência ultrapassam o que diz respeito aos agentes dependentes das mega plataformas digitais, afetando também a possibilidade do

---

<sup>90</sup>STUCKE. Op. Cit. p. 304.

<sup>91</sup> *Nowcasting* para a economia é a previsão do presente, do futuro muito próximo e do estado passado muito recente de um indicador econômico. HUENG, C. James. **Alternative Economic Indicators**, W.E. Upjohn Institute, 2020. p. 1–4.

<sup>92</sup> STUCKE. Op. Cit. p. 305-306.

<sup>93</sup> KHAN, Lina. **What make tech platforms so powerful**. Digital Plataforms and Concentration. Second Annual Antitrust and Competition Conference Stigler Center for the Study of the Economy and the State University of Chicago Booth School of Business. A Pro-Market Production. 2018. p. 16.

<sup>94</sup> KHAN, Op. Cit. p. 15.

<sup>95</sup> STUCKE. Op. Cit. p. 30

<sup>96</sup> KHAN, Op. Cit. p. 15

indivíduo de realizar escolhas livres. É denunciada a utilização pelas companhias de métodos comuns aos jogos de casino, como notificações excessivas e gratificações variadas, com o objetivo de estimular o vício psicológico<sup>97</sup>. Cabe assinalar que pesquisas da área de psicologia validam que as consequências adversas do tempo utilizado em plataformas digitais levam a um aumento nos níveis de depressão e apresentam diversos resultados psicológicos maléficos.

Em um primeiro momento, comércios que se encontram em situação de monopólio, possuem um número menor de competidores, o que descartaria inicialmente a necessidade da preocupação do tempo de utilização de seus usuários, entretanto, as maiores plataformas do meio digital são capazes de ampliar a arrecadação de dados baseando-se na atenção despendida em seus espaços, o que torna tal fator relevante. Ainda que não possuam adversários relevantes, os utilizadores envolvidos na plataforma geram e partilham mais conteúdo e, assim, findam por fornecer mais dados. Tal especificidade do mercado por atenção digital (*attention merchants*), logo, diferencia os modelos de monopólios recentes dos modelos de monopólios que conhecíamos no passado<sup>98</sup>.

De acordo com Stucke, a diminuição nos níveis de privacidade, em consequência da convergência da grande quantidade de dados perante a autoridade de um pequeno número de agentes, move igualmente a independência do indivíduo nos quesitos a seguir apresentados<sup>99</sup>:

- (i) privacidade associativa (nossas escolhas de pessoas, grupos ou causas com as quais desejamos nos associar);
- (ii) privacidade física (não ter nossos movimentos rastreados);
- (iii) privacidade informacional (escolher com quem desejamos divulgar nossas informações pessoais);
- (iv) privacidade sobre decisões (não ter uma empresa interferindo em decisões pessoais);
- (v) privacidade intelectual (a liberdade de explorar tópicos e questões sem uma empresa nos monitorando).

---

<sup>97</sup> MACNAMEE, Roger. **Viciados e traficantes nas mídias sociais**. 2018. Disponível em: <<https://www.google.com.br/amp/s/amp.valor.com.br/opiniaio/5287173/viciados-e-trafficantes-nasmidias-sociai>>. Acesso em 04 abr. 2021.

<sup>98</sup> STUCKE. Op. Cit. p. 310.

<sup>99</sup> STUCKE. Op. Cit. p. 311-312

Fica ainda destacada a influência política como dano potencial. O poderio na economia consegue ser configurado como poder político. Assim surge a apreensão velada ao antitruste de que a autoridade econômica privada pode estar sujeita a abusos e, assim, lesar o bem-estar da comunidade. Os mercados que se encontram de forma pulverizada, ao se falar em competitividade, possuem a tendência de transmitir o poder privado, ao passo que, os data-opólios dispõem de substanciais meios para manipular o processo democrático e a restrição de pluralidade de ideias<sup>100</sup>.

Tal interferência pode ocorrer, tendo como exemplo, a exibição de utilizadores a determinadas notícias graças à constituição de perfis em “câmaras de ecos” ou “bolhas ideológicas”, com a operação por outros países utilizando-se de campanhas de marketing grandiosas a ponto de induzir a posição do público em geral, e com a aplicação de métodos que demarquem perfis psicográficos com o objetivo de influenciar eleitores por meio de *fake news*<sup>101</sup>.

Cabe apontar pesquisa em que foram claramente relatados os “efeitos de manipulação dos mecanismos de busca” (*search engine manipulation effect - SEME*, em inglês), de autoria de Robert Epstein e Ronald E. Robertson. Ficou estabelecido que na conjuntura eleitoral, quando eleitores que ainda não se decidiram sobre seu voto efetuam pesquisas *online* em que um dos concorrentes é beneficiado pelos *rankings* de buscas, as inclinações de tais eleitores se alteram de forma drástica em direção a tal suposto candidato predileto seguidamente a uma única consulta. Isso ocorre, principalmente, devido aos impactos do manuseio dos mecanismos de busca, que funcionam de maneira invisível. Dessa forma os indivíduos não percebem que estão sendo manipulados, tendendo a crer que são responsáveis por suas próprias escolhas<sup>102</sup>.

Perante tal cenário, a concentração de grandes quantidades de dados, a capacidade de aproveitamento de informação e a posição que se encontram na economia movida a dados outorga às plataformas digitais relevante controle econômico. Conforme certos fatores, os data-opólios possuem a tendência de serem mais duráveis, se compararmos com os modelos que ocorriam anteriormente.

---

<sup>100</sup> STUCKE. Op. Cit. p. 313-320.

<sup>101</sup> MARTZ; GUY; CERF. Op. Cit. p. 23

<sup>102</sup> EPSTEIN, Robert. **The unprecedented power of digital platforms to control opinions and votes.: Digital Platforms and Concentration.** Second Annual Antitrust and Competition Conference Stigler Center for the Study of the Economy and the State University of Chicago Booth School of Business. A Pro-Market Production. 2018. p. 31-32.

Especialmente, a série de *feedbacks* relacionados aos efeitos de rede que ocorrem de forma indireta, orientados por dados, fortalece o domínio conforme o fundamento do ganhador leva tudo (*the winner takes it all*) e gera obstruções à chance de possíveis competidores. A supremacia é perseverante, visto que a partir do momento em que um agente econômico torna-se dominante, levando em consideração a arrecadação de dados em grande quantidade e a decorrente melhora de seus produtos e serviços com base nas predileções de seus compradores, além do alinhamento de publicidade, os estabelecimento mais fracos ou novos no mercado irão encontrar significativos obstáculos para ampliar ou consolidar a sua posição no mercado (*market share*)<sup>103</sup>.

Ademais, as ações anticompetitivas anteriormente ilustradas não necessariamente serão fáceis de serem detectadas, visto que os dados são coisas não materiais. Pode-se exemplificar a utilização de tecnologias como radares de transmissão de dados para omitir possíveis riscos. Ainda, vale apontar as fusões apoiadas em dados que colocam à prova os critérios e as metodologias usuais da análise antitruste<sup>104</sup>.

Isto posto, desde o reconhecimento do controle econômico das plataformas digitais, que se expande além da definição clássica, assim como algumas das distorções apresentadas, manifestam-se várias inferências sobre a esfera concorrencial. O questionamento acerca da probabilidade ou não de o antitruste debruçar-se sobre a problemática de dados, levando em consideração questões de âmbito social, político e econômico, vêm se ampliando de forma a demandarem um diagnóstico sobre os propósitos do Direito da Concorrência e sua função na sociedade que cada vez mais migra para o âmbito virtual.

## **2.2 Impactos da economia movida a dados**

A era digital está aqui e seus benefícios oferecem um vislumbre tentador de democratizar as instituições e fornecerem maior acesso a informações, ferramentas e poder para todos. Em seu aspecto mais elevado, a era digital pode até capacitar os mais desfavorecidos. Mas vamos testemunhar uma revolução que destrói as instituições estabelecidas, ou vamos testemunhar a introdução de novas tecnologias que, como outras antes,

---

<sup>103</sup> PRUFER, Jean; SCHOTTMULLER, Christoph. **Competing with Big Data**. TILEC Discussion Paper n. 2017-006. 2017. Disponível em: <[www.poseidon01.ssrn.com/delivery.php?](http://www.poseidon01.ssrn.com/delivery.php?)> . Acesso em 25 abr. 2021. p. 2.

<sup>104</sup> STUCKE. Op. Cit. p. 320-323.

foram em última análise, controladas por uma pequena elite?<sup>105</sup>.

A tecnologia digital tem proporcionado empoderamento generalizado em um período de tempo extremamente curto, um fenômeno que não ocorria, sem dúvida, desde a invenção da imprensa<sup>106</sup>. A Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), já descreveu a tecnologia digital como tendo “tanta importância quanto eletricidade, água e rodovias”<sup>107</sup>. Um relatório do Banco Mundial de 2012 sobre desenvolvimento internacional apontou que “a comunicação móvel indiscutivelmente teve um impacto maior na humanidade em um período de tempo mais curto do que qualquer outra invenção na história humana”<sup>108</sup>.

Por exemplo, é realidade que um cidadão de classe média no Quênia tenha acesso ao mesmo *Iphone* usado pelo bilionário Elon Musk. Não seria exagero dizer que a tecnologia digital tem o poder para resolver, ou pelo menos melhorar substancialmente, os desafios atuais que nós enfrentamos. Entretanto, para usarmos tal potencial, devemos empurrar e puxar as alavancas apropriadas. As cinco empresas mais valiosas do mundo não são mais proprietárias de imóveis ou empresas de petróleo, mas as empresas Big Tech: *Apple, Microsoft, Amazon e Facebook*<sup>109</sup>.

Há agora um sentimento generalizado, tanto no público quanto na imprensa convencional, de que tais empresas *Big Tech* possuem muito poder sobre muitos aspectos de nossas vidas. Ao menos nos últimos 10 anos, embora tenhamos observado o crescimento das

---

<sup>105</sup> HELBING, Dirk; POURNARAS, Evangelos. Build Digital Democracy. **Nature**. v.527, p. 33-34, 2015.

<sup>106</sup> Na África, o uso de telefones celulares passou de 2% em 2000 para cerca de 90 por cento em 2014. MUTIGA, Murithi; FLOOD. Africa Calling: Mobile Phone Revolution to Transform Democracies. **The Guardian**. 08 ago. 2016. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2016/aug/08/africa-calling-mobile-phone-broadband-revolution-transform-democracies>. Acesso em 18 dez. 2020.

<sup>107</sup> ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. **Big Data: Bringing Competition Policy to the Digital Era: Note by Annabelle Gawer**. Documento DAF/COMP/WD(2016)74. 16 dez. 2016. Disponível em: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2016\)74/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2016)74/en/pdf). Acesso em 18 dez. 2020.

<sup>108</sup> BANCO MUNDIAL. **Information and Communications for Development 2012: Maximizing Mobile**. Washington, DC: World Bank. DOI: 10.1596/978-0-8213-8991-. 2012. p.11.

<sup>109</sup> Em dezembro de 2019, a capitalização de mercado em dólares americanos era: Apple: \$1305 bilhões, Google: \$923 bilhões, Microsoft \$1203 bilhões, Amazon: \$916 bilhões e facebook: \$585 bilhões. PWC. Top 100 globais empresas por capitalização de mercado. Disponível em: <https://www.pwc.com/gx/en/audit-services/publications/assets/global-top-100-companies-2020.pdf>. Acesso em 18 dez. 2020.

tecnologias digitais capazes de melhorar o bem estar do homem, também pudemos perceber a concentração incomparável dessa tecnologia nas mãos de determinados gigantes globais, tais como *Microsoft, Google, Amazon, Facebook ou Apple*. Entretanto, talvez seja sensato, tentar de certa forma, domar tais concentrações de poder em *Big Tech*. As revelações sobre o papel que a manipulação de dados teve na eleição presidencial dos Estados Unidos de 2016, que foram fator importante para a eleição do ex-presidente Donald Trump, fornecem uma clara ilustração do porquê.

Deve ser observado o papel da propriedade intangível, como dados e propriedade intelectual, assim como o fenômeno conhecido como “efeito de rede”. Entretanto, a propriedade intelectual é normalmente um reflexo tardio, e pouco faz para prevenir a concorrência com o negócio principal das grandes empresas de tecnologia. Em vez disso, o que permite que essas empresas monopolizem seus negócios é o efeito de rede agindo sobre os dados em um loop de feedback positivo.

Lidar com os problemas de um mercado afetado pela rede sempre foi difícil. Anteriormente, os regulamentos de competição eram as ferramentas essenciais. No entanto, tais regulamentos têm se mostrado amplamente ineficazes, visto que os dados não se encaixam perfeitamente nos modelos econômicos tradicionais. Outra alternativa tradicional era dada pelo direito do consumidor. Mesmo com o surgimento da *General Data Protection Regulation* (GDPR) na Europa, que implementou leis mais rígidas para a manipulação de dados, é claro que o seu foco não é o poder monopolizado.

A ineficácia das leis para lidar com alguns dos efeitos nocivos dos monopólios da Big Tech é que há algo sobre os monopólios de dados que é inerentemente diferente de outros bens ou serviços mais benignos. Dados são informações. É essa característica distintiva dos dados que levou a monopolização das *Big Techs* em uma ampla gama de campos, seja na área de privacidade pessoal, democracia, segurança, influência na política e mídia. Então, embora regulamentações re-imaginadas possam funcionar para prevenir preços inflacionados ou políticas de privacidade draconianas, elas não abordarão os problemas de monopólios de dados.

Se as empresas de tecnologia que geram bilhões de dólares - de quem funcionalidades podem ser facilmente copiadas - não são protegidas em seu núcleo por propriedade intelectual, o que está impedindo os concorrentes? A resposta mais aceita pelos economistas é chamada de “*network effect*”<sup>110</sup>. A *network effect* ocorre quando o benefício para um usuário de um produto

---

<sup>110</sup> Um ótimo exemplo pode ser visto nos teclados de computadores. Enquanto o teclado Dvorak permite uma velocidade mais rápida de digitação, o teclado QWERTY é mais difundido, o que torna o teclado Dvorak menos



ou serviço aumenta à medida que o número de usuários sobe, gerando uma espécie de cenário pelo usuário<sup>111</sup>. Um exemplo prático é o das redes sociais, como o Facebook, uma rede que se torna cada vez mais relevante ao passo que sua quantidade de usuários aumenta. Com mais usuários, mais conteúdos são compartilhados, mais pessoas querem se juntar à rede para se conectar aos usuários existentes, maior relevância ganham os anúncios na plataforma e assim o valor que o produto oferece vai se tornando cada vez maior.

As plataformas digitais possuem alta propensão a sofrerem os efeitos de rede porque funcionam em interoperabilidade e comunicação com outros produtos e usuários semelhantes. No início, uma nova plataforma, um site, serviço ou aplicativo precisa atender adequadamente a alguma necessidade. Então, o uso da plataforma, que é o resultado de seu sucesso, também serve como motivador para sua posterior aceitação<sup>112</sup>. No caso do *Microsoft Office*, uma vez que se tornou o processador de texto dominante, com maior quantidade de usuários familiarizados e compatibilidade de *software*, significava que mais e mais usuários seriam encorajados a adotar o produto.

Embora o efeito de rede não resulte inevitavelmente em um efeito em que o vencedor leve todos os resultados, o consenso na literatura parece ser esse no caso das plataformas como softwares e sites, assim o efeito de rede se demonstra como o principal determinante do domínio do mercado<sup>113</sup>. De acordo com Peter Thiel, bilionário e primeiro investidor externo do Facebook, “a competição é para perdedores”, sendo a sua recomendação a de que “se você

---

interessante para o digitador. LEMLEY, Mark; MCGOWAN, David. Legal Implications of Network Economic Effects. **California Law Review**. V. 86 p. 479-481.

<sup>111</sup> Um mercado afetado por rede nem sempre é indesejável. Pode haver benefícios da habilitação de interações entre um consumidor e outros proprietários do produto. Os benefícios de um comprador, em outras palavras, seria o acesso a outros compradores. Por exemplo, o ecossistema de aplicativos da Apple é um mercado fortemente afetado pela rede, mas ainda assim existem incontáveis aplicativos novos e úteis criados por todos os níveis de empreendedores e recém-chegados. GARCIA-SWARTZ, Daniel D; FLORENCIA, Garcia-Vicente. Efeitos de rede na plataforma iPhone: Um exame empírico. **Política de Telecomunicações**, Elsevier, vol. 39 (10), 2015. p. 877-895.

<sup>112</sup> A modelagem econômica mostrou que, desta forma, uma participação de mercado de 40% pode conduzir a um aumento quase automático para 80% da quota de mercado. *Timing* é importante, como o produto pioneiro ou mais oportuno, ao invés do produto superior, é frequentemente triunfante. SOMA, John; DAVIS, Kevin. Network Effects in Technology Markets: Applying the Lessons of Intel and Microsoft to Future Clashes Between Antitrust and Intellectual Property. **Journal of intellectual property law**, v. 8, issue 1, 2000.

<sup>113</sup> GRUNES, Allen; STUCKE, Maurice. Data opolies. **University of Tennessee Legal Studies Research Paper**. No. 316, Mar. 2017. p. 11.

deseja criar e capturar um valor duradouro, procure construir um monopólio”<sup>114</sup>.

O efeito de rede precisa por definição de uma rede. Os efeitos de rede observados anteriormente eram devido a manifestações físicas, como linhas telefônicas ou medidores ferroviários. Mais recentemente, uma nova forma de efeito de rede surgiu à vista no mundo digital. A opção de dados. Mercados com alta dependência de dados estão apresentando resultados positivos: quantos mais dados uma empresa tiver, melhor poderá ser o produto. Isso leva à formação de efeitos de rede orientados por dados. Uma ferramenta de busca como o *Google* é capaz de melhorar seus resultados de pesquisa usando os imensos dados de seu banco de dados de pesquisa, que continuam a coleta por meio de seus bilhões de usuários<sup>115</sup>.

É por isso que plataformas como o *Facebook*, *Google* e *Amazon* oferecem seus serviços de forma gratuita. Em vez de cobrarem um valor específico, eles recebem dados do usuário como remuneração. Portanto, embora a *Microsoft*, *Google*<sup>116</sup> e *Facebook* muitas vezes afirmem que os competidores podem facilmente reunir seus próprios dados e de que a competição estaria a um clique de distância já que os dados não são valiosos “*per se*”, a evidência sugere cada vez mais o contrário<sup>117</sup>. Se os dados não são valiosos, há pouco para explicar acerca do motivo do *Facebook* ter pagado 16 bilhões de dólares pelo *Whatsapp*, uma empresa de apenas 60 funcionários que não possuía outros ativos tangíveis<sup>118</sup>.

---

<sup>114</sup> THEIL, Peter Thiel. Competition Is for Losers. **Wall Street Journal**. Set. 2014. Disponível em: <[www.wsj.com/articles/peter-thiel-competition-is-for-losers-1410535536](http://www.wsj.com/articles/peter-thiel-competition-is-for-losers-1410535536)>. Acesso em 21 dez. 2020.

<sup>115</sup> STUCKE, MAURICE; GRUNES, ALLEN. **Big data and competition policy**. Oxford University Press; Illustrated edition. 2016. p.6.

<sup>116</sup> “Data não necessariamente funciona como uma barreira à entrada, uma vez que, independentemente do seu tamanho, os dados são hoje muito baratos para se coletar, podendo ser facilmente gerados (...)” (declaração de Hal Varian, Chefe Economista do Google e professor da Berkeley School of Information). ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. Summary of Discussion of Hearing on Big Data: Annex to the Summary Record of the 126th Meeting Competition Committee, at 2, 5, DAF/COMP/M(2016)2/ANN2/FINAL.

<sup>117</sup> SCHMIDT, Eric. **Why Google works**. **Huffington post**. Jan. 2020. Disponível em: <[https://www.huffpost.com/entry/why-google-works\\_b\\_6502132?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xiLmNvbS8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAALsrQUfbE6keRrewWxIcNgZ8x9o62Wkk\\_HKsx10kzto7fpGr4MMT7NWQ3XnyPQxurIBDO1TP1RSpaUj750cuFOBqgQBAo9tVIC5tZzOPNgRNxBOxbVmEIOd2Niw1vC4evas-rYRP8r0AVtgfAQYTskKIQs-dMgKM4Xoe\\_sLMhNA5](https://www.huffpost.com/entry/why-google-works_b_6502132?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xiLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAALsrQUfbE6keRrewWxIcNgZ8x9o62Wkk_HKsx10kzto7fpGr4MMT7NWQ3XnyPQxurIBDO1TP1RSpaUj750cuFOBqgQBAo9tVIC5tZzOPNgRNxBOxbVmEIOd2Niw1vC4evas-rYRP8r0AVtgfAQYTskKIQs-dMgKM4Xoe_sLMhNA5)> . Acesso em 23 dez. 2020.

<sup>118</sup> FACEBOOK. **Facebook to Acquire WhatsApp**. Disponível em: <<https://about.fb.com/news/2014/02/facebook-to-acquire-whatsapp/>>. Acesso em 23 dez. 2020.

Na realidade, os dados estão atuando como uma barreira de entrada para muitos concorrentes. Em 2016, a OCDE, a autoridade francesa de concorrência e o *Bundeskartellamt* alemão reconheceram que a existência de redes baseadas em dados favorece as companhias contra os rivais. O valor da tecnologia digital, e o *Big Data* em particular, estão entre as maiores ferramentas do mundo em vários aspectos, que só recentemente vêm sendo discutidos. Há quem diga que "se o universo de dados fosse disponibilizado repentinamente, desencadearia a criatividade de solucionadores de problemas para combinar diferentes conjuntos de dados - públicos e privados - para desenvolver soluções inovadoras para inúmeros desafios<sup>119</sup>."

Talvez não seja surpreendente, então, que uma razão provável de não estarmos retificando o controle de quase monopólios de dados seja porque ainda temos que reconhecer seu valor intrínseco. Em vez disso, nos concentramos nas suas falhas até agora. Existe uma abordagem regulatória de duas frentes, usando as leis antitruste e leis do consumidor. Tal abordagem mostra-se promissora na redução do estado de monopólio das plataformas digitais, especialmente na Europa, onde os reguladores estão começando a ser mais estritos quanto ao assunto.

Na prática, no entanto, ambas as leis estão mal equipadas para resolver totalmente as questões de monopolização de Big Data, porque elas apenas abordam as manifestações downstream de Big Data, mas não a origem do problema: o próprio monopólio. As leis do consumidor podem garantir que os usuários tenham melhores políticas de privacidade e as leis de concorrência podem impedir grandes fusões anticompetitivas, embora isso ainda esteja para ser visto. Talvez até mesmo uma versão das leis de pluralismo da mídia pudesse garantir que as grandes plataformas não tivessem tanta influência na mídia. No entanto, mesmo que tal abordagem fosse bem-sucedida, as outras consequências do downstream da monopolização da *Big Data* permanecerão.

Mais notavelmente, o *Big Data* está definido para se tornar a chave para a inovação e crescimento futuros<sup>120</sup>. Especialmente no campo da inteligência artificial, empresas como o

---

<sup>119</sup> AUTORIDADE DE CONCORRÊNCIA & Bundeskartellamt. **Competition law and data**. mar. 2016. p.15-16. Disponível em: <[https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Berichte/Big%20Data%20Papier.pdf?\\_blob=publicationFile&v=2](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Berichte/Big%20Data%20Papier.pdf?_blob=publicationFile&v=2)>. Acesso em 23 dez. 2020.

<sup>120</sup> "Our research suggests that we are on the cusp of a tremendous wave of innovation, productivity, and growth. The use of big data is becoming a key way for leading companies to outperform their peers. For example, we estimate that a retailer embracing big data has the potential to increase its operating margin by more than 60

*Google* já possuem uma enorme vantagem, já que *Big Data* é o combustível a partir do qual a inteligência artificial funciona. Por exemplo, a Tesla coleta dados de seus carros, os quais eles usam para otimizar seus algoritmos de direção automática e, assim, operar em um mercado baseado em dados e afetado pela rede. Tal realidade torna difícil para os concorrentes inovarem à frente da Tesla<sup>121</sup>.

É por isso que é questionado se a lei da concorrência é a ferramenta apropriada para lidar com problemas decorrentes do uso de *Big Data*<sup>122</sup>. Parte do fracasso da lei da concorrência provavelmente se deve ao fato do conceito de *Big Data* ser relativamente novo - sua utilidade e implicações são recentes. Foi apenas nos últimos anos que juristas e governos começaram a discutir a questão da propriedade do monopólio de *Big Data* como um problema em si. Assim, enquanto a OCDE realiza uma investigação sobre como garantir que mesmo com os monopólios as empresas continuem melhorando seus produtos e preservando os preços baixos, não foi feita nenhuma menção à distinção de poder e influência que existe entre as plataformas Facebook e Uber<sup>123</sup>.

A criação de potências digitais como *Google, Amazon, Apple, Microsoft e Facebook* foram em grande parte devido ao efeito de uma rede baseada em dados. Tradicionalmente, mitigar os mercados afetados pela rede tem sido problemático. A mitigação tem-se mostrado ainda mais difícil no caso de monopólios de dados porque os dados em si não são negociados abertamente. Mais importante, no entanto, é que os dados são diferentes de outros bens ou serviços que foram monopolizados anteriormente. Os dados têm valor intrínseco.

À medida que mais atividades estão sendo digitalizadas, os dados gerados estão se apresentando como uma ferramenta poderosa em campos tão variados quanto a cura de doenças, redução da desigualdade de gênero, fortalecimento da segurança nacional e melhoria das respostas ambientais e de desastres.

Assim, quando grandes volumes de dados são organizados e monopolizados, há mais

---

percent.". MANYIKA, James et al McKinsey Global Institute. **Big data: the next frontier for innovation, competition, and productivity**. Mar. 2011. p.2-6.

<sup>121</sup> MARR, Bernard. **The amazing ways Tesla is using artificial intelligence**. Medium magazine. 24 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/01/08/the-amazing-ways-tesla-is-using-artificial-intelligence-and-big-data/>>. Acesso em 24 dez. 2020.

<sup>122</sup> ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. **Big Data: Bringing Competition Policy to the Digital**. 17, DAF/COMP(2016)14. 27 out. 2016. p. 5.

<sup>123</sup> Idem. p. 17.

em jogo do que simplesmente preços mais altos e políticas de privacidade ruins. O advento da internet e da tecnologia digital provavelmente será a característica definidora da história da humanidade neste século. Assim se dá a necessidade de políticas específicas para controle de tal situação.

### **2.3 A necessidade da lei de proteção de dados perante um suposto monopólio**

Embora concorram em diferentes mercados, a maioria dos gigantes da tecnologia compartilha pelo menos um modelo de negócios: vigilância. Os conglomerados de tecnologia coletam informações sobre os usuários de cada uma de suas dezenas de serviços menores, sintetizam esses dados em perfis e usam esses perfis para direcionar anúncios. Eles também reúnem informações sobre seus concorrentes por meio de lojas de aplicativos e beacons<sup>124</sup> de rastreamento de terceiros e, em seguida, os direcionam para aquisição ou destruição.

O poder excessivo dos gigantes da tecnologia distorceu até mesmo sistemas operacionais e navegadores, de modo que “agentes de usuário” - o termo técnico para navegadores da web - funcionam mais como agentes para rastreadores do que para seus usuários. Tal poder distorceu as prioridades de órgãos de padrões supostamente centrados no usuário, onde os assentos custam dinheiro, a participação leva tempo, o tempo custa mais dinheiro e os maiores participantes controlam a conversa. O poder para conseguir tudo isso vem das armas táticas que normalmente se correlacionam com o poder do monopólio: primeiro, eles têm os lucros excessivos (“rendas de monopólio”) que vêm da ausência de competição de preços; e, segundo, eles estão em um setor tão concentrado que todos os principais participantes podem concordar sobre como mobilizar esse dinheiro para garantir políticas que protejam seus negócios.

Essa prática passou a dominar o panorama da tecnologia de forma tão completa que outras indústrias dependentes se encontram alinhadas à força com o modelo de vigilância. As empresas de mídia redigirão artigos condenando a vigilância tecnológica e depois os publicarão em seus sites carregados com dezenas de rastreadores. Os políticos realizam audiências sobre como essas ferramentas subvertem a democracia, ao mesmo tempo que pagam às empresas para ajudá-las a identificar e rastrear eleitores em potencial. Quase todo campeão em potencial para usuários digitais acaba ficando do lado da vigilância tecnológica e contra a privacidade do

---

<sup>124</sup> Beacon é um pequeno dispositivo que utiliza uma tecnologia chamada Bluetooth Low Energy (BLE), que emite um sinal intermitente de ondas de rádio que consegue localizar seu smartphone em um determinado raio.

usuário. Durante o início da década de 1970, houve um aumento no uso de computadores para processar informações sobre indivíduos. O comércio transfronteiriço, que foi facilitado pela comunidade econômica europeia, também encorajou um aumento no compartilhamento de informações.

Um rápido progresso no campo de processamento de dados<sup>125</sup> eletrônicos e o surgimento de computadores *mainframe*<sup>126</sup> permitiram que as administrações públicas e grandes empresas instalassem extensos bancos de dados para melhorar a coleta, processamento e compartilhamento de dados pessoais. Ainda, deve-se observar o fato de que os computadores, em combinação com o desenvolvimento das telecomunicações, estavam abrindo novas oportunidades para o processamento de dados em escala internacional.

Embora esses desenvolvimentos tenham oferecido vantagens consideráveis em termos de eficiência e produtividade, também deram origem a preocupações de que esses avanços teriam um impacto adverso na privacidade dos indivíduos e que este seria agravado quando as informações pessoais fossem transferidas pelos limites internacionais.

No passado, dentro dos sistemas jurídicos de cada Estado na Europa, já havia algumas regras destinadas a proteger as informações pessoais de indivíduos, como leis sobre privacidade, atos ilícitos, sigilo e confidencialidade relacionados à rede. No entanto, foi reconhecido que o sistema automatizado de armazenamento de informações pessoais, e o aumento do comércio transfronteiriço, exigiam novos padrões que permitissem aos indivíduos exercerem controle sobre suas informações pessoais, embora permitindo o livre fluxo internacional de informações necessárias para apoiar o comércio internacional.

O desafio era enquadrar esses padrões de uma forma que se mantivesse um equilíbrio entre as preocupações a nível nacional para a liberdade pessoal e privacidade e a capacidade de apoiar comércio livre a nível da comunidade econômica europeia. Entretanto, devemos

---

<sup>125</sup> Existe uma convenção amplamente aceita para distinguir entre dados (dados brutos), informações (dados significativos) e conhecimento. O foco do trabalho são os dados ou a matéria-prima que pode ser usada e interpretada por uma variedade de métodos e ferramentas para servir a muitas finalidades. Este trabalho explora os fundamentos morais da proteção de dados. Em muitos casos, não muito depende se usamos "dados" em vez de "informações". É importante perceber que, mesmo quando nenhum significado pode ser atribuído aos dados (porque há muitos dados, e é muito difícil interpretá-los), faz sentido pensar em proteger porque podem começar a fazer sentido quando novas ferramentas e técnicas são aplicadas a eles, ou quando eles são combinados com outros dados.

<sup>126</sup> Um *mainframe* é um computador de grande porte dedicado normalmente ao processamento de um volume enorme de informações.

ainda levar em consideração o paradoxo da privacidade que acaba por acontecer. Romper os monopólios de vigilância promovendo a interoperabilidade ajudará as leis de privacidade existentes a funcionarem como deveriam. Mas há um problema: as políticas projetadas para aumentar a interoperabilidade podem enfraquecer as ferramentas que as empresas usam atualmente para proteger seus usuários. Para permitir ajustes e inovação não sancionada, precisaremos dismantelar algumas das armas legais que as empresas brandam e manejam contra os malfeitores.

A fim de impor níveis básicos de interoperabilidade, privaremos as empresas de seu arbítrio absoluto sobre quando e com quem compartilham dados. Na medida em que as empresas de tecnologia estão fazendo um bom trabalho protegendo os usuários de terceiros mal-intencionados, os usuários podem perder parte dessa proteção. No entanto, um grupo de usuários pode se beneficiar de uma redução no poder das grandes empresas: aqueles usuários cujos interesses não são profundamente atendidos pelas proteções das empresas de tecnologia. Isso inclui figuras que querem contornar o monopólio da *App Store* da *Apple* para adquirir uma VPN que possa protegê-los do estado chinês; membros de grupos de doenças raras no *Facebook* que correm o risco de mineração de dados do próprio *Facebook*; e usuários do *Google* que participam de protestos e correm o risco de ter sua localização informada a agências de aplicação da lei com “mandados reversos” em busca de retaliação.

As políticas de grandes corporações não são - e nunca foram - um bom substituto para proteções de privacidade criadas e aplicadas democraticamente. O aumento da interoperabilidade - e a diminuição do poder corporativo - abre espaço para políticas de soluções de privacidade reais, aquelas que tratam os usuários de tecnologia como cidadãos com direitos, não apenas como consumidores que podem tomar decisões de compra.

Então findamos no questionamento de como a proteção de dados pela RGPD pode afetar ocasionalmente o monopólio de dados. Para tal reflexão, se faz necessária a explicação sobre o princípio de limitação de propósito. O processamento de dados pessoais é proibido, a menos que um dos motivos legítimos do artigo 6 do RGPD seja aplicável, incluindo, mas não se limitando a, consentimento dos titulares dos dados, necessidade contratual ou interesses legítimos perseguidos pelo controlador de dados. O artigo 5.º, n.º 1, alínea b), do RGPD estabelece que os dados pessoais devem ser recolhidos para fins específicos, explícitos e legítimos e não podem ser processados de forma incompatível com esses fins. Os artigos 13.º e 14.º do RGPD estabelecem deveres de notificação para os responsáveis pelo tratamento de dados no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais que não tenham sido recolhidos do

titular dos dados ou de terceiros. De acordo com os artigos 13 (2) f e 14 (2) g do RGPD, os titulares dos dados devem receber informações sobre a existência de processos decisórios automatizados, se houver; e, informações significativas sobre a lógica envolvida, bem como o significado e as consequências previstas de tal processamento. Esta disposição deve ser interpretada de forma flexível para permitir que os titulares dos dados exerçam os seus direitos ao abrigo do RGPD.

Notavelmente, de acordo com o artigo 13 (3) e 14 (4) do RGPD, onde o responsável pelo tratamento pretende processar os dados pessoais para uma finalidade diferente da qual os dados pessoais foram coletados, o responsável pelo tratamento deve fornecer ao titular dos dados previamente ao processamento posterior, informações sobre essa outra finalidade. Isso é de grande relevância para concentrações baseadas em dados, uma vez que as finalidades para o processamento de dados pessoais podem mudar ou deixar de existir após a transação. Notavelmente, de acordo com o artigo 13 (3) e 14 (4) do RGPD, onde o responsável pelo tratamento pretende processar os dados pessoais para uma finalidade diferente da qual os dados pessoais foram coletados, o responsável pelo tratamento deve fornecer ao titular dos dados antes disso processamento posterior, com informações sobre essa outra finalidade. Isso é de grande relevância para concentrações baseadas em dados, uma vez que as finalidades para o processamento de dados pessoais podem mudar ou deixar de existir após a transação.

## **2.4 Fundamentos da proteção de dados em relação aos direitos humanos**

Na União Europeia, o direito à vida privada e as liberdades associadas são considerados direitos humanos fundamentais. Este conceito é a base das leis de proteção de dados da UE. Funcionalmente, o direito internacional dos direitos humanos baseia-se em acordos entre países para promover e proteger os direitos humanos a nível internacional, regional e doméstico.

A Declaração dos Direitos Humanos contém disposições específicas relacionadas com o direito à vida privada e familiar e à liberdade de expressão. Os princípios consagrados na Declaração dos Direitos Humanos forneceram a base para as leis e normas europeias de proteção de dados. O direito à vida privada e às liberdades associadas estão contidas no artigo 12 da Declaração de Direitos Humanos<sup>127</sup>. Outro aspecto fundamental da Declaração em

---

<sup>127</sup> DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS. Artigo 12º. Ninguém sofrerá intromissões arbitrarias na sua vida privada, na sua família, no seu domicílio ou na sua correspondência, nem ataques à sua



questão é o direito à liberdade de expressão conforme estabelecido no artigo 19<sup>128</sup> do mesmo dispositivo.

As disposições do artigo 19 podem parecer, à primeira vista, em desacordo com as disposições do artigo 12, particularmente quando o exercício do artigo 19 puder resultar na invasão de privacidade contrária ao artigo 12. Este conflito aparente é, no entanto, reconciliado no artigo 29 (2)<sup>129</sup>, que afirma que os direitos individuais não são absolutos e que haverá casos em que um equilíbrio deve ser alcançado. Do final da década de 1960 à década de 1980, vários países, principalmente na Europa, tomaram a liderança na implementação de legislação que visava controlar o uso de informações pessoais por agências governamentais e grandes empresas, antes mesmo dessas informações se encontrarem no plano digital. Estes eram Áustria, Dinamarca, França, República Federal da Alemanha, Luxemburgo, Noruega e Suécia. Em sequência, em três países europeus - Espanha, Portugal e Áustria - a proteção de dados também foi incorporada como um direito fundamental em suas Constituições.

À luz desta tendência, o Conselho da Europa decidiu estabelecer um quadro de princípios e padrões específicos para evitar a coleta e processamento injusto de dados pessoais. Este foi o resultado da preocupação de que, no contexto da tecnologia emergente, as legislações nacionais não protegem adequadamente o "direito ao respeito por sua vida privada e a vida familiar, a sua casa e a sua correspondência", nos termos do artigo 8.º da Convenção Europeia de Direitos Humanos. Esta preocupação levou em 1968 à publicação da Recomendação 509 sobre direitos humanos e desenvolvimentos científicos e tecnológicos modernos.

Em 1973 e 1974, o Conselho da Europa desenvolveu esse trabalho inicial com as Resoluções 73/22 e 74/29, que estabeleceram princípios para a proteção de dados pessoais em

---

honra e reputação. Contra tais intromissões ou ataques toda a pessoa tem direito a proteção da lei. Assembleia Geral das Nações Unidas em Paris. 10 dez. 1948.

<sup>128</sup> DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS. Artigo 19º. Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e idéias por qualquer meio de expressão. Assembleia Geral das Nações Unidas em Paris. 10 dez. 1948.

<sup>129</sup> DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS. Artigo 29º (2). No exercício deste direito e no gozo destas liberdades ninguém está sujeito senão às limitações estabelecidas pela lei com vista exclusivamente a promover o reconhecimento e o respeito dos direitos e liberdades dos outros e a fim de satisfazer as justas exigências da moral, da ordem pública e do bem-estar numa sociedade democrática. Assembleia Geral das Nações Unidas em Paris. 10 dez. 1948.

bancos de dados automatizados nos setores privado e público, respectivamente, com o objetivo de pôr em movimento o desenvolvimento da legislação nacional com base nessas resoluções. Este foi considerado um requisito urgente devido à divergência já existente entre as leis dos Estados membros nesta área. Estava se tornando cada vez mais aparente que a proteção abrangente de informações pessoais exigiria mais reforço de tais regras nacionais por meio de normas internacionais vinculativas.

Outras iniciativas significativas no início da década de 1980 vieram da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e o Conselho da Europa na forma das Diretrizes da OCDE sobre a proteção da privacidade e fluxos transfronteiriços de dados pessoais, e a Convenção do Conselho da Europa para a Proteção de Indivíduos no que diz respeito ao processamento automático de dados pessoais. Um outro tipo de razão moral para restringir o fluxo de informações relevantes para a identidade poderia ser referido como autonomia moral, ou seja, a capacidade de moldar nossas próprias biografias morais, de nos apresentarmos como acharmos adequado e apropriado, para refletir sobre nossa moral carreiras, e para avaliar e se identificar com nossas escolhas morais, sem o olhar crítico e interferência de outros e sem uma pressão para se conformar com as identidades 'normais' ou socialmente desejadas. Queremos ser capazes de nos apresentar e ser identificados como os únicos que nós nos identificamos.

David Velleman, em sua análise da vergonha e da privacidade, chama a atenção para a auto-apresentação como uma característica constitutiva das pessoas morais, ou seja, sua capacidade e necessidade de auto-apresentação. O que significa ser uma pessoa é, de acordo com Velleman, estar engajado na auto-apresentação. As pessoas "têm um interesse fundamental em serem reconhecidas como uma criatura que se apresenta"<sup>130</sup>. Falhas de privacidade e a emoção de vergonha que as acompanha não são tanto sobre desaprovação quanto ao que é revelado quando outros obtêm acesso a informações que não oferecemos, mas sim sobre desqualificação da pessoa que falhou em evitar a revelação.

A concepção da pessoa como sendo moralmente autônoma, como sendo o autor e experimentador de sua própria carreira moral, fornece uma justificativa para restringir outras pessoas em suas tentativas de projetar e diretamente ou indiretamente moldar a identidade do sujeito, seja por estereotipagem ou pelo aplicação de ferramentas e técnicas de gestão de identidade. Proteção de dados as leis, portanto, justificadamente fornecem proteção contra a

---

<sup>130</sup> VELLEMAN, J. D. 2001. **The genesis of shame**. *Philosophy and Public Affairs*, 30, 27–52.

fixação de uma moral identidade por outros. Eles fazem isso exigindo consentimento informado para o processamento de informações relevantes para a identidade. Se houver domínios onde para razões óbvias pelas quais os indivíduos em sociedades bem organizadas não podem ser autorizados a escrever suas próprias biografias de capa a capa, elas pelo menos deveriam ser permissão para escrever as partes que são sensíveis a ele e os indivíduos devem ter a oportunidade de autorizar as partes que foram, ou deveriam ser, escritas por outros<sup>131</sup>.

Vários países aprovaram vários graus de direitos legais ao acesso à internet em reconhecimento de seu valor social intrínseco como um bem público e sua importância para o desenvolvimento socioeconômico. Em 2011, o relatório de Frank La Rue ao Conselho de Direitos Humanos da ONU destacou vários desenvolvimentos neste tópico. O relatório de La Rue menciona a legislação aprovada pelo parlamento da Estônia em 2000 que aprovou o acesso à internet como um direito humano básico; as decisões da Suprema Corte na Costa Rica e na França que declararam o acesso à internet um direito fundamental; e a aprovação da Finlândia do acesso à internet de banda larga como um direito humano. Além disso, a Grécia (2008) alterou sua constituição para garantir o direito de todas as pessoas de participar da sociedade da informação; A Espanha (2011) impôs o acesso universal e acessível à internet em banda larga como uma obrigação legal para o provedor de telecomunicações estabelecido; e o Brasil (2014) aprovou a Lei 12.965 (Marco civil da Internet, artigo 4º) que garante o direito de acesso à internet para todos<sup>132</sup>.

A aprovação do direito de acesso à internet cria uma base legal para o fornecimento de acesso à internet como um bem / serviço público, assim como as telecomunicações na maioria dos países, exigindo a aplicação de medidas regulatórias sobre o fornecimento de internet, como obrigações contratuais das operadoras de telecomunicações para fornecer acesso à internet fixa e móvel em áreas remotas, rurais e não lucrativas. Por exemplo, a Estônia lançou conexões públicas de Wi-Fi depois de aprovar o direito legal de acesso à internet. Na Finlândia e na Espanha, os provedores de telecomunicações são obrigados a fornecer acesso à internet em velocidades de banda larga (ou seja, acima de 1 Megabyte por segundo). Em 2016, a cidade de Nova York deu um passo além e se envolveu em uma parceria público-privada com várias empresas privadas para fornecer acesso Wi-Fi gratuito (ou seja, a iniciativa “LinkNYC”) por

---

<sup>131</sup> Idem p. 73

<sup>132</sup> La Rue, Frank. 2011. **Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression**, United Nations Human Rights Council, Seventeenth session, Agenda Item 3. Geneva: UNHRC.

meio de totens de alta velocidade instalados em toda a cidade. Na cidade de Nova York, o direito de acesso à internet Wi-Fi de alta velocidade para todos está sendo oferecido como um serviço público, independentemente da existência de leis específicas sobre o assunto.

Além de observar os resultados da pesquisa da BBC (2011, parágrafo 65), o relatório de La Rue conclui: “Dado que a internet se tornou uma ferramenta indispensável para realizar uma série de direitos humanos, combater a desigualdade e acelerar o desenvolvimento e o progresso humano, garantir o acesso universal à internet deve ser uma prioridade para todos os Estados” (parágrafo 85). Os governos, como responsáveis pelos direitos humanos, são os responsáveis finais pelo fornecimento universal e equitativo da internet e, portanto, desempenham um papel fundamental na governança global da internet.

## **2.5 Transferências internacionais de dados**

Um objetivo declarado do Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD, ou 'Regulamento')<sup>133</sup> é permitir o livre fluxo de dados pessoais entre os estados membros com base em princípios acordados de proteção de dados pessoais. Ao mesmo tempo, no entanto, o regulamento reconhece que as transferências de dados pessoais para países terceiros exigem consideração.

O Considerando 101 reconhece que os fluxos transfronteiriços de dados pessoais são necessários para a expansão do comércio internacional, mas também afirma que o nível de proteção dos indivíduos, que é garantido na UE pelo regulamento, não deve ser prejudicado. Para compreender a base desta abordagem, é necessário ter em mente que as instituições europeias responsáveis pela elaboração e adoção do regulamento tentaram preservar o efeito do novo regime, evitando quaisquer tentativas de enfraquecer a proteção concedida aos indivíduos. Na prática, isso cria uma situação que efetivamente impõe padrões de proteção de dados da UE em jurisdições fora da Europa.

O RGPD distingue essencialmente países fora do Espaço Económico Europeu (EEE) que são considerados como possuidores de um nível adequado de proteção de dados pessoais e países “não adequados”. Uma transferência para um país “adequado” é a forma mais simples de transferir dados pessoais para fora do EEE; essas transferências são permitidas e legais de acordo com o RGPD. Uma transferência para um país adequado não requer aprovação prévia

---

<sup>133</sup> Aprovado pelo Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016.

de uma autoridade supervisora e as organizações não precisam tomar nenhuma ação adicional.

Entretanto, há um entrave. Apenas a Comissão Europeia pode decidir sobre a adequação, esta não é uma autoavaliação. A lista completa dos países adequados pode ser encontrada no site da Comissão. Na ausência de uma decisão de adequação da Comissão, as transferências internacionais de dados só podem ser efetuadas se as organizações tiverem adotado as salvaguardas adequadas para a proteção dos dados pessoais. Isso é para garantir que o nível de proteção oferecido pelo RGPD não seja prejudicado. O RGPD lista uma série de salvaguardas possíveis que podem ser tomadas.

Cabe aqui portanto discutir algumas dessas salvaguardas. As Regras Corporativas Vinculantes (BCRs) são um mecanismo pelo qual uma organização pode definir sua política global sobre a transferência internacional de dados pessoais dentro desse grupo corporativo. Embora o conceito de BCRs possa não ser novo, espera-se que o RGPD ofereça maior segurança jurídica às organizações que estão considerando adotá-los. Isso se deve em parte ao novo reconhecimento estatutário das BCRs como uma salvaguarda apropriada, bem como ao fato de que elas devem atender a requisitos de conteúdo específicos. As organizações agora estão mais bem equipadas para entender o que se espera delas e para entender os requisitos para obter aprovação. Além disso, as BCRs estão sujeitas a um novo processo de aprovação simplificado, pelo qual a aprovação é coordenada por uma autoridade de proteção de dados na Europa e deve seguir os prazos estabelecidos.

As BCRs devem, por exemplo, garantir a conformidade por meio de mecanismos como auditorias de proteção de dados e devem garantir o treinamento em proteção de dados para o pessoal com acesso a dados pessoais. Esses requisitos de conteúdo podem ajudar a estimular uma cultura de consciência da privacidade dentro da organização e ajudar a mover a organização em direção à conformidade com o RGPD. Além disso, após terem obtido a aprovação, as transferências feitas de acordo com as BCRs não requerem mais aprovação, limitando assim os encargos administrativos.

Além disso, é importante notar que as BCRs não oferecem nenhuma solução para a transferência internacional de dados pessoais para terceiros. BCRs apenas cobrem transferência dentro de um mesmo grupo e não deve ser considerada como uma salvaguarda adequada para transferências internacionais fora do grupo de empresas. As BCRs são mais adequadas para organizações com uma rede complexa de atividades de processamento interno. Obter a aprovação é um processo complicado que requer um investimento significativo e pode ser difícil traduzir as disposições da BCR em requisitos práticos. Este investimento pode não

compensar no longo prazo para organizações menores e tais organizações podem estar mais interessadas em adotar cláusulas modelo padrão.

Existem também as cláusulas de modelo padrão que são essencialmente contratos aprovados pela Comissão Europeia que podem ser adotados para a transferência de dados pessoais para fora do espaço econômico Europeu. Já existem cláusulas modelo hoje, mas a Comissão deve redigir um conjunto de novas cláusulas para seguir os padrões do RGPD. O RGPD também introduz a possibilidade de uma autoridade de proteção de dados locais redigirem cláusulas modelo. Consideram-se que as cláusulas modelo fornecem salvaguardas adequadas e, portanto, têm sido amplamente utilizadas.

As cláusulas modelo são populares entre as pequenas e médias empresas para transferências de dados estruturais simples, mas este mecanismo pode ser interessante tanto para empresas privadas de qualquer tamanho quanto para entidades públicas. As cláusulas modelo exigem simplesmente uma assinatura da organização que envia os dados (exportador de dados) e da organização que os recebe (importador de dados), com a condição de que o importador de dados possa cumprir as disposições estipuladas no contrato. Portanto, as cláusulas modelo não são recomendadas para organizações maiores com atividades de processamento complexas, pois essa solução imporia uma carga administrativa pesada e pouca flexibilidade, pois novas atividades de processamento exigiram a assinatura de novas cláusulas modelo.

Recentemente, no entanto, surgiram dúvidas sobre se as cláusulas modelo protegem suficientemente os dados pessoais transferidos para fora da Europa. Consequentemente, várias questões relativas à validade das cláusulas-modelo foram submetidas ao Tribunal de Justiça da União Europeia. Neste ambiente em rápida mudança, as organizações devem se preparar para soluções alternativas ou estar prontas para se adaptar, se necessário. Por enquanto, as cláusulas modelo ainda são consideradas uma opção válida e não devem ser desconsideradas.

Deve ser considerado o gerenciamento acerca da interdependência entre as nações. O primeiro objetivo da cooperação internacional é administrar a interdependência entre as nações no fornecimento de bens públicos. Podemos atribuir a este objetivo o fornecimento eficiente de bens públicos no que diz respeito ao tratamento de seus atributos econômicos, ou seja, com vistas a alcançar uma oferta global maximizadora do bem-estar de bens não rivais no consumo e não excludíveis no consumo, ou que gerem externalidades significativas. Inclui-se ainda no domínio do primeiro objetivo duas questões adicionais: a gestão de bens comuns globais / regionais; e a gestão de infraestrutura e redes compartilhadas (por exemplo, telecomunicações

e sistema postal)<sup>134</sup>.

Encontra-se na doutrina que a internet atende a critérios propostos para um bem público que exige o gerenciamento da interdependência entre as nações. A arquitetura da internet é inerentemente não excludente e não rival; apresenta externalidades positivas e negativas significativas; é um comum global feito pelo homem; e funciona em uma infraestrutura de comunicação compartilhada globalmente. Conforme discutido, a não rivalidade da internet produz economias de escala do lado da oferta e da demanda transnacionais; portanto, a cooperação internacional visa maximizar essas externalidades positivas, conectando todos os países e seus povos à internet. A não exclusão dá origem a *free-riders* transnacionais; portanto, a cooperação internacional visa restringir tal comportamento, e incluir todas as nações e usuários como contribuintes ativos para o fornecimento de infraestrutura e serviços da internet<sup>135</sup>.

As nações são interdependentes no fornecimento de acesso à internet porque as informações trocadas na internet são transmitidas de forma padronizada globalmente, por meio de roteamento e protocolos de aplicação no espectro de radiofrequência globalmente harmonizado e na infraestrutura de comunicações global interconectada e interoperável. A internet é uma rede global transparente, uniforme e aberta de computadores porque todos os interessados cooperam para tornar sua arquitetura, redes, serviços e dispositivos interoperáveis além das fronteiras. A cooperação internacional serve para estabelecer padrões e acordos globais que permitem interoperabilidade e interconectividade contínuas.

Esses padrões e acordos globais são alcançados por meio da cooperação internacional nas múltiplas partes interessadas (ou seja, envolvendo atores não-estatais) e no nível multilateral. Consequentemente, a subsidiariedade na interdependência entre as nações na governança da internet determina que a formulação de políticas e / ou acordos vinculativos devem ocorrer em nível internacional. O papel dos governos na gestão das interdependências é negociar e aprovar acordos internacionais para a interoperabilidade e interconectividade da infraestrutura global de comunicações. Os governos internalizam os padrões regulatórios / técnicos globais em estruturas jurídicas e industriais nacionais e desenvolvem políticas

---

<sup>134</sup> OCAMPO, José A. 2013. **Global Economic and Social Governance and the United Nations System**. Working Paper. IPD-ECLAC project on global governance. p. 12.

<sup>135</sup> SPAR, Debora L. 1999. **The Public Face of Cyberspace**. In *Global Public Goods: International Cooperation in the 21st Century*, edited by Inge Kaul, Isabelle Grunberg, and Marc A. Stern, 344-63. New York: Oxford University Press.

domésticas para evitar que as repercussões nacionais afetem o fornecimento global da internet<sup>136</sup>.

### **3. PROPOSTAS EM RELAÇÃO AO *E-COMMERCE***

#### **3.1. Proposta da Comissão Europeia em relação ao *e-commerce***

Em abril de 2019, a UE lançou sua proposta para disciplinas e compromissos da OMC relativos ao comércio eletrônico e serviços de telecomunicações<sup>137</sup>. A proposta realizada pela União Europeia foi ambiciosa em garantir fluxos de dados funcionais para empresas, melhorando o acesso ao mercado e previsibilidade regulatória, mantendo ainda o compromisso com a proteção do consumidor e sua privacidade. As negociações sobre comércio eletrônico na OMC foram divididas em seis seções, que também foram abrangidas pela proposta da UE.

Primeiro, em termos de viabilizar o comércio eletrônico, em particular para pequenas e médias empresas, a UE propõe regras comuns para melhorar o reconhecimento de contratos eletrônicos e assinaturas eletrônicas<sup>138</sup>. Em segundo lugar, para promover a abertura, a UE propõe que os membros promovam o princípio do acesso aberto à internet, sujeito às regras aplicáveis, assim como uma gestão de rede que seja razoável e não discriminatória. A proposta da UE busca equilibrar o fluxo livre de dados para fins comerciais, desde que haja compromisso com a privacidade pessoal, o que é apontado como um direito fundamental. Empreendimentos não devem ser restringidos por requisitos para localizar dados ou recursos de computador no território de um membro. Ao mesmo tempo, os membros precisam ser livres para adotar regras que protejam dados pessoais e privacidade, conforme considerem necessário.

Quarto, em questões transversais, a UE propõe melhorar a transparência e a previsibilidade regulamentar. Quinto, no que diz respeito às telecomunicações, que não são

---

<sup>136</sup> KAUL, Inge. 2013. **Meeting Global Challenges: Assessing Governance Readiness**. In The Governance Report 2013; Hertie School of Governance; Sovereignty, Fiscal Policy, Innovations, Trade-Offs, Indicators, edited by Anheier, Helmut K. Oxford: Oxford University Press. p.55-58.

<sup>137</sup> COMISSÃO EUROPEIA. **Declaração conjunta sobre comércio eletrônico**. Proposta da UE para disciplinas e compromissos da OMC. 26 abr. 2019. Disponível em: <[https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2019/may/tradoc\\_157880.pdf](https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2019/may/tradoc_157880.pdf)>. Acesso em 19 jan. 2021.

<sup>138</sup> HILL, Richard. **Notes on E-signatures and Trade**. Nov. 2017. Disponível em: <[https://ourworldisnotforsale.net/2017/Hill\\_E-signatures.pdf](https://ourworldisnotforsale.net/2017/Hill_E-signatures.pdf)>. Acesso em 19 jan. 2021.



foco do presente trabalho, mas que no momento se faz relevante citar. A UE propõe a revisão das regras para os serviços de telecomunicações, como combater as práticas anticompetitivas e permitir a interconectividade entre os fornecedores. Sexto, a UE também visa melhorar o acesso ao mercado de serviços de informática. Com relação às questões mais contenciosas, a UE visa garantir que os governos não possam exigir a transferência ou acesso ao código-fonte (legível por humanos), exceto em casos especiais, como para a aplicação de direitos de propriedade intelectual ou para efeitos legais ligados à concorrência<sup>139</sup>.

A UE, junto com muitos outros participantes, propõe que os membros se abstenham permanentemente de taxas alfandegárias em transmissões eletrônicas (por exemplo, filmes, *e-mails*, *software*). Em termos de acesso ao mercado, a UE solicita que os membros se juntem ao Acordo de Tecnologia da Informação<sup>140</sup>, que foi concluído por 29 participantes da Conferência Ministerial de Cingapura de 1996, e ainda à expansão da cobertura de suas determinações, que foi concluído na Conferência Ministerial de Nairobi em 2015, com mais de 50 membros. Entretanto, foi determinado que questões culturais e audiovisuais devem ficar fora do âmbito das negociações, para proteger a diversidade cultural da UE.

Na realidade, dado o número reduzido de países que se qualificam como "adequados", na maioria dos casos, controladores ou processadores que desejam transferir dados pessoais internacionalmente, precisarão implementar um mecanismo que forneça salvaguardas adequadas para os dados. O regulamento aborda esta situação listando vários possíveis mecanismos que podem ser adequados para esses fins, a saber:

Um instrumento juridicamente vinculativo e exequível entre autoridades públicas; Regras Societárias Vinculativas (BCRs) nos termos do Artigo 47; Adoção de cláusulas-tipo de proteção de dados pela Comissão; Cláusulas de proteção de dados padrão adotadas por uma autoridade supervisora e aprovado pela Comissão. Um código de conduta aprovado de acordo com o Artigo 40, juntamente com compromissos exequíveis dos controladores ou processadores no terceiro país a aplicar as salvaguardas adequadas, incluindo no que diz respeito aos dados direitos dos sujeitos;

Ainda, um mecanismo de certificação aprovado nos termos do artigo 42, juntamente

---

<sup>139</sup> COMISSÃO EUROPEIA. **EU trade policy. WTO negotiations on e-commerce.** Civil society dialogue. 5 dez. 2019. Disponível em: <[https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2020/january/tradoc\\_158557.pdf](https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2020/january/tradoc_158557.pdf)>. Acesso em 19 jan. 2021.

<sup>140</sup> ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **Acordo de tecnologia da informação.** Dezembro de 1996. Disponível em: <[https://www.wto.org/english/tratop\\_e/inftec\\_e/inftec\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/inftec_e/inftec_e.htm)>. Acesso em 19 jan. 2021.

com compromissos vinculativos e executáveis do controlador ou processador no país terceiro a aplicar as salvaguardas adequadas, incluindo no que diz respeito a direitos dos titulares dos dados; Cláusulas contratuais entre o controlador ou processador e o controlador processador ou destinatário dos dados pessoais no país terceiro ou organização internacional, ou disposições a serem inseridas em acordos entre autoridades ou organismos públicos, que são especificamente aprovado para o efeito pelo órgão de supervisão de proteção de dados competente autoridade. Este menu de opções representa uma melhoria em comparação com a diretiva, uma vez que oferece maior escolha e flexibilidade para exportadores e importadores de materiais pessoais dados.

### **3.2 A importância da observância do mercado europeu e o efeito Bruxelas**

A lei da concorrência oferece um dos exemplos mais proeminentes de hegemonia regulatória global da UE. Em 2018, a Comissão Europeia multou a empresa *Google* em \$5 bilhões em um caso envolvendo a companhia de operações de sistema *Android*, aplicando a lei de concorrência<sup>141</sup>. Esta multa veio em sequência de uma multa de \$2,3 bilhões, que em 2017, fora imposta pela Comissão após concluir que a empresa manipulou seus resultados de pesquisa para favorecer seu próprio serviço de comparação de preços para o detrimento de seus rivais<sup>142</sup>. O terceiro caso da Comissão contra o *Google*, focado no programa de publicidade online do *Google AdSense* da empresa, resultou em uma multa de \$1,7 bilhão em 2019<sup>143</sup>. Os dois outros alvos para a aplicação da lei da concorrência na UE nos últimos anos incluem dois outros

---

<sup>141</sup> European Commission Press Release IP/18/4581 Antitrust: Commission Fines Google €4.34 Billion for Illegal Practices Regarding Android Mobile Devices to Strengthen Dominance of Google's Search Engine (July 18, 2018). Disponível em: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-18-4581\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-4581_en.htm). Acesso em 01 maio 2021.

<sup>142</sup> European Commission Decision in Case No. AT.39740 (Google Search—Shopping), C(2017) 4444 final (June 27, 2017). Disponível em: [http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec\\_docs/39740/39740\\_14996\\_3.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39740/39740_14996_3.pdf). Acesso em 01 maio 2021.

<sup>143</sup> European Commission Press Release IP/19/1770, Antitrust: Commission Fines Google €1.49 Billion for Abusive Practices in Online Advertising (Mar. 20, 2019). Disponível em: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-19-1770\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-19-1770_en.htm). Acesso em 01 maio 2021.

gigantes da tecnologia com sede nos Estados Unidos: Qualcomm<sup>144</sup> e *Apple*<sup>145</sup>.

Estes proeminentes casos contra empresas americanas não são um fenômeno novo. Eles constroem uma série de decisões importantes contra as principais corporações dos Estados Unidos - incluindo *Intel*<sup>146</sup>, *Microsoft*<sup>147</sup>, e *General Electric*<sup>148</sup> - nas últimas duas décadas. Em todos esses casos, as práticas das empresas também foram investigadas por agências dos Estados Unidos. No entanto, em contraste com a UE, os reguladores dos EUA responderam com penalidades modestas ou optaram por não aplicar qualquer punição. No entanto, independente da resposta dos EUA, o país tem sido impotente para restringir as decisões da UE, e as medidas impostas pela UE que levaram a notáveis mudanças nas práticas das empresas no bloco e, por vezes, também no exterior, incluindo nos Estados Unidos.

Além de moldar o mercado global por meio da aplicação extraterritorial da sua própria lei da concorrência, a UE tem tido um sucesso notável na exportação de seu regime regulatório para o exterior. Hoje, mais de 130 jurisdições têm um direito da concorrência nacional, tornando o direito da concorrência uma das mais difundidas formas de regulação econômica em todo o mundo<sup>149</sup>. Um olhar mais atento a essas leis revela que a grande maioria delas foram elaboradas para se assemelhar a lei da concorrência da União Europeia<sup>150</sup>. Este notável efeito

---

<sup>144</sup> Em 2018, a Comissão multou a Qualcomm em US \$ 1,2 bilhão por seus contratos de negociação exclusiva com a Apple no mercado de chips de computador. Consulte o Resumo da Decisão da Comissão no Caso No. AT.40220 (Qualcomm — Pagamentos de Exclusividade), 2018 O.J. (C 295) 25.

<sup>145</sup> A Comissão ordenou que a Irlanda recuperasse US \$ 14,5 bilhões em auxílio estatal ilegal da Apple. Decisão da Comissão no processo n.º SA.38373 (auxílio estatal da Irlanda / Apple), 2017 O.J. (L 187) 1.

<sup>146</sup> Commission Decision in Case No. COMP/C-3/37.990 (Intel), D(2009) 3726 final (May 13, 2009) cited in 2009 O.J. (C 227) 13. In September 2017, the European Court of Justice overturned the fine levied by the Commission in its decision. See Case C-413/14 P, *Intel v. Comm'n*, Judgment of September 6, 2017 (Grand Chamber). Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:62014CJ0413>. Acesso em 01 maio 2021.

<sup>147</sup> Commission Decision in Case No. COMP/C-3/37.792 (Microsoft), C(2004) 900 final, (Mar. 24, 2004) cited in 2007 O.J. (L 32) 23. Acesso em 01 maio 2021.

<sup>148</sup> Commission Decision in Case No. COMP/M.2220 (General Electric/Honeywell), 2004 O.J. (L 48) 1.

<sup>149</sup> BRADFORD, Anu et al., *Competition Law Gone Global: Introducing the Comparative Competition Law and Enforcement Datasets*, 16 J. EMPIRICAL LEGAL STUD. 411). 2019. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jels.12215>. Acesso em 05 maio 2021. p.28.

<sup>150</sup> BRADFORD, Anu. *The Global Dominance of European Competition Law Over American Antitrust Law* (forthcoming in J. EMPIRICAL LEGAL STUDIES) 2019. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jels.12239>>. Acesso em 05 maio 2021. p.15-17.

Bruxelas *de jure* levou a uma situação em que a maioria dos mercados globais são cobertos, na prática, por uma variante da versão europeia.

O poder dos regulamentos da UE para influenciar os mercados globais cresceu significativamente nas últimas duas décadas, especialmente na área da economia digital. Poucos regulamentos haviam impactado empresas digitais globais ou seus usuários mais do que o Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) da UE de 2016<sup>151</sup>. Solicitados pela entrada em vigor do RGPD, os consumidores foram inundados com e-mails de várias empresas, solicitando o seu consentimento para a utilização dos seus dados pessoais. Negócios em todo o mundo foram forçados a ajustar rapidamente sua coleta e armazenamento de dados em resposta à regulamentação da UE. Além da RGPD, outra regulamentação impactante para essas empresas e seus usuários vem dos esforços contínuos da UE para regulamentar o discurso de ódio online. Como resultado do estabelecimento do código de conduta voluntário da comissão sobre combate ao ilegal discurso de ódio online<sup>152</sup> com quatro empresas de tecnologia da informação dos EUA - *Facebook, Twitter, YouTube e Microsoft*<sup>153</sup>. Estas e outras empresas digitais têm tomado medidas extensivas para policiar o discurso que está disponível nas plataformas. Ambos os regulamentos tiveram um enorme impacto em jurisdições estrangeiras e demonstram o alcance global do efeito Bruxelas.

O esforço da Comissão para regular a economia digital surge de um crescente reconhecimento do poder que essas empresas estão acumulando por meio da posse de dados

---

<sup>151</sup> JUSTO, Mariana Martins da Cruz. **Risco cibernético e Regulamento Geral de Proteção de Dados, adaptação das empresas à nova realidade**. 2018. 122 f. Dissertação (Mestrado em Direito e Mercados Financeiros). Universidade Nova de Lisboa. Faculdade de direito. Lisboa, 2018. p.18.

<sup>152</sup> Para prevenir e combater a propagação do discurso de ódio ilegal online, em maio de 2016, a Comissão Europeia acordou com o Facebook, Microsoft, Twitter e YouTube um “Código de conduta para o combate ao discurso de ódio ilegal online”. A implementação do Código de Conduta é avaliada através de um exercício de acompanhamento regular estabelecido em colaboração com uma rede de organizações localizadas nos diferentes países da UE. Usando uma metodologia comum, essas organizações testam como as empresas de TI estão implementando os compromissos do Código. Mais informações podem ser encontradas na Nota informativa - Progresso no combate ao discurso de ódio online através do Código de Conduta da UE 2016-2019 através do link [https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/racism-and-xenophobia/eu-code-conduct-countering-illegal-hate-speech-online\\_en](https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/racism-and-xenophobia/eu-code-conduct-countering-illegal-hate-speech-online_en).

<sup>153</sup> COMISSÃO EUROPEIA. **Código de Conduta da UE sobre Discursos Ilegais de Incitação ao Ódio em Linha continua a produzir resultados**. Disponível em: <[https://ec.europa.eu/portugal/news/EC-publishes-EU-Code-of-Conduct-on-countering-illegal-hate-speech-online-continues-to-deliver-results\\_pt](https://ec.europa.eu/portugal/news/EC-publishes-EU-Code-of-Conduct-on-countering-illegal-hate-speech-online-continues-to-deliver-results_pt)>. Acesso em 21 jun. 2021.

personais e seu controle sobre o tom dos diálogos nas redes sociais. Esse poder confere a essas empresas uma vantagem comercial extraordinária, concentrando riqueza em um punhado de empresas de maneiras em que até certo ponto, raramente foi visto antes. Mas ainda mais preocupante, essas empresas - devido a proeminência de suas plataformas e o acúmulo de vastos dados sobre indivíduos - foram descobertos como meio de influência para eleições políticas ou a incitar crimes e abusos<sup>154</sup> de forma inadvertida.

Por exemplo, em 2013, surgiram notícias sobre as revelações feitas por um homem conhecido como Edward Snowden, que mostraram como a Agência de Segurança Nacional dos EUA havia se engajado em uma campanha de vigilância em massa por meio da coleta de dados do *Facebook*. E, em 2018, o mundo se surpreendeu perante o "escândalo *Cambridge Analytica*", onde uma firma de consultoria política britânica, conhecida como *Cambridge Analytica*, foi encontrada adquirindo os dados privados de usuários Facebook, utilizando dos mesmos em campanhas políticas, supostamente tendo influenciando inclusive na eleição do presidente Trump, além do referendo do *Brexit*.

Mais recentemente, em 2019, um perpetrador que realizou um massacre motivado pelo ódio de cinquenta pessoas em uma mesquita em Christchurch, Nova Zelândia, transmitiu seus atos vivo através do *Facebook*. Tal transmissão levou a milhões de visualizações no Facebook e várias outras plataformas online onde as filmagens eram reproduzidas enquanto essas empresas lutavam para retirar as várias cópias do vídeo que apareciam *online*. Esses escândalos chamaram a atenção global para as práticas dessas empresas, bem como para os esforços relativamente rigorosos da UE para regulá-los. Por isso se demonstra importante o debate sobre as áreas de regulamentação que têm sido fundamentais para os esforços da UE em regular a economia digital.

A UE tem dado o tom globalmente para a regulamentação de privacidade e proteção de dados. Isso porque tem promulgado pioneiramente legislação abrangente de proteção de dados que cobre todos os setores da economia e estabelece princípios de privacidade para entidades públicas e privadas. Os direitos de privacidade recebem o status de direito fundamental na UE, aumentando ainda mais a sua importância nas estruturas dos tratados do bloco. Eles são aplicados pelos estados membros da UE por agências reguladoras independentes, que podem impor medidas substanciais no caso de violações dessas proteções.

Com base na Convenção Europeia dos Direitos Humanos de 1950, que reconhece o

---

<sup>154</sup> FIGUEIRA, João. *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. 2019. p. 63.

direito à privacidade, o Tratado de Lisboa de 2009 elevou a proteção de dados como um direito fundamental garantido pelas instituições da UE<sup>155</sup>. Especificamente, o Tratado de Lisboa deu força jurídica à Carta dos Direitos Fundamentais da UE, que havia sido proclamada quase uma década antes. A Carta oferece aos indivíduos o direito à privacidade, incluindo o direito à proteção dos seus dados pessoais<sup>156</sup>. A filosofia por trás da abordagem dos direitos fundamentais da UE em relação à privacidade é promover autodeterminação dos indivíduos, concedendo-lhes maior controle sobre seus dados pessoais.

Além dessas proteções constitucionais, a UE estabelece proteções de privacidade detalhadas em seu RGPD de 2016, que entrou em vigor em maio de 2018. O RGPD substituiu a Diretiva de Proteção de Dados de 1995<sup>157</sup>, solidificando ainda mais os direitos de privacidade de que gozam os cidadãos europeus, tornando esses direitos diretamente aplicáveis em todos os Estados-Membros. O RGPD exige legalidade, justiça e transparência no processamento dos dados<sup>158</sup>. Também limita a quantidade e a finalidade para quais dados podem ser coletados e exige que todas as entidades, sejam empresas privadas ou agências governamentais - ao coletar e processar os dados, garantam a sua integridade, segurança e precisão<sup>159</sup>.

Também fica determinado que os dados só podem ser armazenados posteriormente

---

<sup>155</sup> PARLAMENTO EUROPEU. Proteção dos valores referidos no artigo 2º do TUE na UE. Fichas temáticas sobre a União Europeia. Disponível em: <<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/pt/sheet/146/protecao-dos-direitos-fundamentais-na-ue>>. Acesso em 21 jun. 2021.

<sup>156</sup> PARLAMENTO EUROPEU. **Carta dos direitos fundamentais da União Europeia** (2016/C 202/02). Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:12016P/TXT&from=FR>>. Acesso em 21 jun. 2021.

<sup>157</sup> PARLAMENTO EUROPEU. **Diretiva 95/46/CE. JO L 281 de 23.11.1995. Proteção dos dados pessoais.** Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/LSU/?uri=celex:31995L0046>>. Acesso em 21 jun. 2021.

<sup>158</sup> O processamento de dados pessoais deve ser legal, junto e caracterizado pela transparência. Para que isto se verifique, devem existir justificações legais para qualquer processamento de dados pessoais. O RGPD estabelece seis fundamentos legais, dos quais pelo menos um deve ser cumprido para todas as instâncias de processamento de dados pessoais.

<sup>159</sup> Os dados pessoais só podem ser recolhidos para fins específicos, explicitamente declarados e legítimos. Portanto, é necessário ter uma imagem clara da razão pela qual é necessário processar os dados pessoais antes de começar a recolhê-los. Os propósitos estabelecem limites para o que é permitido fazer, por exemplo, quais os dados que podem ser processados e por quanto tempo serão retidos.

apenas por um período limitado<sup>160</sup>. O RGPD também adiciona novas obrigações, como o “Direito de ser esquecido” que dá ao titular dos dados o direito de solicitar o apagamento de certos dados<sup>161</sup>, e “privacidade *by design*”, que exige que os fabricantes projetem seus produtos e serviços com as obrigações do RGPD em mente<sup>162</sup>. Exige ainda que os estados membros estabeleçam autoridades independentes de proteção de dados para garantir a aplicação das proteções incorporadas ao RGPD, juntamente com o estabelecimento de um Conselho Europeu de Proteção de Dados<sup>163</sup>. O RGPD prevê ainda sanções, aumentando o efeito dissuasor esperado do regulamento: o não cumprimento do RGPD pode resultar em multas administrativas de até € 20 milhões ou até 4% do faturamento anual total da empresa em relação ao período anterior exercício financeiro, o que for mais alto<sup>164</sup>.

O RGPD possui um amplo alcance territorial. Ele se aplica a todas as empresas que processam dados pessoais de “titulares de dados”, ou seja, pessoas que residem na UE, das quais dados pessoais estão sendo coletados, mantidos ou processados - independentemente do local ou onde ocorre o processamento de dados. O RGPD, portanto, também se aplica a

---

<sup>160</sup> Os dados pessoais só podem ser retidos pelo tempo necessário ao seu processamento. Quando os dados pessoais já não são necessários para uma finalidade, os mesmos devem ser apagados ou anonimizados.

<sup>161</sup> Na eventualidade de os dados entretanto terem sido divulgados a outras entidades, o responsável pelo tratamento deverá informar os restantes responsáveis pelo tratamento dos dados que o titular solicitou o “apagamento das ligações para esses dados” e se estes forem públicos, o responsável pelo tratamento deve informar os restantes responsáveis de que o titular solicitou o assim como das “cópias e reproduções”, tornando “as medidas que forem razoáveis”

<sup>162</sup> Trata-se da proteção desde a conceção que se traduz numa abordagem que assenta na necessidade de garantir a privacidade durante todo o processo de desenvolvimento de um novo produto/processo. É uma abordagem pró-ativa que permite que, aquando da conceção de um novo produto ou de um novo serviço, se considere o risco que tal representa para a privacidade, ao invés de apenas serem consideradas estas questões posteriormente.

<sup>163</sup> O tratamento efetuado pelas autoridades competentes para efeitos de prevenção, investigação, detecção e repressão de infrações penais ou da execução de sanções penais, incluindo a salvaguarda e a prevenção de ameaças à segurança pública.

<sup>164</sup> Veja-se que o Regulamento estabelece no art. 83.º dois níveis de aplicação de coimas. Segundo MOUTINHO, José Lobo, *Direito das contra-ordenações- Ensinar e Investigar*, 2008, p. 29 e 30 «É que para, por seu turno, se apurar quando estamos perante uma coima não parece bastar uma mera equivalência de natureza (sanção pecuniária não convertível em prisão), como demonstram os casos, não só das multas disciplinares, como das multas processuais e das multas aplicáveis às pessoas coletivas em caso de crime. Tudo vem, pois, a depender do facto de o texto da lei conter a palavra “coima” para designar a sanção correspondente ao facto ilícito. A opção por um critério nominal é, sem dúvida, de entre todas, a mais pragmática, na medida em que poupa o intérprete à questão da qualificação».

controladores ou processadores não estabelecidos na UE, desde que esses atores ofereçam bens ou serviços para residentes da UE ou monitorem o comportamento que ocorre dentro da UE. As empresas de fora da UE que processam dados de cidadãos da UE também terão que nomear um representante na UE. A UE acredita que seus altos padrões de privacidade ficam comprometidos se os dados protegidos forem disponibilizados em outras jurisdições. Para esta razão, a UE proíbe a transferência de dados da UE para países terceiros que não consigam garantir “um nível adequado de proteção” dos direitos de privacidade de dados<sup>165</sup>. O que constitui “adequado” é definido caso a caso pela eu, conforme já foi explicado anteriormente no trabalho.

Para complementar o RGPD, a UE também está em processo de adoção de um novo regulamento de privacidade eletrônica<sup>166</sup>, com o objetivo de modernizar a atual diretiva de privacidade eletrônica de 1995 e garantir sua compatibilidade com o RGPD. A regulação acerca da privacidade virtual impõe obrigações adicionais às empresas para salvaguardar a privacidade dos cidadãos com relação às suas comunicações eletrônicas, incluindo dados transmitidos por mensagens de texto e e-mails. Isso também limita a capacidade das empresas usarem cookies para rastrear a atividade online dos usuários na internet ou enviar publicidade direcionada sem o consentimento explícito do usuário. O processo legislativo em torno do regulamento de privacidade eletrônica tem sido controverso, com intenso lobby vindo de grupos da sociedade civil e associações comerciais da indústria. Por um lado, os críticos do novo regulamento de privacidade eletrônica descrevem a lei como redundante e possivelmente em conflito com as obrigações decorrentes do RGPD. Por outro lado, defensores da lei enfatizam a necessidade de estender as proteções de privacidade para cobrir formas modernas de comunicação online, como *Skype* ou *WhatsApp*<sup>167</sup>.

Os tribunais europeus alargaram ainda mais o âmbito dos direitos de privacidade dos cidadãos europeus. Já antes da entrada em vigor do RGPD, o TJUE emitiu várias decisões que

---

<sup>165</sup> A existência de tais regras, mediante aprovação da autoridade de controle competente, permite a transferências de dados pessoais entre as empresas de um grupo empresarial.

<sup>166</sup> COMISSÃO EUROPEIA. Comunicação da comissão ao parlamento europeu e ao conselho. **As regras de proteção de dados como instrumento gerador de confiança dentro e fora da UE – ponto da situação.** Disponível em:

<<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52019DC0374&from=BG>>. Acesso em 27 jun. 2021.

<sup>167</sup> Idem.



estenderam o alcance territorial da Diretiva de Proteção de Dados de 1995. Uma de suas decisões de privacidade de referência é em referência à *Google* Espanha - mais conhecido como o caso do “direito de ser esquecido” - envolvendo pesquisas da *Google* na Espanha<sup>168</sup>. O “direito de ser esquecido” refere-se ao direito do internauta de exigir que todos os dados sobre ele ou ela sejam excluídos permanentemente mediante solicitação. Neste caso, um usuário na Espanha solicitou à *Google* que removesse de seu mecanismo de busca os resultados que o vinculavam a antigos artigos de jornal detalhando seus problemas financeiros. De acordo com o reclamante, as informações, embora precisas, não eram mais relevantes, uma vez que todas as dívidas foram quitadas. A *Google* se recusou a desvincular as informações. O TJUE foi então solicitado a decidir sobre o âmbito do direito à privacidade e a aplicabilidade da Diretiva de Proteção de Dados de 1995, então aplicável sobre processadores e controladores de dados, como a *Google*.

O TJUE reafirmou o amplo âmbito do direito ao esquecimento decorrente do Artigo 12 da Diretiva de Proteção de Dados de 1995. De acordo com o TJUE, a legislação da UE exige que os mecanismos de pesquisa, incluindo a *Google*, atendam aos pedidos de determinado conteúdo, que não é adequado, relevante ou atualizado, desvinculado e não mais pesquisável. Esta obrigação também não está condicionada à demonstração de reais danos ao titular dos dados. O Tribunal rejeitou ainda o argumento da *Google* de que o artigo 12 não deveria ser aplicado a uma ferramenta de busca, que apenas compila informações que já eram de domínio público e, portanto, não deveria ter as obrigações de um controlador de dados. O Tribunal também considerou o local da busca sede do motor ou o local onde o processamento ou indexação relevante dos dados ocorre irrelevante para as obrigações da ferramenta de pesquisa como um dado controlado<sup>169</sup>.

As atividades de processamento de dados da *Google* fora da UE estavam "intrinsecamente ligadas" à publicidade e outras atividades da subsidiária da *Google* na

---

<sup>168</sup> Judgment of the Court (Grand Chamber), 13 May 2014. *Google Spain SL and Google Inc. v Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) and Mario Costeja González*. Personal data — Protection of individuals with regard to the processing of such data — Directive 95/46/EC — Articles 2, 4, 12 and 14 — Material and territorial scope — Internet search engines — Processing of data contained on websites — Searching for, indexing and storage of such data — Responsibility of the operator of the search engine — Establishment on the territory of a Member State — Extent of that operator’s obligations and of the data subject’s rights — Charter of Fundamental Rights of the European Union — Articles 7 and 8. Case C-131/12. Digital reports. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A62012CJ0131>>. Acesso em 28 jun. 2021.

<sup>169</sup> *Idem*.

Espanha. O Tribunal, portanto, considerou que as atividades de processamento de dados do Google estavam sujeitas a Lei espanhola de proteção de dados, promulgada com base na Diretiva da UE<sup>170</sup>. Notavelmente, o RGPD vai ainda mais longe ao estabelecer jurisdição sobre controladores de dados estrangeiros. O RGPD atinge os controladores de dados mesmo quando eles não estão presentes na UE, desde que atendam residentes da UE ou provedores que processam dados da UE<sup>171</sup>.

O efeito Bruxelas é particularmente forte no domínio da privacidade de dados. De fato, dado seu alcance extraterritorial, alguns comentaristas descrevem o RGPD como "descaradamente global"<sup>172</sup>. A UE é um mercado importante para muitas empresas, incluindo *Facebook* e *Google*. O *Facebook* possui mais de 400 milhões de usuários em Europa, contribuindo com 25% da receita global<sup>173</sup>. A participação da Google no mercado de pesquisa é superior a 90% na maioria dos estados membros da UE, o que excede 67-75% de participação de mercado nos Estados Unidos<sup>174</sup>. Abandonar o mercado da UE não é nem mesmo remotamente uma opção comercialmente viável para tais empresas. Será ainda mais difícil para que as mesmas contornem o RGPD movendo suas atividades de processamento de dados para fora da UE. A proteção do RGPD para titulares de dados europeus independentemente de onde o processamento de dados ocorre torna o regulamento tanto extraterritorial como altamente inelástico.

---

<sup>170</sup> Resulta do que precede que a resposta à questão, em que o artigo 4.º, n.º 1, alínea a), da Diretiva 95/46 deve ser interpretado no sentido de que o tratamento de dados pessoais é efetuado no âmbito das atividades de um estabelecimento do responsável pelo tratamento no território de um Estado-Membro, na aceção desta disposição, quando o operador de uma plataforma de pesquisa tenha num Estado-Membro uma sucursal ou filial destinada a promover e vender o espaço publicitário oferecido por essa plataforma e que orienta a sua atividade para os habitantes desse Estado-Membro.

<sup>171</sup> Regulamento Geral de Proteção de Dados. Capítulo V. Transferências de dados pessoais para países terceiros ou organizações internacionais. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:32016R0679#d1e5457-1-1>>. Acesso em 29 jun. 2021.

<sup>172</sup> JUSTO, Mariana Martins da Cruz. **Risco cibernético e Regulamento Geral de Proteção de Dados, adaptação das empresas à nova realidade**. 2018. 122f. Dissertação (Mestrado em Direito e Mercados Financeiros). Universidade Nova de Lisboa. Faculdade de direito. Lisboa, 2018. p.32.

<sup>173</sup> Facebook's monthly active users (MAU) in Europe from 4th quarter 2012 to 2nd quarter 2021. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/745400/facebook-europe-mau-by-quarter>>. Acesso 25 set. 2021.

<sup>174</sup> Worldwide desktop market share of leading search engines from January 2010 to September 2021. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/216573/worldwide-market-share-of-search-engines/>>. Acesso em 25 set. 2021.

### 3.3 Soluções para a ameaça dos monopólios digitais

O discurso público se concentra não apenas nos méritos dessas plataformas digitais, mas também sobre as ameaças potenciais que representam para os mercados, instituições financeiras e processos democráticos. Alguns apontam para o mero tamanho, poder e conduta não regulamentada desses monopólios digitais. Outros se concentram no sem precedentes escala e velocidade com que os dados pessoais são coletados e usados no contexto de algoritmos de previsão, oniscientes máquinas que ameaçam erodir a própria base da privacidade.<sup>175</sup>

Outros ainda destacam a capacidade dos monopólios digitais de controlar muito de nossa atenção, o que lhes permite ditar a qual conteúdo estamos expostos e para influenciar nosso comportamento. Nesta "economia de atenção", os olhos dos usuários se tornaram a principal mercadoria comercializada. O preço dos anúncios no *YouTube* ou o *Facebook*, por exemplo, varia de alguns centavos a vários dólares dependendo da especificidade do público-alvo<sup>176</sup>.

Primeiro cita-se o risco de violação de dados. Uma violação de segurança de qualquer um dos os monopólios digitais podem resultar em exabytes da maioria dos usuários informações vulneráveis sendo expostas publicamente. além do risco de danos irreparáveis à reputação das pessoas, vidas privadas, e identidade (como em, por exemplo, o caso "Ashley Madison"<sup>177</sup>, tal como violação pode resultar em danos sem precedentes para nossa economia (como em, por exemplo, o caso "Sony Pictures"<sup>178</sup>) e nossa posição política (como em, por

---

<sup>175</sup> SIMON, Herbert. **Designing organizations for an information-rich world**. Baltimore, MD: The Johns Hopkins Press, 1971. p. 42.

<sup>176</sup> TAPLIN, Jonathan. **Move Fast and Break Things: "How Facebook, Google, and Amazon Cornered Culture and Undermined Democracy"**. Little, Brown and Company; Illustrated edition. 2017. p. 78.

<sup>177</sup> O conhecido site de relacionamentos Ashley Madison foi alvo de um ataque cibernético bem-sucedido. O slogan deste portal era: "Ashley Madison – A vida é curta. Curta um caso". O site Ashley Madison pertencia à empresa Avid Life Media, que admitiu que o ataque atingiu, também, os portais Cougar Life e Established Men. O portal Ashley Madison havia 37 milhões de usuários inscritos. DIGITAL GUARDIAN. **A timeline of the Ashley Madison hack**. July 27, 2017. Disponível em: <https://digitalguardian.com/blog/timeline-ashley-madison-hack>. Acesso em 16 jul. 2021.

<sup>178</sup> Esta produtora, que é uma das maiores e mais importantes do mundo do cinema e da televisão hoje e há várias décadas, tornou-se alvo de ataques informáticos por parte de um desconhecido grupo de hackers, que tiveram

exemplo, “Wikileaks Cablegate”<sup>179</sup>). É importante ressaltar que um colapso dessa natureza pode ser apenas o início de uma série de violações de acompanhamento. Um hack do Gmail do Google, por exemplo, poderia permitir que os perpetradores obtenham a senha da conta bancária de um usuário por meio da funcionalidade “esqueci a senha” e, por fim, conduzir a um colapso de empresas e setores (por exemplo, bancos, tributação, silos de armas, etc.).

Comparado com o que foi considerado “grande demais para falir” quando um punhado de bancos faliu em 2008, uma crise poderia ser incomparável. Embora os monopólios digitais empreguem equipes de segurança talentosas para evitar tais hacks, o público não tem como garantir que um ataque habilmente implantado (por exemplo, por outro estado-nação, poderosa organização clandestina ou simplesmente um descontente empregado) não teria sucesso. Mesmo com os melhores esforços dos monopólios digitais, que muitas vezes dependem fortemente das prioridades de líderes de alto escalão na organização - sociedades devem, portanto, operar sob a suposição de que os dados mantidos por os monopólios digitais podem vaziar a qualquer momento.

Também existe a possibilidade do controle de dados. A concentração de dados comportamentais em quantidades do usuário que ocorre atualmente de forma sem precedentes vem sendo a forma mais precisa e eficaz para o marketing direcionado. Nossa pegada digital revela muito mais sobre nós do que parece à primeira vista: ela transmite informações sobre nossas preferências, nossos hábitos e nossos traços psicológicos. Uma pesquisa recente, por exemplo, mostra que a distinção do usuário por segmentos com mensagens publicitárias adaptadas aos seus perfis psicológicos (por exemplo, seu nível de extroversão) aumenta significativamente os cliques e compras.<sup>180</sup>

O presente trabalho também destacou a falta de transparência que pode ocorrer.

---

acesso a base de dados da empresa, e acabaram por revelar várias informações e filmes na web, para expor os segredos do titã dos filmes. PETERSON, Andrea. **The Sony Pictures hack, explained.** WASHINGTON POST. Dec. 12, 2014. Disponível em:

<https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2014/12/18/the-sony-pictures-hack-explained/>. Acesso em 16 jul. 2021.

179 Foi o maior vazamento de documentos secretos dos EUA da história até aquele momento. SHANE, Scott. Leaked cables offer raw look at U.S. Diplomacy. THE NEW YORK TIMES. Nov. 28, 2010. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2010/11/29/world/29cables.html?pagewanted=all>. Acesso em 16 jul. 2021.

<sup>180</sup> S. C. Matz, M. Kosinski, G. Nave, D. J. Stillwell. Psychological targeting in digital mass persuasion. **Proceedings of the National Academy of Sciences.** Nov 2017, 114 (48) 12714-12719; DOI: 10.1073/pnas.1710966114. Disponível em: <https://www.pnas.org/content/114/48/12714>. Acesso em 16 jul. 2021.

Atualmente, o uso de informações pessoais de usuários por empresas sofre de grande obscuridade. Os usuários muitas vezes não estão cientes dos dados que estão sendo coletados, compartilhados, ou usado pelas plataformas digitais, impedindo-os de falar publicamente e exigindo transparência. Além disso, mesmo que os usuários tenham conhecimento do uso de dados, eles têm pouco poder para controlá-los. Destaca-se novamente que essencialmente, estamos limitados a uma escolha binária para concordar com os termos das plataformas digitais ou não usar os serviços de todo<sup>181</sup>.

A revolução digital não é a primeira vez em que os governos e a sociedade tiveram que responder às dramáticas deslocções da economia. Na verdade, mudanças tecnológicas anteriores, como a Revolução Industrial, também exigiram mudanças substanciais nas estruturas regulatórias. No entanto, a história nos diz que as respostas às mudanças estruturais da economia tendem a chegar tarde devido à resistência dos atores que se beneficiam do status quo. Por exemplo, demorou mais de seis décadas para que a indústria do tabaco fosse regulamentada, e o número de vítimas dessa lenta resposta é incomparável. Da mesma forma, o colapso da *Bell Systems*<sup>182</sup> - que acabou gerando uma próspera indústria de tecnologia que se beneficiou das ramificações dos processos regulatórios - encontrou forte resistência inicial.

O surgimento e o rápido crescimento dos monopólios digitais sugere que a resposta às ameaças representadas por essas plataformas deve ser notavelmente mais rápida. Embora pareça claro que a direção que a economia digital está tomando precisa mudar para criar um crescimento inclusivo e de prosperidade compartilhada, é menos claro como isso será feito. O enorme poder concentrado nos atuais monopólios digitais, a complexidade do mundo digital, o rápido desenvolvimento de novas tecnologias e uma crescente instabilidade política tornam a tentativa de mudar de direção uma tarefa difícil. Além disso, não está claro quem deve liderar

---

<sup>181</sup> Embora a capacidade de atingir indivíduos de um determinado perfil comportamental, sociodemográfico e psicológico possa não se apresentar como uma ameaça imediata no contexto da publicidade de bens de consumo, existem muitos outros contextos em que o direcionamento excessivamente preciso pode prejudicar os membros mais vulneráveis da sociedade. Ser capaz de atingir "indivíduos homossexuais que vivem em uma área específica", por exemplo, poderia ser letal em vários países ao redor do mundo. O mesmo se aplica ao direcionamento de pessoas com uma personalidade viciante com anúncios de jogos de azar.

<sup>182</sup> Os Sistemas Bell (Bell Systems, em inglês) era o sistema das empresas, liderado pelo Bell Telephone Company e mais tarde por AT&T, que dominou o setor de serviços de telefonia na América do Norte por 100 anos, desde sua criação em 1877 até a dissolução do setor antitruste no início dos anos 1980. O sistema das empresas era muitas vezes chamado coloquialmente Ma Bell (como em "Mother Bell"), visto que detinha um monopólio vertical sobre produtos e serviços de telecomunicações na maioria das áreas dos Estados Unidos e Canadá.

essa mudança. Em seguida, é apresentado um conjunto de players que poderiam ser os protagonistas do fornecimento de soluções. Cada um deles tem seus próprios incentivos para contribuir para uma resolução e, como tal, o envolvimento de cada um vem com vantagens e desvantagens.

Os governos têm mais poder de regular e de se oporem a monopólios digitais. Dentro de seu arsenal estão as habilidades de regular, multar, dissolver e mudar o curso dos monopólios de maneiras que beneficiem o público e aumentem a prosperidade geral. Os governos podem fazer isso empregando uma ampla gama de ferramentas usadas para combater os monopólios em outros domínios.

Em primeiro lugar, o governo pode empregar leis antitruste usando abordagens empregadas para combater os monopólios de telecomunicações, monopólios de internet e mídia e até mesmo cartéis de bens de consumo embalados nas últimas décadas. A mesma decisão que foi usada no caso *Bell Systems*, por exemplo, poderia ser usada para dividir o Google em empresas separadas que não têm permissão para compartilhar bases de usuários, dados ou recursos (por exemplo, “Gmail”, “Maps”, “YouTube”, etc.).

Em segundo lugar, o governo poderia encorajar ativamente a concorrência. Pode fazer isso forçando as plataformas digitais a fornecerem a propriedade e o controle dos dados aos usuários, tornando mais fácil para os demais mudar para uma plataforma concorrente se o serviço atual for insatisfatório. Terceiro, o governo poderia forçar audiências públicas com os chefes dos monopólios. Isso daria ao público uma chance para revisar e discutir com transparência as estratégias empregadas por esses monopólios digitais. Quarto, o governo poderia exigir o equivalente a uma "divulgação financeira" trimestral do "uso de dados". As empresas, nesse caso, seriam obrigadas a informar a todos os usuários sobre seu “valor de mercado efetivo para a plataforma” - ou seja, quanto o usuário vale para a empresa. Isso criaria maior transparência de dados para os usuários e a mídia e fornecerá uma base para os usuários decidirem se desejam continuar usando o serviço como está ou se desejam mudar o contrato<sup>183</sup>.

Quinto, o governo poderia gerar o equivalente a um sistema de auditoria de terceiros para os monopólios digitais. Semelhante à forma como o governo exige que os bancos tenham “testes de penetração” conduzidos por hackers que relatam os resultados para um terceiro, o governo poderia introduzir protocolos de auditoria para monopólios digitais. Tal mandato tende

---

<sup>183</sup> O relatório da Universidade de Chicago acerca da problemática entre plataformas digitais e monopólios sugere que, por exemplo, se um usuário descobrir que seu valor para, digamos, o Facebook é de \$100 por trimestre, ele pode escolher pagar \$100 e pedir que suas informações não sejam compartilhadas com ninguém.

a melhorar a segurança das plataformas, e dirimir dúvidas sobre o manuseio de dados pessoais. Por exemplo, questões como se os dados são realmente excluídos quando solicitados ou simplesmente “marcados como deletada” no banco de dados seriam respondidas.

A mídia desempenha um papel central na configuração do sistema, sinalizando, e incentivando os outros atores aqui discutidos. Os meios de comunicação são responsáveis por publicizar problemáticas relacionadas aos monopólios digitais, por expor os riscos que representam para o próprio tecido das nossas instituições e da democracia, e por cobrir e explicar as motivações subjacentes aos diferentes atores de forma a torná-los acessíveis ao público. Na verdade, a mídia tem o poder de criar normas sociais que podem apoiar e encorajar outros atores (funcionários públicos, reguladores, corporações, hackers, etc.) a operar de forma eficaz. Além disso, a mídia funciona como fonte de informações investigativas e fornece um refúgio para denunciantes, que são uma parte essencial de um sistema de freios e contrapesos.

O uso da maioria dos dispositivos e serviços digitais é voluntário. Os usuários não são obrigados a navegar no *Facebook* por horas a cada dia ou a carregar smartphones aonde quer que vão. Com uma visão libertária, pode-se argumentar que grande parte da responsabilidade recai sobre o usuário. Na verdade, os usuários têm muitas alavancas para impactar o comportamento dos monopólios digitais. Os mesmos poderiam solicitar um relatório dos dados pessoais que o serviço possui, verificar a veracidade das informações usando mais de uma fonte de notícias, atualizar as configurações de privacidade e restringir o acesso da empresa e uso de seus dados ou ainda engajar-se na resposta civil pública (por exemplo, manifestações, votações) para resistir ao monopólio.

Como regra geral, os usuários devem perceber que, “se você não está pagando por isso, você é o produto que está sendo vendido para outra pessoa”. Isso ajudará a orientar seu comportamento e, potencialmente, a navegar na escolha de soluções dadas as atitudes complacentes que atualmente prevalecem entre os usuários. Embora o incentivo para que os monopólios digitais sustentem seu modelo de negócios atual pareça razoável, os estudiosos argumentam que, na verdade, é de seu próprio interesse se tornarem mais transparentes e que forneçam acesso aberto aos seus dados, mantendo os algoritmos analíticos protegidos como propriedade intelectual.

Como os monopólios digitais originalmente trabalhavam sob o *ethos* de missões sociais audaciosas, como "não faça mal", "conecte o mundo" ou "organize as informações do mundo", é provável que retorne a esse *ethos* e opere sob a premissa de transparência e controle do usuário para aumentar - em vez de diminuir - o uso público e a confiança em seus serviços. É importante

ressaltar que, ao manter os algoritmos para analisar os dados, ao mesmo tempo em que dá aos usuários o controle sobre os dados, pode ainda reter um modelo de negócios forte que cria um ciclo de feedback positivo entre o interesse / confiança do consumidor e a lucratividade<sup>184</sup>.

Os avanços tecnológicos introduzidos pelas plataformas digitais permitem que bilhões de pessoas ao redor do mundo se conectem entre si e, portanto, têm sido cruciais para impulsionar o acesso à informação, aumentar a produtividade econômica e contribuir para a estabilidade política. Como tal, eles têm o potencial de promover e minar o bem-estar social. Para colher os benefícios dos avanços tecnológicos proporcionados pelos monopólios digitais e, ao mesmo tempo, reduzir seus efeitos adversos sobre os indivíduos e a sociedade, é necessário desenvolver e empregar soluções que mitiguem os perigos dos monopólios digitais não regulamentados.

Não passou despercebido que, embora tenha levado muitas décadas para responder às ameaças representadas por indústrias como a indústria do tabaco, a velocidade com que a tecnologia se desenvolve agora exige uma resposta muito mais rápida e coordenada de todos os atores mencionados. É difícil prever qual solução será mais eficaz. Na verdade, a melhor solução quanto a indústria do tabaco acabou não sendo os impostos, regulamentações ou qualquer uma das grandes soluções, mas sim a simples campanha contra o “fumo passivo” (que fumar prejudica o indivíduo)<sup>185</sup>. Efeitos indiretos semelhantes podem ser reivindicados para a economia da atenção. O tempo de uma pessoa concentrado em assistir a conteúdo de marketing não é bem gasto em uma sociedade ativa. Nem sempre percebemos, mas todos sofremos com isso. Uma chamada à ação por qualquer uma das partes pode, portanto, ser um fator chave para a mudança.

### **3.4 Possíveis ferramentas de controle de dados em busca de se evitar a ocorrência de monopólios**

O rápido e amplo desenvolvimento de serviços digitais tem estado no centro das

---

<sup>184</sup> Por exemplo o relatório “Social Networks, Personalized Advertising, and Privacy Controls”, escrito por Catherine Elizabeth e que pode ser encontrado no link: <https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/99170>.

<sup>185</sup> GLANTZ, Stanton. **Tobacco taxes are NOT the most effective tobacco control policy (as actually implemented)**. Center for Tobacco control research and education. January 11, 2014. Disponível em: <<https://tobacco.ucsf.edu/tobacco-taxes-are-not-most-effective-tobacco-control-policy-actually-implemented>>. Acesso em 30 ago. 2021.



mudanças digitais que impactam nossas vidas. Muitas novas maneiras de se comunicar, comprar ou acessar informações online surgiram e estão em constante evolução. É importante garantir que a legislação europeia evolua com eles. As plataformas online criaram benefícios significativos para os consumidores e a inovação, e ajudaram o mercado interno da União Europeia a se tornar mais eficiente. Facilitaram também o comércio transfronteiriço dentro e fora da União. Isso abriu novas oportunidades para uma variedade de empresas e comerciantes europeus, facilitando sua expansão e acesso a novos mercados.

Conforme abordado anteriormente, embora haja um amplo consenso sobre os benefícios dessa transformação, os problemas que surgem têm inúmeras consequências para nossa sociedade e economia. Os serviços online também estão sendo usados indevidamente por sistemas algorítmicos manipuladores para amplificar a disseminação da desinformação e para outros fins prejudiciais. Esses novos desafios e a forma como as plataformas os enfrentam têm um impacto significativo sobre os direitos fundamentais online.

Observando os artigos 101<sup>o186</sup> e 102<sup>o187</sup> do Tratado de Funcionamento da União

---

<sup>186</sup> Artigo 101°. São incompatíveis com o mercado interno e proibidos todos os acordos entre empresas, todas as decisões de associações de empresas e todas as práticas concertadas que sejam suscetíveis de afetar o comércio entre os Estados-Membros e que tenham por objetivo ou efeito impedir, restringir ou falsear a concorrência no mercado interno, designadamente as que consistam em: a) Fixar, de forma direta ou indireta, os preços de compra ou de venda, ou quaisquer outras condições de transação; b) Limitar ou controlar a produção, a distribuição, o desenvolvimento técnico ou os investimentos; c) Repartir os mercados ou as fontes de abastecimento; d) Aplicar, relativamente a parceiros comerciais, condições desiguais no caso de prestações equivalentes colocando-os, por esse facto, em desvantagem na concorrência; e) Subordinar a celebração de contratos à aceitação, por parte dos outros contraentes, de prestações suplementares que, pela sua natureza ou de acordo com os usos comerciais, não têm ligação com o objeto desses contratos. 2. São nulos os acordos ou decisões proibidas pelo presente artigo. 3. As disposições no n.1 podem, todavia, ser declaradas inaplicáveis: — a qualquer acordo, ou categoria de acordos, entre empresas, — a qualquer decisão, ou categoria de decisões, de associações de empresas, e C 202/88 Jornal Oficial da União Europeia 7.6.2016 PT — a qualquer prática concertada, ou categoria de práticas concertadas, que contribuam para melhorar a produção ou a distribuição dos produtos ou para promover o progresso técnico ou económico, contanto que aos utilizadores se reserve uma parte equitativa do lucro daí resultante, e que: a) Não imponham às empresas em causa quaisquer restrições que não sejam indispensáveis à consecução desses objetivos; b) Nem deem a essas empresas a possibilidade de eliminar a concorrência relativamente a uma parte substancial dos produtos em causa.

<sup>187</sup> Artigo 102°. É incompatível com o mercado interno e proibido, na medida em que tal seja suscetível de afetar o comércio entre os Estados-Membros, o facto de uma ou mais empresas explorarem de forma abusiva uma posição dominante no mercado interno ou numa parte substancial deste. Estas práticas abusivas podem, nomeadamente, consistir em: a) Impor, de forma direta ou indireta, preços de compra ou de venda ou outras

Europeia (TFUE) e as normas equivalentes nacionais no âmbito de concorrência relacionadas aos comportamentos multilaterais e unilaterais anticoncorrenciais e ao controle da concentração de empresas possuem como foco a defesa da competição não deturpada no mercado. Há no entanto a necessidade de se observar que a disputabilidade e as práticas anticompetitivas no setor digital vem ocorrendo frequentemente em alguns serviços digitais, mais do que em outros<sup>188</sup>.

É interessante que sejam mencionados os serviços em formato digital em que ocorre o seu uso generalizado para de forma majoritária agirem como intermediários entre os utilizadores profissionais e os utilizadores finais. Nesse caso podemos observar prevalentemente características como economias de escala, os efeitos de rede, a possibilidade de constituir uma conexão entre diversos utilizadores profissionais e muitos usuários finais utilizando-se da característica multilateral de tais sistemas, além da carência de multiconectividade ou integração de forma vertical.

Geralmente, tais serviços acabam sendo prestados por um só prestador ou número muito pequeno de prestadores de grande proporção. Dessa forma, tais prestadores de serviços essenciais no modelo de plataformas acabam por se tornarem reguladores do acesso para usuários profissionais e usuários finais, com consequências profundas, apresentando a habilidade de instituir com facilidade cláusulas contratuais comerciais de forma unilateral e danosa para os seus usuários profissionais e usuários finais. Interessa então, voltar a atenção para serviços no formato digital que são utilizados de forma ampla por usuários profissionais e usuários finais e nas circunstâncias em que, baseando-se nas conjunturas de mercado atuais, os anseios em relação à fraca disputabilidade e práticas desonestas dos reguladores de acesso são mais expostos e urgentes visando-se o mercado interno.

A questão de um serviço em formato digital ser conceituado como um serviço

---

condições de transação não equitativas; b) Limitar a produção, a distribuição ou o desenvolvimento técnico em prejuízo dos consumidores; c) Aplicar, relativamente a parceiros comerciais, condições desiguais no caso de prestações equivalentes colocando-os, por esse facto, em desvantagem na concorrência; d) Subordinar a celebração de contratos à aceitação, por parte dos outros contraentes, de prestações suplementares que, pela sua natureza ou de acordo com os usos comerciais, não têm ligação com o objeto desses contratos.

<sup>188</sup> COMISSÃO EUROPEIA. **COM(2020) 842 final 2020/0374 (COD)**. Regulamento do Parlamento Europeu e do conselho relativo à disputabilidade e equidade dos mercados no setor digital (Regulamento Mercados Digitais). p. 20. Disponível em:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020PC0842&from=pt>. Acesso em 17 jul. 2021.

fundamental de plataforma em consequência do seu uso generalizado e pela sua relevância na determinação de um canal entre usuários profissionais e usuários finais não acarreta, intrinsecamente, perturbações severas em relação à matérias como práticas anticompetitivas ou desleais. Essas questões apenas são levantadas quando determinado serviço em formato de plataforma digital passa a constituir meio de entrada relevante e é apresentado por um prestador com repercussão significativa no mercado interno e possui posicionamento que se apresenta enraizado e duradouro ou por um prestador que se presume que irá abranger tamanha posição em um curto período de tempo. Isto posto, interessa o fato de que sejam estabelecidas normas de forma harmônica, podendo ser aplicadas aos seus serviços essenciais de plataforma que, individualmente, são constituídas como portões de entrada relevantes aos utilizadores profissionais para que cheguem aos utilizadores finais<sup>189</sup>.

Apesar de uma série de intervenções direcionadas e específicas do setor a nível da UE, ainda existem lacunas e encargos jurídicos significativos a resolver. A digitalização acelerada da sociedade e da economia criou uma situação em que algumas grandes plataformas controlam ecossistemas importantes na economia digital. Eles surgiram como guardiões dos mercados digitais, com o poder de agir como legisladores privados. Essas regras às vezes resultam em condições injustas para as empresas que usam essas plataformas e em menos opções para os consumidores<sup>190</sup>.

Com estes desenvolvimentos em mente, a Europa requer um quadro jurídico moderno que garanta a segurança dos utilizadores online, estabeleça uma governação com a proteção dos direitos fundamentais na sua vanguarda e mantenha um ambiente de plataforma online justo e aberto. De acordo com o texto da proposta de regulamento do Parlamento Europeu e do conselho relativo à disputabilidade e equidade dos mercados no setor digital (Regulamento

---

<sup>189</sup> Idem. p. 23.

<sup>190</sup> Deve aplicar-se um conjunto de regras particulares aos prestadores de serviços essenciais de plataforma que se prevê que venham a gozar de uma posição enraizada e duradoura num futuro próximo. As mesmas características específicas dos serviços essenciais de plataforma predispoem o mercado a uma oscilação a seu favor: quando um prestador de serviços obtém uma determinada vantagem em relação aos concorrentes ou potenciais desafiadores em termos de escala ou poder de intermediação, a sua posição pode tornar-se inexpugnável, podendo evoluir a tal ponto que haja uma alta probabilidade de se tornar duradoura e enraizada num futuro próximo. As empresas podem tentar provocar esta oscilação e tornar-se detentoras do controle de acesso com recurso a condições e práticas desleais regulamentadas no presente regulamento. Perante uma situação deste tipo, afigura-se adequado intervir antes que o mercado oscile de modo irreversível.

Mercados Digitais), apresentado em 15 de dezembro de 2020<sup>191</sup>, foi realizada uma consulta pública das partes interessadas e das avaliações de impacto<sup>192</sup>. Tal consulta obteve resultado positivo no sentido de que há um enorme apoio em relação a que seja feita uma intervenção para que sejam combatidas práticas desonestas por controladores de acesso<sup>193</sup>.

Dessa forma, fica reconhecida a ocorrência de distúrbios estruturais que não estão sendo solucionados perante as normas em matéria de concorrência que possuímos atualmente, onde os atores que precisam lidar com tais questões esperam que novas regras sejam aplicadas. Tendo em vista a natureza movimentada da economia das plataformas, o projeto buscou dispor a proposta de forma que o capítulo I estabelecesse as disposições gerais, definindo os termos que foram utilizados e os propósitos da proposta. Já o capítulo II contém as disposições

---

<sup>191</sup> COMISSÃO EUROPEIA. **COM(2020) 842 final 2020/0374 (COD)**. Regulamento do Parlamento Europeu e do conselho relativo à disputabilidade e equidade dos mercados no setor digital (Regulamento Mercados Digitais). Disponível em:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020PC0842&from=pt>. Acesso em 17 jul. 2021.

<sup>192</sup> A Comissão procedeu a amplas consultas sobre um vasto leque de questões relacionadas com as plataformas em linha, nomeadamente o poder económico de plataformas em linha de grande dimensão que assumem o papel de controladores de acesso. Em primeiro lugar, entre 2 de junho e 8 de setembro de 2020, a Comissão realizou duas consultas públicas distintas que se referiam a duas avaliações de impacto iniciais distintas: i) o pacote associado ao regulamento relativo aos serviços digitais, um instrumento regulamentar ex ante que abrange plataformas em linha de grandes dimensões com efeitos de rede significativos e que atuam como controladores de acesso no mercado interno da União Europeia; ii) o novo instrumento no domínio da concorrência. Em segundo lugar, a Comissão realizou uma consulta às partes interessadas sobre os relatórios provisórios do Observatório da Economia das Plataformas em Linha, que apoiam a presente iniciativa. Em terceiro lugar, os seminários, as conferências e as atividades de investigação realizadas pelo Centro Comum de Investigação (JRC) contribuíram para a definição do problema e ajudaram a identificar opções políticas preliminares. Além dos instrumentos de consulta utilizados, os serviços da Comissão reuniram-se a nível bilateral com partes interessadas no contexto das consultas públicas e no período de apresentação de comentários sobre as avaliações de impacto iniciais. Por fim, um diálogo estruturado com os Estados-Membros, nomeadamente por meio do Grupo de Peritos em Comércio Eletrónico e de intercâmbios e conferências bilaterais e multilaterais, contribuiu para a concessão das opções políticas.

<sup>193</sup> COMISSÃO EUROPEIA. **COM(2020) 842 final 2020/0374 (COD)**. Regulamento do Parlamento Europeu e do conselho relativo à disputabilidade e equidade dos mercados no setor digital (Regulamento Mercados Digitais). Disponível em:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020PC0842&from=pt>. Acesso em 17 jul. 2021. p. 9.

relativas à designação dos controladores de acesso e o capítulo III determina as práticas dos controladores que acesso que limitam a disputabilidade e são desleais.

O quarto capítulo propõe as normas para a execução de pesquisas de mercado, enquanto o quinto capítulo apresenta as normas em relação ao controle da execução do regulamento. Por último, no sexto capítulo, encontramos diretivas acerca de outros tópicos gerais. É importante ainda ser mencionado o papel da cooperação multilateral na governança da internet. Devido aos seus atributos sociais e econômicos como bem público, a internet requer intervenção governamental e cooperação internacional para atingir um nível ótimo de provisão. O princípio da subsidiariedade define o nível em que a intervenção é mais eficiente em seu fornecimento, dita a jurisdição das questões que envolvem a governança da internet e destaca o papel dos governos.

O princípio da subsidiariedade pode ser definido como “a ideia de que os problemas devem ser resolvidos o mais próximo de onde ocorrem”. A subsidiariedade equivale a “mover a tomada de decisão sobre as prioridades e a implementação o mais próximo possível do nível local”. A intenção da subsidiariedade seria “reduzir os problemas de informação, promover revisões por pares, facilitar o aconselhamento político mais diversificado e, por fim, criar soluções mais adequadas”<sup>194</sup>.

Encontra-se também na doutrina que “a jurisdição política deve coincidir o mais próximo possível com a região de transbordamentos para que aqueles afetados pelo bem público determinem sua decisão de provisão”. É também esclarecida a importância econômica da subsidiariedade no fornecimento de bens públicos: quando a jurisdição coordenadora ultrapassa o alcance das repercussões do bem público, existe a possibilidade de excesso de oferta; quando a jurisdição coordenadora não atinge todos os agentes afetados, existe a possibilidade de falta de oferta <sup>195</sup>.

## CONCLUSÃO

O rápido desenvolvimento de plataformas de internet baseadas na economia digital aumentou muito a influência da economia de plataforma. Acordos "alternativos", efeitos de rede e o oferecimento de produtos e serviços em mercados a “preço zero”, sugerem que as leis

---

<sup>194</sup> INGE, Kaul. (eds.). 1999. **Global Public Goods: International Cooperation in the 21st Century**. New York: Oxford University Press. p. 103.

<sup>195</sup> Sandler, Todd. 2004. **Global Collective Action**. Cambridge: Cambridge University Press. p. 85.

antitruste já existentes precisam ser alteradas para um novo tipo de monopólio. Exemplificado na questão acima mencionada, na internet, existem diversos produtos que se apresentam a preço zero, o que desafia o método de identificação tradicional de definir os limites do mercado. Com base na lealdade do usuário único do mercado bilateral e da economia digital, o método quantitativo absoluto de determinar o posicionamento de domínio do mercado precisa incluir a consideração da rede, bloqueio de benefícios e construção de barreiras para julgar a capacidade da plataforma de eliminar e influenciar a concorrência.

Além disso, o comércio eletrônico opera nacional e internacionalmente. As empresas fundam por operar sob legislações diferentes que também podem estar em contradição umas com as outras. Isso leva em conta especialmente regulamentos como proteção e privacidade dos dados do usuário. Na prática, isso significa que as empresas não podem coletar os mesmos dados sobre os usuários em países diferentes. Atualmente, a regulamentação mais exigente sobre proteção de dados é o RGPD na UE, que defende a privacidade do usuário (fato apresentado como benefício para o mesmo), mas, por outro lado, torna mais difícil para as empresas obterem as informações para vendas e marketing. Nos Estados Unidos, não existem tais regulamentações de forma tão estrita, e as empresas podem acessar os dados dos clientes facilmente, o que significa que existe um desequilíbrio entre as legislações de tais blocos.

Como dados centrais da plataforma, o algoritmo é neutro. Ainda, podemos observar no presente trabalho que o simples uso das plataformas pelos usuários torna os algoritmos ferramentas monopolistas das plataformas da internet. Ao mesmo tempo, é urgente regulamentar estritamente os dados e algoritmos nos aspectos de coleta, divulgação e uso.

Agora, mais do que nunca, novas regulamentações são necessárias para resolver o problema de monopólios e práticas comerciais desleais no comércio eletrônico. Os “gigantes da tecnologia” estão agindo como monopolistas em seus campos devido à falta de regulamentação adequada, já que a legislação convencional não aborda os novos modelos de negócios. A legislação tradicional defende os consumidores de preços injustamente altos, porém, os “gigantes da tecnologia” estão dando novos produtos de graça ou a preços mais baixos, de forma que os clientes costumam pagar com seus dados pessoais.

Na nova era, a falta de regulamentações das relações das plataformas de e-commerce deve ser gradualmente aprimorada por meio da inovação, e a aplicação de um novo formato da lei antimonopólio também deve ser implementada por meio da cooperação dos Estados de Direito, buscando atingir o objetivo de manter a ordem de concorrência saudável no mercado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBAGLI, Sarita. **Novos Espaços de Regulação na Era da Informação e do Conhecimento.** Informação e globalização na era do conhecimento. Campus: Rio de Janeiro. 1999. p. 291-293.  
**and Data Protection.** v. 14, n. 2, p. 11 – 13, 2013.

ATKINSON, Robert. Designing a Global System to Maximize Innovation. **Information technology and innovation foundation.** March 2014.

BANCO MUNDIAL. **Information and Communications for Development 2012: Maximizing Mobile.** Washington, DC: World Bank. DOI: 10.1596/978-0-8213-8991-. 2012.

BELLEFLAMME, P., PEITZ, M. (2010). **Markets with goods.** In **Industrial Organization: markets and strategies.** Cambridge: Cambridge University.

BIRTHWHISTLE, Tom. **The rise of China's silicon dragon.** Hong Kong: 2016. 19.p. Relatório PWC. Disponível em: <<https://www.pwc.com/sg/en/publications/assets/rise-of-china-silicon-dragon.pdf>>. Acesso em 09 dez. 2020.

BRADFORD, Anu et al., Competition Law Gone Global: **Introducing the Comparative Competition Law and Enforcement Datasets**, 16 J. EMPIRICAL LEGAL STUD. 411 (2019).2021.

BRITTO, Tatiana Alessio. **Neutralidade de Redes – Mercados de Dois Lados, Antitruste e Regulação.** 2018. 337 f. Tese de Doutorado. Departamento de Economia da Universidade de Brasília. Disponível em:  
<[https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/33923/1/2018\\_TatianaAlessiodeBritto.pdf](https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/33923/1/2018_TatianaAlessiodeBritto.pdf)>.  
Acesso em 13 fev. 2021.

CANAZZA, Mario. **The Internet as a global public good and the role of governments and multilateral organizations in global internet governance.** Meridiano 47 - Journal of Global Studies. 2018.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede Do Conhecimento à Ação Política**. Conferência promovida pelo Presidente da República. Centro Cultural de Belém. Imprensa Nacional – Casa da Moeda. 2005.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 7a ed. São Paulo: Paz e Terra. 2000. p. 64-65.

CASTRO NETO, J. L. et al. Comércio Eletrônico: análise dos fatores críticos. **Revista de Negócios**. n. 9, mar. 2010.

COMISSÃO EUROPEIA. Comunicação da comissão ao parlamento europeu e ao conselho. **As regras de proteção de dados como instrumento gerador de confiança dentro e fora da UE – ponto da situação**. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52019DC0374&from=BG>>. Acesso em 27 jun. 2021.

COMISSÃO EUROPEIA. **Declaração conjunta sobre comércio eletrônico**. Proposta da UE para disciplinas e compromissos da OMC. 26 abr. 2019. Disponível em: <[https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2019/may/tradoc\\_157880.pdf](https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2019/may/tradoc_157880.pdf)> . Acesso em 19 jan. 2021.

COMISSÃO EUROPEIA. **EU trade policy. WTO negotiations on e-commerce**. Civil society dialogue. 5 dez. 2019. Disponível em: <[https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2020/january/tradoc\\_158557.pdf](https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2020/january/tradoc_158557.pdf)> . Acesso em 19 jan. 2021.

CORY, Nigel. The worst innovation mercantilist policies of 2016. **Information technology and innovation foundation**. January 2017.

CRÉMER, Jacques. **Competition policy for the digital era**. Report European Commission, 2019. Disponível em: <<https://op.europa.eu/pt/publication-detail/-/publication/21dc175c-7b76-11e9-9f05-01aa75ed71a1>>. Acesso em 20 de jan. de 2019.

DIGITAL GUARDIAN. **A timeline of the Ashley Madison hack**. July 27, 2017. Disponível em: <https://digitalguardian.com/blog/timeline-ashley-madison-hack>. Acesso em 16 jul. 2021.



EISENACH, Jeffrey A. **The economics of zero rating. Research paper for the National Economics Research Associates (NERA).** NERA economic consulting. 2015.

EPSTEIN, Robert. **The unprecedented power of digital platforms to control opinions and votes.: Digital Platforms and Concentration.** Second Annual Antitrust and Competition Conference Stigler Center for the Study of the Economy and the State University of Chicago Booth School of Business. A Pro-Market Production. 2018.

EUROPEAN COMMISSION. **EU-US data transfer.** Disponível em: <[https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/international-dimension-data-protection/eu-us-data-transfers\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/international-dimension-data-protection/eu-us-data-transfers_en)>. Acesso em 11 dez. 2020.

EVANS, David S. SCHMALENSSEE, Richard. **The Antitrust Analysis of Multi-sided Plataform Business.** NBER Working Paper Series. Working Paper 18783. 2015. Disponível em: <http://www.nber.org/papers/w18783>. Acesso em 14 de fev. 2021.

EZRACHI, Ariel; STUCKE, Maurice E. **eDistorcions: how data-opolies are dissipating the internet's potential.** Digital Plataforms and Concentration. Second Annual Antitrust and Competition Conference Stigler Center for the Study of the Economy and the State University of Chicago Booth School of Business. A Pro-Market Production. 2018.

FACEBOOK. **Facebook to Acquire WhatsApp.** Disponível em: <https://about.fb.com/news/2014/02/facebook-to-acquire-whatsapp/>>. Acesso em 23 dez. 2020.

FIGUEIRA, João. **As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade.** Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. 2019.

FINKELSTEIN. Maria. **Direito do comércio eletrônico.** Elsevier: Rio de Janeiro. 2ª edição. 2011.

FRAZÃO, Ana. **Plataformas Digitais, Big Data e riscos para os direitos de personalidade.** In: TEPEDINO, Gustavo; MENEZES, Joyceane Bezerra de (Coord.) *Autonomia Privada, Liberdade Existencial e Direitos Fundamentais.* Belo Horizonte: Fórum. 2019.

GRUNES, Allen; STUCKE, Maurice. Data opolies. **University of Tennessee Legal Studies Research Paper**. No. 316, Mar. 2017.

GLANTZ, Stanton. **Tobacco taxes are NOT the most effective tobacco control policy (as actually implemented)**. Center for Tobacco control research and education. January 11, 2014. Disponível em: <<https://tobacco.ucsf.edu/tobacco-taxes-are-not-most-effective-tobacco-control-policy-actually-implemented>>. Acesso em 30 ago. 2021.

HARARI, Yuval. **Homo Deus: uma breve história do amanhã**. Tradução: Paulo Geiger. São Paulo: Companhia das Letras. 2016.

HELBING, Dirk; POURNARAS, Evangelos. Build Digital Democracy. **Nature**. v.527, 2015.

HILL, Richard. **Notes on E-signatures and Trade**. Nov. 2017. Disponível em: <[https://ourworldisnotforsale.net/2017/Hill\\_E-signatures.pdf](https://ourworldisnotforsale.net/2017/Hill_E-signatures.pdf)>. Acesso em 19 jan. 2021.

HUENG, C. James. **Alternative Economic Indicators**, W.E. Upjohn Institute, 2020.

JUSTO, Mariana Martins da Cruz. **Risco cibernético e Regulamento Geral de Proteção de Dados, adaptação das empresas à nova realidade**. 2018. 122 f. Dissertação (Mestrado em Direito e Mercados Financeiros). Universidade Nova de Lisboa. Faculdade de direito. Lisboa, 2018.

KAUL, Inge. 2013. **Meeting Global Challenges: Assessing Governance Readiness**. In The Governance Report 2013; Hertie School of Governance; Sovereignty, Fiscal Policy, Innovations, Trade-Offs, Indicators, edited by Anheier, Helmut K. Oxford: Oxford University Press.

KAUL, Inge; GRUNBERG, Isabelle; STERN, Marc. (eds.). 1999. **Global Public Goods: International Cooperation in the 21st Century**. New York: Oxford University Press. p.14.

KHAN, Lina. **Amazon's antitrust paradox**. Yale Law Journal. 2017. Disponível em: <[https://www.yalelawjournal.org/pdf/e.710.Khan.805\\_zuvfyeh.pdf](https://www.yalelawjournal.org/pdf/e.710.Khan.805_zuvfyeh.pdf)>. Acesso em 17 mar. 2021.

KHAN, Lina. **What make tech platforms so powerful**. Digital Plataforms and Concentration. Second Annual Antitrust and Competition Conference Stigler Center for the Study of the Economy and the State University of Chicago Booth School of Business. A Pro-Market Production. 2018.

LA RUE, Frank. 2011. **Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression**, United Nations Human Rights Council, Seventeenth session, Agenda Item 3. Geneva: UNHRC.

LAVOURAS, Matilde. **O algoritmo mestre: um bem público global?** In Boletim de ciências económicas, Coimbra, v.62 LXII (2019) 46-76. p.16.

LEVIN, Jonathan. **The Economics of Internet Markets**. NBER Working Paper Series. Working Paper 16852. 2011. Disponível em: < <http://www.nber.org/papers/w16852> > Acesso em 13 de maio de 2019.

MANYIKA, James et al McKinsey Global Institute. **Big data: the next frontier for innovation, competition, and productivity**. Mar. 2011.

MARR, Bernard. **The amazing ways Tesla is using artificial intelligence**. Medium magazine. 24 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/01/08/the-amazing-ways-tesla-is-using-artificial-intelligence-and-big-data/>>. Acesso em 24 dez. 2020.

MARTZ, Sandra; GUY, Rolnik; CERF, Moran. **Solutions to the threats of monopolies**. Digital Plataforms and Concentration. Second Annual Antitrust and Competition Conference Stigler Center for the Study of the Economy and the State University of Chicago Booth School of Business. A ProMarket Production. 2018.

MATTIUZZO, Marcela. **Propaganda online e privacidade: o varejo de dados pessoais na perspectiva antitruste**. In: Revista do IBRAC; RIBRAC, v. 21, n. 26. 2014.

MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor. CUKIER, Kenneth. **Big Data: como extrair volume, variedade, velocidade e valor da avalanche de informações cotidianas**. Tradução de Paulo Polzonoff Junior. 1a. ed. Rio de Janeiro: Elsevier. 2013.

MENDES, Laura. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor**. Linhas gerais de um novo direito fundamental. São Paulo: Saraiva. 2014. Série IDP.

MONTEIRO, Gabriela Reis Paiva. **Big Data e Concorrência: uma avaliação dos impactos da exploração de Big Data para o método antitruste tradicional de análise de concentrações econômicas**. 2017. 145 f. Dissertação (Mestrado) – Fundação Getulio Vargas Escola de Direito do Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/20312>>. Acesso em 13 de janeiro de 2021.

MOTA, Pedro Infante. **Os acordos comerciais preferenciais e o sistema comercial multilateral**. In Boletim de Ciências Económicas da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra. Volume LVII. Tomo II. 2014.

OCAMPO, Jose A. 2013. **Global Economic and Social Governance and the United Nations System. Working Paper**. IPD-ECLAC project on global governance. p.2-8.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **Acordo de tecnologia da informação**. Dezembro de 1996. Disponível em: <[https://www.wto.org/english/tratop\\_e/inftec\\_e/inftec\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/inftec_e/inftec_e.htm)>. Acesso em 19 jan.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **Comunicado da República Popular da China, visando a 11ª conferência ministerial**. Documentos. JOB/GC/110, JOB/CTG/2 JOB/SERV/243, JOB/DEV/39. 16 nov. 2016.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **MIKTA Workshop on electronic commerce.** Speeches - DG Roberto Azevêdo. Disponível em: <[https://www.wto.org/english/news\\_e/spra\\_e/spra132\\_e.htm](https://www.wto.org/english/news_e/spra_e/spra132_e.htm)>. Acesso em 5 dez. 2020.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **Possible way forward on electronic commerce.** JOB/GC/130. 11 jul. 2017.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **Provisions on Electronic Commerce in Regional Trade Agreements.** WTO Working Paper ERSD-2017-11. Disponível em: <<https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract-id=3005148>>. Acesso em 14 dez. 2020.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **Report of panel discussion on "digital industrial policy and development" communication from the African group.** Documento JOB/GC/133. 21 jul. 2017.

ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. **Big Data: Bringing Competition Policy to the Digital Era: Note by Annabelle Gawer.** Documento DAF/COMP/WD(2016)74. 16 dez. 2016. Disponível em: <[https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2016\)74/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2016)74/en/pdf)>. Acesso em 18 dez. 2020.

PASQUALE, Frank. **The black box society. The secret algorithms that control money and information.** Cambridge: Harvard University Press. 2015.

PEREIRA, Alexandre. **Serviços da Sociedade da Informação: Alguns Problemas Jurídicos do Comércio Eletrônico na Internet.** Disponível em: <<https://www.fd.unl.pt/Anexos/Downloads/219.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

PETERSON, Andrea. **The Sony Pictures hack, explained.** WASHINGTON POST. Dec. 12, 2014. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2014/12/18/the-sony-pictures-hack-explained/>. Acesso em 16 jul. 2021.

PRUFER, Jean; SCHOTTMULLER, Christoph. **Competing with Big Data.** TILEC Discussion Paper n. 2017-006. 2017. Disponível em: <[www.poseidon01.ssrn.com/delivery.php?](http://www.poseidon01.ssrn.com/delivery.php?)>. Acesso em 25 abr. 2021.

REACY, Bridget; BAPAT, Anita. **The “Internet of Things” – already in a home near you?** Privacy & Data Protection journal. Volume 14, Issue 2. Disponível em: <<https://www.huntonak.com/images/content/3/4/v3/3421/The-Internet-of-Things-already-in-a-home-near-you.pdf>>. Acesso em 15 jan. 2021.

REINO UNIDO. Office of Communications. **Time spent online doubles in a decade.** Disponível em: <<http://consumers.ofcom.org.uk/news/time-spent-online-doubles/>>. Acesso em 8 de mar. de 2021.

ROSA, F. **Crimes de Informática.** Campinas: Bookseller, 2002. p.61-63.

SALGUEIRO, Teresa. CACHINHO, Herculano. **As relações cidade-comércio. Dinâmicas de evolução e modelos interpretativos.** p. 12-16. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/profile/Herculano\\_Cachinho/publication/304751977\\_As\\_relacoes\\_cidade\\_comercio\\_Dinamicas\\_de\\_evolucao\\_e\\_modelos\\_interpretativos/links/578691bb08aef321de2c6dfb.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Herculano_Cachinho/publication/304751977_As_relacoes_cidade_comercio_Dinamicas_de_evolucao_e_modelos_interpretativos/links/578691bb08aef321de2c6dfb.pdf)>. Acesso em 15 maio 2020.

SANDLER, Todd. 2004. **Global Collective Action.** Cambridge: Cambridge University Press.

SHANE, Scott. **Leaked cables offer raw look at U.S. Diplomacy.** THE NEW YORK TIMES. Nov. 28, 2010. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2010/11/29/world/29cables.html?pagewanted=all>>. Acesso em 16 jul. 2021.

SIMÕES, Isabella de Araújo Garcia. **A sociedade em Rede e a Cibercultura: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e de Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação.** Revista Eletrônica Temática. Ano V, vol. 05, maio/2009. Disponível em: <[https://cursosextensao.usp.br/pluginfile.php/52266/mod\\_resource/content/1/Sociedade\\_Cibercultura.pdf](https://cursosextensao.usp.br/pluginfile.php/52266/mod_resource/content/1/Sociedade_Cibercultura.pdf)>. Acesso em 21 fev. 2021.

SIMON, Herbert. **Designing organizations for an information-rich world**. Baltimore, MD: The Johns Hopkins Press, 1971.

SOKOL, D. Daniel, COMERFORD, Roisin E. **Does Antitrust Have a Role to Play in Regulating Big Data?**. Cambridge Handbook of Antitrust, Intellectual Property and High Tech. Cambridge University Press, Forthcoming, 2016. Acesso em 17 mar. 2021.

SOMA, John; DAVIS, Kevin. Network Effects in Technology Markets: Applying the Lessons of Intel and Microsoft to Future Clashes Between Antitrust and Intellectual Property. **Journal of intellectual property law**, v. 8, issue 1, 2000.

SPAR, Debora L. 1999. **The Public Face of Cyberspace**. In Global Public Goods: International Cooperation in the 21st Century, edited by Inge Kaul, Isabelle Grunberg, and Marc A. Stern, 344-63. New York: Oxford University Press.

STIGLITZ, Joseph E. **Knowledge as a Global Public Good**. In Global Public Goods: International Cooperation in the 21st Century, edited by Inge Kaul, Isabelle Grunberg, and Marc A. Stern. 1999. New York: Oxford University Press.

STUCKE, Maurice E. **Should we be Concerned about Data-Opolies?** Disponível em: <<https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php>>. Acesso em 25 abr. 2021.

STUCKE, MAURICE; GRUNES, ALLEN. **Big data and competition policy**. Oxford University Press; Illustrated edition. 2016.

TAPLIN, Jonathan. **Move Fast and Break Things: “How Facebook, Google, and Amazon Cornered Culture and Undermined Democracy”**. Little, Brown and Company; Illustrated edition. 2017.

TASQUETTO, Lucas; MONTEIRO, Renato. **A economia digital e as negociações sobre a regulação do comércio eletrônico frente à próxima Conferência Ministerial da OMC**. In A organização mundial do comércio e suas novas estratégias / Organizador Instituto Equit Gênero, Economia e Cidadania Global. – Rio de Janeiro: Instituto Equit, 2017.

THE ECONOMIST. **How to think about data in 2019**. Disponível em: <<https://amp.economist.com/leaders/2018/12/22/how-to-thinkabout>> . Acesso em 25 jan. 2021.

THE ECONOMIST. **The new titans. And How to tame them**. 2018. Disponível em: <<https://amp.economist.com/leaders/2018/01/18/how-to-tame-the-tech-titans>>. Acesso em 17 de março de 2021.

THE ECONOMIST. **The world's most valuable source is no longer oil but data: the data economy demands a new approach to antitrust rules**. 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 jan. 2021.

THEIL, Peter Theil. Competition Is for Losers. **Wall Street Journal**. Set. 2014. Disponível em: <[www.wsj.com/articles/peter-thiel-competition-is-for-losers-1410535536](http://www.wsj.com/articles/peter-thiel-competition-is-for-losers-1410535536)>. Acesso em 21 dez. 2020.

TUCKER, Darren; WELLFORD, Hill. **Big Mistakes Regarding Big Data**. American Bar Association. 2014. Disponível em: <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2549044](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2549044)>. Acesso em 17 mar. 2021.

UNITED STATES DEPARTMENT OF COMMERCE. **2016 factoring USA annual report**. Disponível em: <<https://www.manufacturingusa.com/sites/prod/files/Manufacturing%20USA-Annual%20Report-FY%202016-web.pdf>>. Acesso em 11 dez. 2020.

VELLEMAN, J. D. 2001. **The genesis of shame**. Philosophy and Public Affairs. Publicada na versão online em 11 de janeiro de 2005.

WORLD BANK GROUP. **World Development Report 2016: Digital Dividends**. Disponível em: <<https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>>. Acesso em 09 dez. 2020.



WU, Tim. **The Attention Merchants: the epic scramble to get inside our heads.** Nova York: Alfred A. Knopf.

WUNSCH-VINCENT, Sacha; HOLD, Arno. **Towards Coherent Rules for Digital Trade: Building on Efforts in Multilateral Versus Preferential Trade Negotiations,** in TRADE GOVERNANCE IN THE DIGITAL AGE 179, 179 (Mira Burri & Thomas Cottier eds., 2012).