

Desafios e interfaces da defesa da concorrência e da proteção de dados pessoais na economia de plataforma

Diogo Kastrup Richter

Mestrando em Direito Econômico e Desenvolvimento pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). Especialista em Direito Tributário pelo Instituto Brasileiro de Estudos Tributários (IBET). Bacharel em Direito pela PUCPR, com período de estudos na Universidad de Zaragoza (UNIZAR/Espanha). Advogado. *E-mail:* diogo.richter@pucpr.edu.br

Resumo: O avanço tecnológico originou modelos de negócio inéditos, muitos deles orbitando a denominada Economia Digital. Várias de suas atividades empresariais se desenvolvem em plataformas virtuais que congregam e padronizam termos e condições de ofertas de serviços e produtos (Economia de Plataforma). Embora a lógica das plataformas digitais proporcione bem-estar social, elas colocam desafios substanciais em algumas searas do Direito, o que exige a releitura ou a criação de institutos jurídicos. Assim, este estudo objetiva apresentar e discorrer a respeito de tais desafios, no âmbito da Economia de Plataforma, em termos de defesa da concorrência e de proteção de dados pessoais. A primeira seção explora as características da Economia de Plataforma. A segunda seção analisa os desafios que a Economia de Plataforma impõe à defesa da concorrência. A terceira seção examina os pontos de atenção que a dinâmica da Economia de Plataforma apresenta à proteção de dados pessoais. O estudo é guiado pelo método dedutivo e pelo método jurídico exegético.

Palavras-chave: Direito Econômico. Direito da Concorrência. Proteção de Dados Pessoais. Economia de Plataforma. Intervenção do Estado.

Sumário: Introdução – **1** Características e consequências da economia de plataforma – **2** Desafios impostos pela economia de plataforma à defesa da concorrência – **3** Desafios impostos pela economia de plataforma à proteção dos dados pessoais e suas consequências econômicas – Conclusão – Referências

Introdução

A criação de mercados digitais e a digitalização dos mercados estabelecidos são fruto da inovação tecnológica. Este é um fenômeno que ficou evidente após os anos 2000, mormente pela afluência de tecnologias originadas nas décadas de 1980 e 1990 (e.g. popularização dos computadores pessoais e disseminação da *Internet*) a novas tecnologias das décadas de 2000 e 2010 (e.g. popularização dos *smartphones*, inteligência artificial, *Big Data* e *cloud computing*). O desenvolvimento de modelos de negócio inéditos com base na utilização e junção destas tecnologias introduziu os termos “Economia Digital” e “Quarta Revolução Industrial” no vocabulário contemporâneo.

Diversos modelos de negócio da Economia Digital se desenvolvem em espécies de plataformas virtuais que congregam e padronizam termos e condições de ofertas de serviços e produtos. Trata-se da denominada “Economia de Plataforma”, que caracteriza os *marketplaces*, *e-commerces* e redes sociais mais utilizados por internautas. Embora a lógica da Economia de Plataforma proporcione benefícios de bem-estar social aos agentes econômicos, sobretudo pela redução de custos de negociação, as plataformas digitais, dado o ineditismo do tema, apresentam desafios substanciais em algumas searas do Direito, o que exige a releitura ou a criação de institutos jurídicos por parte das autoridades competentes.

Neste sentido, como recorte temático, este estudo objetiva apresentar e discorrer a respeito de tais desafios no âmbito da Economia de Plataforma em termos de defesa da concorrência e de proteção de dados pessoais. Para tanto, destacam-se os institutos jurídicos do Direito da Concorrência, especialmente a Lei nº 12.529/2011 – Lei de Defesa da Concorrência, e do Direito da Proteção de Dados Pessoais, ressaltando-se a Lei nº 13.709/2018 – Lei Geral da Proteção de Dados Pessoais, conhecida como LGPD. Observar-se-á que estas duas searas jurídicas estão entrelaçadas na Economia de Plataforma, haja vista que o dado pessoal é tanto um insumo econômico de plataformas digitais quanto um bem jurídico de titularidade das pessoas naturais.

Na primeira seção, analisam-se as características da Economia de Plataforma e suas consequências em termos de dinâmicas de mercado. Na segunda seção, verificam-se quais os desafios que a Economia de Plataforma impõe à manutenção da livre concorrência e ao discurso antitruste. Na terceira e última seção, discorre-se sobre os desafios ligados à Economia de Plataforma na seara da proteção de dados pessoais, buscando-se uma interface entre os fins institucionais do Direito da Concorrência e o Direito da Proteção de Dados Pessoais. O estudo é guiado pelo método dedutivo e pelo método jurídico exegético.

1 Características e consequências da economia de plataforma

O dado digital é um recurso de enorme valor econômico na Economia Digital. Conforme o *Digital Economy Report* da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, na sigla em inglês), a cadeia de geração de valor do dado passa pelas etapas de coleta, armazenamento, análise e, finalmente, transformação em inteligência digital (informação). Uma vez que o dado se transforme em informação, abrem-se diferentes possibilidades de monetização por meio de variados modelos de negócio, como a venda de publicidades direcionadas (e.g. Google e Facebook), a operação de plataformas de *e-commerce* (e.g. Amazon, Uber,

Airbnb) e a prestação de serviços de computação em nuvem (e.g. AWS, Tencent).¹ Assim, o valor econômico do dado não está na sua forma *crua*, mas reside na *forma* como que é utilizado como informação (tratamento do dado)² para agregar valor em um modelo de negócio.

Um dos principais vetores da Economia Digital que despontam da cadeia de geração de valor mencionada acima são as plataformas digitais. A UNCTAD afirma que o conceito de “plataforma” se refere a um mecanismo que aproxima diversas partes para interação. Plataformas digitais oferecem esses mecanismos *online*, podendo agir como intermediários, quando conectam diferentes grupos de pessoas, ou como infraestruturas, quando diferentes partes podem construir algo sobre ela.³ Como intermediários e provedores de infraestrutura, os proprietários das plataformas conseguem coletar os dados referentes a todo e qualquer evento que ocorra entre os usuários das plataformas, o que se revela ser um fator central nesses modelos de negócio.⁴ A esta forma de organização dos mercados – em forma de plataforma e em progressiva virtualização – dá-se o nome de Economia de Plataforma.⁵

Para Manoel Trindade, as plataformas digitais permitem um maior número de agentes econômicos participando no mercado, um maior número de transações e uma maior padronização de contratos, o que permite comparar e ordenar as pretensões dos agentes econômicos (listagem de ofertas). Segundo o referido autor, o conjunto desses fatores parece estar reduzindo as barreiras à entrada em mercados como um todo, pois estão se reduzindo a necessidade de investimentos mobilizados, fixos e *sunk costs* (investimentos irrecuperáveis). Fala-se em uma tendência à “bursatilização dos mercados”, haja vista que as características das plataformas digitais as assemelham a estruturas de mercados burstáteis.⁶

Em razão desses fatores, a Economia de Plataforma proporciona benefícios notáveis ao sistema de mercado. Conforme Manoel Trindade, a grande contribuição da Economia de Plataforma, em termos de ganho de eficiência econômica, é a redução severa dos custos de transação que ela proporciona ao facilitar a aproximação entre oferta e demanda e o monitoramento do comportamento dos agentes econômicos. Em específico, reduzem-se ou eliminam-se por completo os custos de negociação (*bargain costs*) com a padronização de ofertas e demandas,

¹ CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE COMÉRCIO E DESENVOLVIMENTO, 2019, p. 45.

² “Tratamento”, conforme a Lei nº 13.709/2018, significa toda e qualquer operação realizada com dados, como coleta, produção, classificação, utilização, acesso, processamento, avaliação e transferência (art. 5º, X).

³ CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE COMÉRCIO E DESENVOLVIMENTO, *op. cit.*, p. 46.

⁴ *Ibid.*, p. 48

⁵ TRINDADE, 2020, p. 1985.

⁶ *Ibid.*, p. 1986-1988

restringindo-se as partes a aceitar ou não os termos e condições da transação.⁷ Além disso, plataformas digitais têm diminuído barreiras geográficas de mercado e possibilitado o aparecimento de novos mercados e modelos de negócio por meio da combinação de recursos em formas antes desconhecidas.⁸

Nada obstante os ganhos de eficiência *intra-plataforma* acima descritos, as dinâmicas econômicas da Economia de Plataforma revelam desafios para a manutenção da livre concorrência – um dos pilares do regime de mercado, que rege a ordem econômica da Constituição Federal de 1988 (vide o art. 170, IV).⁹ Observa-se que os fatores responsáveis pelas altas taxas de crescimento de plataformas digitais são, também, responsáveis por falhas de mercado. Descrevem-se alguns a seguir, especialmente com base no Documento de Trabalho nº 05/2020 do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), em que a autoridade antitruste brasileira tratou de revisar as principais publicações de autoridades concorrenciais e de centros de pesquisa de outros países a respeito dos desafios que mercados digitais representam à ampla e livre concorrência.¹⁰

Um dos fatores – senão o principal fator – que gera crescimento em plataformas digitais é o efeito de rede (*network effect*). Segundo a UNCTAD, trata-se do benefício obtido por um indivíduo quando outros indivíduos se juntam àquela plataforma. O efeito de rede é capaz de gerar o efeito de travamento (*lock-in*) – as crescentes possibilidades de indivíduos não migrarem para outras plataformas.¹¹ Afinal, quanto mais agentes de mercado participarem de uma determinada plataforma, maior será a oferta e procura de transações que ela proporcionará (seja ela uma rede social, um *marketplace* ou qualquer outra espécie de plataforma), o que diminuirá o interesse dos usuários em buscar alternativas.

O efeito de rede, por sua vez, caracteriza a tendência das plataformas digitais ao denominado *tipping effect*: a competição pelo mercado é inicialmente intensa entre concorrentes, mas rapidamente tende à concentração de mercado em poucos ou em um único agente de mercado ultradominante.¹² Estes fatores característicos da Economia de Plataforma revelam falhas de mercado. Como as plataformas mais bem-sucedidas são aquelas que concentram o maior número de usuários (e o mais brevemente possível), há incentivos para que plataformas digitais desestimulem ou

⁷ *Ibid.*, p. 2000-2001

⁸ CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 36.

⁹ Os fundamentos e objetivos da ordem econômica constitucional serão tratados com mais detalhes na seção seguinte deste estudo.

¹⁰ CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 7. Analisaram-se estudos dos reguladores antitruste do Reino Unido, França, Alemanha, Holanda, Portugal, União Europeia, Canadá, Austrália, Japão, México e Índia, bem como um estudo do Stigler Center, da Universidade de Chicago (EUA) (*ibid.*, p. 8-10).

¹¹ CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE COMÉRCIO E DESENVOLVIMENTO, *op. cit.*, p. 48.

¹² STIGLER COMMITTEE ON DIGITAL PLATFORMS. Stigler committee on digital platforms: final report, 2019 *apud* CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 14.

impeçam o *multi-homing* (acesso a múltiplas plataformas) pelos usuários. Algumas estratégias adotadas para tanto são a imposição de termos de uso de plataformas anticompetitivos, a venda casada de serviços digitais e a dificuldade técnica ou impossibilidade de interoperabilidade entre plataformas.¹³ Isso acaba por gerar barreiras de entrada a outros competidores que almejam concorrer com plataformas digitais dominantes, o que pode ser danoso à livre concorrência.

Aliado a essas questões, o uso intensivo de dados na cadeia de geração de valor da Economia de Plataforma conduz a mais falhas de mercado. Quando o dado é transformado em informação (após o tratamento na cadeia de valor), ele agrega valor ao seu detentor e é aplicado em diferentes processos produtivos das plataformas digitais. Isso permite que o dado, antes de natureza jurídico-econômica de não rivalidade,¹⁴ passe a ser de uso exclusivo (privado) por meio de contratos ou em razão de normas que protegem o segredo comercial e industrial.¹⁵

Em razão disso, há uma tendência ao monopólio do uso exclusivo de dados para torná-los mais valiosos a quem os detém ou os controla, o que pode impactar a competição em mercados primários e secundários (externalidades).¹⁶ Os efeitos das chamadas economias de escala e de escopo explicam esse fenômeno: grandes plataformas digitais, com mais dados, conseguem melhorar seus produtos a custos mais baixos do que empresas menores, assim como adentrar em novos mercados a custos mais baixos do que outras empresas. Este ciclo de maior escala e acesso a dados, protegidos por direitos de uso exclusivo, gera relevantes barreiras à entrada nos mercados digitais.¹⁷

Este fenômeno impacta diretamente a forma de precificação das plataformas digital e reforçar a dominância de mercado. Conforme relata o Cade, o Stigler Center aponta que consumidores, em geral, “pagam” por serviços digitais não com dinheiro, mas com dados pessoais e tempo despendido na plataforma. É a questão do “preço zero” que, no caso dos mercados digitais, impactam manipulações comportamentais na competição entre agentes. Isso porque o “preço zero” limita a competição por preço: domina o mercado exclusivamente aquele que tiver o produto de melhor qualidade. Não há gradação de qualidade/preço como normalmente

¹³ FURMAN *et al.* 2020, *op. cit.*, p. 13.

¹⁴ A natureza de não rivalidade do dado significa que pode ser utilizado, replicado e reutilizado múltiplas vezes, simultaneamente e sem exaustão. Cf. UNCTAD, p. 49.

¹⁵ GRAEF, 2016, p. 262. Na legislação brasileira, veja-se que o art. 195, XI, da Lei nº 9.279/1996, tipifica como crime de concorrência desleal quem utilizar, sem autorização, conhecimentos, informações ou dados confidenciais de uso comercial, excluídos os que sejam de conhecimento público.

¹⁶ CRÉMER; MONTJOYE; SCHWEITZER, 2020, *op. cit.*, p. 26-27.

¹⁷ STIGLER COMMITTEE ON DIGITAL PLATFORMS. Stigler committee on digital platforms: final report, 2019 *apud* CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 22-23.

ocorre em mercados envolvendo produtos e serviços pagos.¹⁸ Este processo reforça o potencial de dominância dos agentes já estabelecidos, além de estabelecer assimetrias informacionais entre plataformas e consumidores – estes geralmente são incapazes de compreender a extensão das consequências do tratamento de dados em larguíssima escala.¹⁹

Diante dos fatores acima descritos, afere-se que a Economia de Plataforma tem uma forte tendência à concentração do poder de mercado, o que gera monopólios. Embora monopólios operem com maior eficiência produtiva (quanto maior o porte do competidor, menor o custo de produção), as dinâmicas de mercado ficam restritas às escolhas dos agentes monopolistas, que não necessariamente distribuem os benefícios da economia de escala com o mercado consumidor. Pelo contrário: a tendência é que a diminuição da concorrência incentive preços mais elevados, produtos e serviços de menor qualidade e conseqüentemente, diminuição do bem-estar dos consumidores.²⁰ Ainda que algumas plataformas operem sob “preço zero”, estas empresas, titulares de grande poder de mercado, são capazes de controlar o acesso a determinados serviços, cobrar altas taxas de acesso, manipular *rankings* em prol de serviços e produtos indicados por estas empresas e controlar reputações.²¹ É o que se denomina de “custo social do monopólio”.²²

Tais questões interessam ao arcabouço do direito concorrencial e antitruste, que visa reprimir o abuso do poder econômico (art. 173, §4º, da CF/88). Interessa, por conseguinte, ao Cade, que zela pela observância da Lei nº 12.529/2011. Também o desafia para cumprir suas funções, dadas as peculiaridades das dinâmicas concorrenciais desenvolvidas na Economia de Plataforma. É o que será explorado na próxima seção.

2 Desafios impostos pela economia de plataforma à defesa da concorrência

Segundo Maria Carla Ribeiro e Renata Kobus, para que o regime jurídico-econômico brasileiro, fundado na propriedade, na livre iniciativa e na livre concorrência,

¹⁸ STIGLER COMMITTEE ON DIGITAL PLATFORMS. Stigler committee on digital platforms: final report, 2019 *apud* CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 30-31.

¹⁹ FURMAN *et al.*, 2020, p. 22. Segundo Bruno Bioni, o conceito do *Big Data* representa o cume do processo de uso massivo de dados explanado: a tecnologia atual permite que um enorme volume de dados seja estruturado e analisado para diversas finalidades. A grande diferença do *Big Data* para outras metodologias de processamento de dados é que, naquele, os dados não precisam estar estruturados para que sejam tratados. Assim, a partir do tratamento de dados em níveis descomuns, é possível correlacionar uma série de fatos para revelar padrões e probabilidades de ocorrência de eventos (BIONI, 2019, p. 39-41).

²⁰ SANTACRUZ, 2002, p. 6.

²¹ FURMAN *et al.*, 2020, p. 17.

²² SANTACRUZ, *op. cit.*, p. 6

seja compatível com os ideais de desenvolvimento socioeconômico, é necessário que a atuação dos agentes econômicos ocorra em um determinado mercado. No entanto, mercados são usualmente permeados de falhas (a exemplo do retratado na seção anterior). Por isso, o Poder Público possui instrumentos de intervenção na ordem econômica com o fim de evitar ou minimizar essas imperfeições – alguns destes previstos na Lei nº 12.529/2011 (Lei de Defesa da Concorrência).²³

Nesse sentido, o Direito da Concorrência é parte do Direito da regulação econômica, este último conceituado por Egon Bockmann Moreira como “aquele conjunto de ações jurídicas que visam estabelecer parâmetros de conduta econômica em determinado espaço-tempo”.²⁴ Adiciona que se regula “um capitalismo funcionalizado à justiça social”, por cuja decorrência consideram-se regulares os comportamentos econômicos que respeitem o sistema constitucional brasileiro.²⁵

O fato de a ordem econômica ser funcionalizada em prol da justiça social significa que seus instrumentos jurídicos devem ser voltados aos princípios da ordem constitucional. Sob essa perspectiva, Ana Frazão declara que o discurso do Direito Concorrencial deve adotar a temática da justiça distributiva: se a ordem econômica constitucional tem a finalidade de assegurar a todos uma existência digna, segundo os ditames da justiça social, impõe-se aos titulares do poder econômico responsabilidade perante a sociedade.²⁶

Em se tratando de regulação econômica, as discussões envolvendo a aplicação do Direito Concorrencial são permeadas pelas noções de *eficiência*.²⁷ Em termos de teoria econômica, estas são bastante diversas e possuem vários critérios de mensuração.²⁸ Frazão sustenta haver problemas em se eleger *exclusivamente* a eficiência, pelo menos nas concepções mais clássicas (e.g. produtiva e alocativa), como único escopo do Direito da Concorrência, pois há dificuldades em se mensurar e quantificar o bem-estar do consumidor com base nesse critério.²⁹ Assevera,

²³ RIBEIRO; KOBUS, 2013, p. 185.

²⁴ MOREIRA, 2013, p. 91.

²⁵ *Ibid.*

²⁶ FRAZÃO, 2017, p. 50.

²⁷ Em uma perspectiva puramente econômica, a eficiência reflete a “economia no uso dos recursos” (BITTENCOURT, 2011, p. 30).

²⁸ O “Ótimo de Pareto” é um dos mais conhecidos destes critérios. Conforme Victor Hugo Domingues, quando se alcança uma situação em que inexistente a possibilidade de alterar qualquer situação sem que alguma das partes seja prejudicada, impedindo o aumento infinito do benefício de alguém a custo de terceiros, se alcançaria o “Ótimo de Pareto” ou o “Pareto Eficiente”. Por não considerar fatores outros que o econômico é que o “Ótimo de Pareto” sofre críticas – esclarece Domingues –, especialmente porque a situação considerada “ótima” por esse sistema nem sempre é a realmente desejável (DOMINGUES, 2011, p. 41-43).

²⁹ FRAZÃO, *op. cit.*, p. 42-43. Quanto à eficiência produtiva, a autora afirma que esta beneficia somente a empresa, pois não há indícios de que a companhia irá diminuir o preço de produtos, ou melhorar a qualidade destes, caso os custos de produção sejam menores. A respeito da eficiência alocativa, sob a perspectiva de Kaldor-Hicks, alega que também é possível que somente a empresa ganhe, pois a mera *possibilidade* de os consumidores serem compensados não garante que esta compensação irá, de fato, ocorrer (*Ibid.*, p. 42).

contudo, que isso não significa que tais modelos de análise econômica devam ser abandonados pelo Direito Concorrencial.³⁰

Uma maneira de conciliar questões de análises econômicas de eficiência com a aplicação dos anseios constitucionais de justiça social e distributiva seria por meio da adoção do critério de *eficiência distributiva* pelo Direito Concorrencial. Por este ângulo, segundo Calixto Salomão, o legislador primou pelo princípio da redistribuição na legislação antitruste, exigindo que a eficiência econômica, em termos produtivos, só é aceitável se necessariamente houver efetiva repartição de benefícios com os consumidores.³¹ Senão, observe-se que um dos critérios para a aprovação de atos de concentração, conforme o art. 88, §6º, II, da Lei nº 12.529/2011, é que parte relevante dos benefícios decorrentes desta operação sejam compartilhados com os consumidores.

Disso tudo, o grande desafio seria identificar os critérios que possam parametrizar a aplicação do conjunto de princípios da ordem econômica no Direito Concorrencial, afirma Ana Frazão.³² Nesse contexto, diante dos desafios concorrenciais impostos pela Economia de Plataforma (conforme a seção anterior), encontrar o modelo econômico ideal a ser utilizado no discurso antitruste, capaz de efetivamente identificar o bem-estar do consumidor e de orientar as ferramentas de controle da concorrência (quais sejam, os *controles de estruturas* e os *controles de condutas*)³³ para tal fim, parece ser ainda maior na era digital.

Os desafios de adequação do controle antitruste frente à Economia de Plataforma foram realçados por praticamente todos os relatórios de autoridades antitruste analisados pelo Cade no Documento de Trabalho nº 05/2020. A respeito dos controles de estruturas, um dos desafios é definir o mercado relevante de mercados digitais – uma das etapas envolvendo a avaliação de atos de concentração.³⁴ Conforme relatada o Cade, o relatório da União Europeia aponta tal embaraço

³⁰ *Ibid.*, p. 51.

³¹ SALOMÃO FILHO, 2001, p. 117-118.

³² FRAZÃO, *op. cit.*, p. 51. Conforme a autora, “o processo de aproximação entre o Direito da Concorrência e a Constituição envolve necessariamente a ampliação e a democratização do debate em torno dos modelos econômicos a serem utilizados no discurso antitruste” (*Ibid.*, p. 52).

³³ As formas de controle do Direito da Concorrência se classificam em controles de estrutura e controles de conduta. A primeira forma visa prevenir a formação de estruturas empresariais que causem danos ou riscos desproporcionais ao benefício econômico pretendido pelas companhias envolvidas na operação e que não compartilhem parte relevante de seus benefícios com os consumidores (art. 88, §§5º e 6º, da Lei nº 12.529/2011) (cf. FRAZÃO, *op. cit.*, p. 131-134). A segunda forma, por seu turno, busca prevenir e punir condutas anticoncorrenciais previamente estabelecidas na Lei nº 12.529/2011 em tipos abertos (art. 36, *caput* e §3º, da Lei nº 12.529/2011) (*Ibid.*, p. 245-246). O exercício dessas formas de controle é realizado pelo Cade (art. 88, *caput*; art. 9º, II, III, X ambos da Lei nº 12.529/2011).

³⁴ O mercado relevante delimita o conjunto de agentes econômicos que reagem e limitam as decisões ligadas a estratégias de preço, quantidades de produtos ou serviços e a qualidade da empresa resultante da operação (CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2016, p. 13. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/aceso-a-informacao/publicacoes-institucionais>. Acesso em: 29 nov. 2020). Assim, conforme Márcia Carla Ribeiro e Renata Kobus, produtos ou serviços que concorram entre si são do mesmo

porque estes mercados são multilaterais e, por isso, os ganhos auferidos pelas partes não são representados somente pelo preço. Além disso, as fronteiras destes mercados são pouco claras e muitos de seus modelos de negócio, como já visto, são de “preço zero”. Há, também, obstáculos para se auferir a participação dos agentes econômicos nos mercados.³⁵

A respeito disso, Ana Frazão reconhece que o Direito Antitruste brasileiro precisa adaptar suas metodologias e instrumentos analíticos aos mercados influenciados pela tecnologia, haja vista que tais mercados envolvem discussões competitivas complexas. O grande desafio, segundo a autora, é encontrar uma forma de corretamente interagir os diversos segmentos.³⁶ Nesse sentido, a autoridade antitruste francesa sugere que fatores como número de contas ou usuários, número de usuários ativos, número de visitas a um *site*, número de usuários logados, número de buscas realizadas, número de visualizações em uma plataforma ou até mesmo o tempo dispendido na plataforma por usuário sejam critérios utilizados para definir mercados relevantes da Economia de Plataforma.³⁷

Outra adversidade imposta pela Economia de Plataforma aos controles antitruste se trata dos critérios de notificação de atos de concentração. No Brasil, estes se baseiam no faturamento das empresas envolvidas na operação e na existência de ato de concentração.³⁸ Contudo, tais critérios podem não ser adequados para a Economia de Plataforma, pois plataformas tendem a adquirir possíveis concorrentes diretos e indiretos, ainda em fases iniciais (e.g. *startups*), como forma de evitar a competição e aumentar o poder de mercado.³⁹ Isso pode ser indesejável, pois são empresas propensas ao rápido crescimento e concentração (os mencionados efeitos de rede e *tipping effects*), fazendo com que operações que representem danos à concorrência, criem uma posição dominante ou resultem na dominação de mercado relevante passem ao largo dos controles de estruturas.⁴⁰ Com isso, a revisão dos parâmetros de notificação de atos de concentração para a Economia de Plataforma

mercado relevante – seja pela localização, seja por qualidades intercambiáveis aos olhos do consumidor (RIBEIRO; KOBUS, *op. cit.*, p. 186).

³⁵ CRÉMER; MONTJOYE; SCHWEITZER., 2020, p. 19-20.

³⁶ FRAZÃO, *op. cit.*, p. 143-144.

³⁷ AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE; BUNDESKARTELLAMT. Competition law and data. 2016 *apud* CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 20.

³⁸ Cf. art. 88, I e II, e art. 90, ambos da 12.529/2011.

³⁹ STIGLER COMMITTEE ON DIGITAL PLATFORMS. Stigler committee on digital platforms: final report, 2019 *apud* CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 42.

⁴⁰ A autoridade antitruste britânica contratou uma consultoria independente para avaliar algumas transações envolvendo plataformas digitais. Após a análise de casos como *Facebook e Instagram* e *Google e Waze*, a consultoria concluiu que “autoridades ignoraram dados coletados que indicavam o forte crescimento de algumas plataformas, afirmando incertezas nas tendências de crescimento. Ao fazer isso, porém, elas ignoraram as dinâmicas de mercados digitais”. Ainda, “autoridades precisam aceitar maior incerteza na análise destes mercados e nos parâmetros de prova para intervenção” (CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 126).

pode ser necessária. No entanto, os estudos de autoridades antitrustes estrangeiras tanto apresentaram soluções distintas quanto demonstraram temores e cautelas diversos a respeito da alteração de tais critérios no âmbito de mercados digitais.⁴¹

As indagações a respeito da efetividade dos controles antitruste também se estendem aos controles de condutas anticoncorrenciais. Na perspectiva brasileira, o problema parece ser atenuado, pois a tipicidade aberta das condutas consideradas ilícitas, dispostas na Lei nº 12.529/2011 (art. 36), contribui para uma atuação mais flexível e adaptável do Cade em prol da defesa da concorrência. Nada obstante, é necessário a autoridade antitruste estar a par das dinâmicas concorrenciais particularidades no âmbito da Economia de Plataforma para bem identificar atos anticompetitivos e prover respostas adequadas.

Nesse sentido, é preciso que o regulador da concorrência obste condutas de plataformas digitais que visem dificultar o impedir o *multi-homing* antes que os efeitos de rede e os *tipping effects* se concretizem. O problema parece residir na capacidade, de fato, de identificar tais atividades ilícitas antes da concretização dos efeitos prejudiciais à concorrência. Nesse sentido, conforme o Cade, tanto o relatório do Stigler Center quanto o do Reino Unido defendem que reguladores antitruste utilizem remédios para defesa da concorrência mais efetivos em mercados digitais para se evitar o efeito *tipping*.⁴² Na mesma linha, o relatório da União Europeia sustenta que determinadas condutas em mercados digitais, como aquelas que prejudicam o *multi-homing* ou aquelas que visem permitir ao agente econômico adentrar em mercados adjacentes, devem ser presumidas como anticompetitivas quando praticadas por plataformas dominantes.⁴³

⁴¹ O relatório do Reino Unido sustenta a proibição sistemática de fusões consideradas anticompetitivas para que firmas internalizem os custos de defesa da concorrência de buscarem estas transações. Nada obstante, reconhece-se, no mesmo relatório, que M&As podem, muitas vezes, beneficiar o mercado consumidor por fatores como combinação de bases de dados, incorporação de tecnologias, acesso a fontes de financiamento e incremento de *know-how*, além de ser uma estratégia de saída de investidores-anjo e *venture capitalists* (FURMAN *et al.*, 2019 *apud* CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 114). O Stigler Center adverte que a elevação dos critérios para notificação de fusões e aquisições pode aumentar a concentração de mercado “na sombra” do processo obrigatório de revisão. Porém, defende-se a revisão destas operações (1) se os incumbentes demonstrarem um padrão de compras recorrentes de *startups*; e (2) se o preço elevado da transação indicar que o incumbente está compartilhando os lucros de monopólio com a empresa adquirida (STIGLER COMMITTEE ON DIGITAL PLATFORMS. Stigler committee on digital platforms: final report, 2019 *apud* CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 114-115). Para a Comissão Europeia, o critério de análise deveria ser o quão provável a empresa adquirida se desenvolveria como um competidor efetivo no mercado digital. Também se sugere refletir sobre os critérios substantivos de análise de atos de concentração quando empresa atuante em mercado que sofre de efeitos de rede adquire empresa com pequeno faturamento, mas com expressivas taxas de crescimento (CRÉMER, Jacques; MONTJOYE, Yves-Alexandre de; SCHWEITZER. Competition policy for the digital era, 2019 *apud* CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 116-117).

⁴² STIGLER COMMITTEE ON DIGITAL PLATFORMS. Stigler committee on digital platforms: final report, 2019 *apud* CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 101.

⁴³ CRÉMER, Jacques; MONTJOYE, Yves-Alexandre de; SCHWEITZER. Competition policy for the digital era, 2019 *apud* CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 102.

Medidas também são necessárias para se evitar a imposição de barreiras quanto ao uso de dados na Economia de Plataforma. Conforme o Cade reconta, os relatórios do Reino Unido, da Comissão Europeia e do Stigler Center são favoráveis a medidas de compartilhamento de dados e de interoperabilidade de plataformas como remédios antitruste capazes de ser impostos a plataformas digitais a fim de se estimular a concorrência.⁴⁴ Para tanto, considera-se repensar os critérios da aplicação da doutrina *essential facilities* por parte de autoridades antitruste, que classicamente impõe o dever de contratar quando um agente dominante, de forma abusiva, se recusa a permitir o acesso a recursos indispensáveis a concorrentes do mesmo mercado ou de mercados derivados.⁴⁵ Para a Economia de Plataforma, propõem-se critérios mais abrangentes, como a prescindibilidade de o detentor do recurso essencial (o dado) competir com o requerente de acesso.⁴⁶ Crê-se possível, também, criar padrões de interoperabilidade para setores inteiros da economia, a exemplo da regulação do *Open Banking*, pelo Banco Central do Brasil, que implementa o compartilhamento de dados e serviços por meio da abertura e integração de sistemas das entidades integrantes de mercados financeiros.⁴⁷

Como mencionado, o grande desafio revela ser medir, efetivamente, o bem-estar dos consumidores quando da aplicação (ou não) de remédios antitruste no domínio da Economia de Plataforma. Uma análise descomedida de atos de concentração ou de possíveis infrações da ordem econômica, que desconsidere as particularidades de mercados digitais, poderá levar a dois extremos, se incompatível a medida antitruste: por um lado, despropositadamente favorecer a concentração econômica e causar prejuízos à eficiência distributiva (ligada à justiça social); por outro lado, obstar a inovação, o desenvolvimento de novos produtos e serviços e o aumento da riqueza social.

Considerando isso, e questionando a efetividade do controle antitruste frente à dinâmica competitiva de mercados digitais, o Cade relata que autoridades antitruste de outros países, como o do Reino Unido e o da Austrália, defendem a criação de um órgão regulador com competências específicas para monitorar mercado digitais. Visando assegurar a manutenção de mercados digitais abertos e competitivos, este novo regulador facilitaria a entrada de competidores nestes mercados, impediria termos legais abusivos em relações entre companhias e entre companhias e consumidores, incentivaria a inovação e direcionaria o mercado para endereçar, por meio da competição, problemas ligados à proteção de dados pessoais e ao

⁴⁴ CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 109-110.

⁴⁵ FORGIONI, 2016, p. 334.

⁴⁶ GRAEF, 2020, p. 67-68.

⁴⁷ Vide a Resolução Conjunta nº 1, do Conselho Monetário Nacional e do Banco Central do Brasil, de 4 de maio de 2020.

tratamento não discriminatório. A autoridade australiana ainda afirma que caberia a um regulador setorial de proteção de dados estabelecer padrões para a indústria digital como um todo.⁴⁸

Diante das várias questões concorrenciais ligadas a dados pessoais na Economia de Plataforma, possivelmente havendo uma linha tênue entre utilizá-los em prol da concorrência e em respeito aos direitos de privacidade de seus usuários, aparenta que a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), entidade recentemente constituída com o intuito de zelar pela proteção de dados pessoais no âmbito territorial, terá que lidar com parte desta temática. Afinal, é função da LGPD proteger o principal insumo de plataformas digitais: os dados pessoais. Tratar-se-á disso na seção seguinte.

3 Desafios impostos pela economia de plataforma à proteção dos dados pessoais e suas consequências econômicas

Como já explicado nas seções anteriores, dados possuem valor econômico e competitivo pois são utilizados para aprimorar a qualidade de plataformas digitais, permitindo-se, por exemplo, a personalização precisa dos serviços, o oferecimento de uma gama maior de transações entre seus usuários e o direcionamento de publicidades mais adequadas às preferências individuais. A suposta gratuidade de serviços e produtos oferecidos por plataformas digitais (a questão do “preço zero”) é possível porque a moeda de troca utilizada não é o dinheiro, mas sim os próprios dados dos consumidores – desde informações referentes à identificação do indivíduo até dados relativos às diferentes formas de uso de plataformas digitais.

Conforme Bruno Bioni, com o intenso processamento de dados relativos aos hábitos de consumo dos cidadãos, o consumidor deixou de ter uma posição meramente passiva nas cadeias de produção. Sua opinião, seus costumes e suas preferências passaram a condicionar a própria confecção, distribuição e segmentação dos bens de consumo, tornando-se um agente ativo das cadeias de produção. Afirma Bioni que o consumidor não apenas consome o bem, mas também o produz, originando, assim, o termo *prosumer* (junção das palavras da língua inglesa *consumption* e *production*), emprestado de Roberto Lisboa.⁴⁹

Explicar aos consumidores, com exatidão, a cadeia de geração de valor envolvida na transformação de uma quantidade massiva de dados de usuários em informação de utilidade competitiva e econômica não é tarefa simples, embora este

⁴⁸ CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 126-128.

⁴⁹ BIONI, *op. cit.*, p. 14-15.

seja um assunto cada vez mais noticiado e retratado em mídias de entretenimento.⁵⁰ Nada obstante, de uma forma geral, observa-se que os consumidores não detêm os mesmos níveis de informação a respeito das condições e consequências de se utilizar serviços de plataformas digitais se comparados com estas. Em termos econômicos, observa-se haver uma verdadeira assimetria de informações entre os agentes econômicos da *oferta* (as plataformas digitais) e aqueles da *procura* (os seus usuários).

A assimetria informacional revela que uma das partes envolvidas em uma transação de mercado pode tomar uma decisão que, por desconhecimento de informações ou por incapacidade de processar todas as informações disponíveis, não esteja alinhada com a maximização de utilidades pretendida.⁵¹ Na Economia de Plataforma, afora de quaisquer pretensões alarmistas, isso significa que, na transação envolvendo dados e o uso de plataformas, é possível que usuários não considerem as possibilidades de terem seus comportamentos induzidos ou informações pessoais utilizadas para fins que são desconhecidos em sua completude. Embora a assimetria informacional não seja um fator exclusivo a mercados de plataformas digitais, a grande questão é que, nestes mercados, esta falha alcança níveis sem precedentes.⁵²

Nesse sentido, conforme relata o Cade, o Stigler Center afirma que, entre as plataformas digitais, a diminuição da privacidade e o aumento de coleta de dados são fatores competitivos não preço que devem ser examinados pelos reguladores. Considerando-se que as plataformas digitais focam nas métricas de “engajamento” dos consumidores e na personalização de serviços, mantendo-os conectados nestas plataformas pelo maior tempo possível, o vício *on-line* é uma verdadeira ameaça ao bem-estar dos consumidores. Contudo, nada obstante tal caráter potencialmente danoso destes modelos de negócio, reconhece-se que o aumento da concorrência não virá a resolver esta questão.⁵³

⁵⁰ O célebre artigo “How Companies Learn Your Secrets”, publicado em 2012 no jornal estadunidense *The New York Times*, reconta como empresas analisam comportamentos de consumidores, por meio de análises estatísticas e estudos sobre hábitos, para direcionar publicidades, induzir comportamentos e impulsionar vendas (DUHIGG, 2012). Tratando especificamente das redes sociais, mais recentemente, o documentário-dramatizado *O Dilema das Redes* analisa como tais redes são capazes de gerar perfis precisos de seus usuários e quais as implicações disso em termos de indução de comportamentos e de criação de hábitos (DILEMA das redes, 2020).

⁵¹ RIBEIRO, 2011, p. 66.

⁵² Conforme destaca o Cade ao comentar sobre o relatório do Stigler Center: “Enquanto nudges e outras práticas não são exclusivos a mercados digitais, estes vieses se tornam ainda mais relevantes quando plataformas online possuem informações detalhadas dos comportamentos de cada consumidor e podem facilmente modificar interfaces ou produtos de forma a torná-los cada vez mais viciantes ou explorar, em tempo real, irracionalidades específicas de cada consumidor” (STIGLER COMMITTEE ON DIGITAL PLATFORMS. Stigler committee on digital platforms: final report, 2019 *apud* CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 32).

⁵³ STIGLER COMMITTEE ON DIGITAL PLATFORMS. Stigler committee on digital platforms: final report, 2019 *apud* CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 43-44.

Uma possível solução, portanto, reside em prover meios e instrumentos para os usuários serem devidamente informados a respeito dos riscos e consequências envolvidos no uso de plataformas digitais e terem controle sobre as formas como seus dados são tratados. Sob a perspectiva jurídica, o arcabouço normativo brasileiro possui institutos que podem servir a tal fim.⁵⁴ Neste estudo, ressalta-se a LGPD, que dispõe sobre o tratamento de dados pessoais com o objetivo de proteger a liberdade, a privacidade e o livre desenvolvimento da pessoa natural (cf. art. 1º da Lei).

Referida Lei esclarece que às pessoas naturais é assegurada a titularidade de seus dados pessoais (art. 17) e estabelece uma série de direitos que podem ser exercidos pelos titulares perante os agentes de tratamento (art. 18). Frisa-se que o titular tem o direito ao acesso claro, facilitado e ostensivo às informações a respeito do tratamento de seus dados, o que inclui a finalidade específica do tratamento e a forma e duração deste, observados os segredos comercial e industrial (art. 9º, *caput* e incisos I e II, da LGPD). Se bem implementadas estas obrigações em regulações setoriais ligadas a plataformas digitais, a assimetria informacional entre agentes econômicos pode ser atenuada.

Sob a perspectiva dos agentes de tratamento de dados, a LGPD também representa um instituto vantajoso às plataformas digitais, eis que se esclarece a estes competidores as regras para que o tratamento de dados possa ser realizado legalmente. Nesse viés, esta Lei dispõe de diversas hipóteses autorizativas de tratamento de dados, destacando-se o consentimento do titular, a execução de contratos e o interesse legítimo do controlador ou de terceiros (art. 7º, I, V e IX), desde que a finalidade de tratamento seja proporcional aos direitos dos titulares e compatível com as informações comunicadas a estes (art. 6º, I, II III). Em suma, a vantagem se traduz em maior segurança jurídica.

Embora a temática envolvendo a proteção de dados pessoais aproxime-se de discussões envolvendo direitos da personalidade,⁵⁵ a regulação quanto ao tratamento de dados pessoais tem evidentes implicações competitivas, conforme analisado ao longo deste estudo. Assim, é possível inferir que a ANPD, órgão federal criado pela LGPD com competência para estabelecer diretrizes sobre a proteção de dados pessoais (arts. 55-B e 55-J, III e XIII), fiscalizar o cumprimento desta Lei e punir aqueles que a descumprirem (art. 55-J, IV e XVI, e art. 52, I a XII), deverá ponderar seus instrumentos de controle voltados ao adequado tratamento de dados

⁵⁴ Laura Mendes e Danilo Doneda afirmam que o marco regulatório brasileiro da sociedade da informação é composto, além da LGPD, pela Lei de Acesso à Informação, pelo Marco Civil da Internet e pelo Código de Defesa do Consumidor (MENDES; DONEDA, 2018, p. 1).

⁵⁵ BIONI, *op. cit.*, p. 58-61.

pessoais com considerações a respeito dos efeitos econômicos de sua atuação. Nessa toada, a LGPD acertadamente previu que a imposição de condicionantes administrativas ao tratamento de dados pessoais deverá ser precedida de consultas e audiências públicas e de análises de impacto regulatório, observada a exigência de intervenção mínima (art. 55-J, §§1º e 2º). Afinal, a disciplina da proteção de dados pessoais tem fundamento tanto no respeito à privacidade e à autodeterminação informativa quanto na livre iniciativa, na livre concorrência e na inovação (art. 2º, I, II, V e VI, da LGPD).

Quanto às competências da ANPD que sugerem impactos diretos nas dinâmicas concorrenciais envolvendo o uso de dados pessoais, ressalta-se o previsto no art. 55-J, VIII, da LGPD, que estabelece que tal autoridade deverá estimular a adoção de padrões por agentes de tratamento que facilitem o exercício de controle dos titulares sobre seus dados pessoais, conforme as especificidades das atividades econômicas em questão. Estes padrões, inclusive, poderão ser formulados pelos próprios agentes de mercado, individualmente ou por meio de associações (art. 50 da LGPD). No contexto da Economia de Plataforma, isso pode vir a facilitar, por exemplo, a adoção códigos de conduta pelos competidores, que incluiriam questões como padrões de notificação, consentimento, *opt-out* (revogação do consentimento), segurança da informação, proteção de dados, retenção de dados e endereçamento de reclamações de empresas que dependem de plataformas digitais⁵⁶ – questões estas que criariam condições de competição mais igualitárias nos mercados digitais.

Além disso, a ANPD tem competência para dispor sobre padrões de interoperabilidade para fins de portabilidade e livre acesso aos dados e segurança, desde (art. 40 da LGPD). Este dispositivo certamente favorece a adoção de padrões de interoperabilidade de dados e serviços entre competidores de mercados digitais, o que é, conforme se discorreu na seção anterior deste estudo, uma das medidas mais impactantes no sentido de estimular a concorrência na Economia de Plataforma (possivelmente, algo similar à aplicação da mencionada doutrina *essential facilities*).

Ainda, destaca-se que a LGPD condiciona o exercício das competências da ANPD, voltadas à proteção de dados, à articulação com reguladores de setores econômicos sujeitos à regulação (art. 55-J, XXIII). Este dispositivo é importante por dois motivos: primeiro, estimula a harmonização de instrumentos regulatórios, evitando-se que a ANPD e o regulador setorial em questão disponham diferentemente sobre assunto congênere; segundo, evita qualquer intento interpretativo de transformar a ANPD em um “super-regulador” absoluto de mercados que lidem com dados pessoais (atualmente, seria difícil apontar aqueles que não tenham algum vínculo com o

⁵⁶ AUSTRALIAN COMPETITION AND CONSUMER COMMISSION, 2019 *apud* CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA, 2020, p. 128.

tratamento de dados). Embora prevaletente no que diz respeito à proteção de dados pessoais, a competência da ANPD deve ser exercida ponderadamente com a competência de reguladores setoriais quando a atuação daquela causar reflexos no desempenho institucional destes.

Por fim, sustenta-se que, para que a ANPD possa vir a exercer suas competências com a autonomia técnica e administrativa necessária para bem zelar pela proteção de dados pessoais no território nacional, é imprescindível que deixe de integrar a Presidência da República, como hoje estabelecido segundo o art. 55-A da LGPD, e se transforme em autarquia federal especial, conforme possibilita o §1º do mesmo artigo citado. O fato de a ANPD estar vinculada à Presidência da República afasta a LGPD das legislações de outras jurisdições consideradas padrões de excelência, que exigem independência hierárquica da autoridade nacional de proteção de dados.⁵⁷ Outrossim, conferir à ANPD o *status* de autarquia especial a tornaria uma verdadeira agência reguladora independente, alinhando-a aos contemporâneos eixos de regulação estabelecidos a partir da Constituição Federal de 1988.⁵⁸

Conclusão

Resta evidente que a Economia de Plataforma se desenvolve por meio de dinâmicas de mercado um tanto particulares. É bem verdade que questões como concentração de poder de mercado e assimetrias informacionais são velhas conhecidas do discurso antitruste e da teoria econômica. A diferença, aqui, reside no fato de que as falhas de mercado dos mercados digitais são inéditas em termos de dimensão, extensão e velocidade de seus efeitos. Isso impõe aos reguladores antitruste uma rápida e precisa atuação, quando necessária, para zelar pela livre concorrência na seara dos negócios desenvolvidos na Economia de Plataforma. Esta intervenção regulatória também será instigada a identificar o bem-estar do consumidor nos novos mercados digitais e a julgar quando parcela relevante de benefícios em termos de eficiência econômica são, de fato, distribuídos aos usuários. Em contrapartida, a atuação antitruste não pode significar obstáculos descomedidos

⁵⁷ MENDES; BIONI, 2019, p. 12.

⁵⁸ Segundo Egon Bockmann Moreira, antes da promulgação da Constituição Federal de 1988, A regulação econômica se dava somente pela legislação infraconstitucional, em termos de heterorregulação e autorregulação. “Não havia a convivência harmoniosa e pacífica, por meio de normas de conduta, com olhos para o futuro, da Administração Pública com os agentes econômicos privados”. A situação mudou sob a égide da Constituição de 1988, cujo eixo central para a questão econômica são os artigos 173 e 174, ao lado dos arts. 1º e 170. Os arts. 173 e 174, aponta o autor, abarcam (i) gestão pública de atividades econômicas; (ii) edição de normas que visem a conformar as condutas de agentes econômicos; (iii) o Direito da ordenação social; e (iv) o planejamento estatal da economia (MOREIRA, *op. cit.*, p. 104).

à inovação ou ao desenvolvimento de novos modelos de negócio proporcionados pela Economia de Plataforma, os quais têm alterado, profundamente, o modo de vida humana.

Nessa perspectiva, a defesa de mercados livres e inovadores na Economia de Plataforma parece apontar para a direção da interoperabilidade de serviços e do uso aberto de dados, haja vista que o dado é um dos componentes mais relevantes da cadeia de geração de valor proporcionada pelas plataformas digitais. Esta concepção também exige uma atuação cautelosa de reguladores econômicos no sentido de se resguardar tanto o segredo comercial e industrial de competidores de mercado quanto à privacidade e a intimidade dos cidadãos. Tratam-se, afinal, de mercados com componentes de não preço, cuja qualidade de serviços são medidos pela forma como dados são tratados – e cujas consequências de uso nem sempre restam claras aos consumidores.

Finalmente, caso o cenário sobre o qual se discorreu neste estudo culmine na conclusão de que a criação de um novo regulador para mercados digitais torna-se necessário (como sugerido por algumas autoridades antitruste estrangeiras), abre-se, então, uma nova frente de estudos – afora de todas as outras vertentes de pesquisa que merecem aprofundamento após esta pesquisa –, especialmente em termos de desenho e de fins institucionais deste novo regulador. Para os entusiastas desta vertente de pesquisa, o caminho a ser percorrido ainda é longo, porém animador: as conclusões, aqui, revelam que novas perspectivas para se abordar problemáticas contemporâneas são bem-vindas.

Challenges and interfaces for the defense of competition and the protection of personal data in the platform economy

Abstract: Technological advancement has originated unprecedented business models, many of them orbiting the so-called Digital Economy. Several of its business activities are developed on virtual platforms that bring together and standardize terms and conditions of service and product offerings (Platform Economy). Although the logic of digital platforms provides social well-being, they pose substantial challenges in some areas of law, which requires re-reading or the creation of legal institutes. Thus, this study aims to present and discuss such challenges, within the framework of the Platform Economy, in terms of defense of competition and protection of personal data. The first section explores the characteristics of the Platform Economy. The second section analyzes the challenges that the Platform Economy imposes on the defense of competition. The third section examines the points of attention that the dynamics of the Platform Economy presents to the protection of personal data. The study is guided by the deductive method and the exegetical-legal method.

Keywords: Economic Law. Competition Law. Protection of Personal Data. Platform Economy. State Intervention.

Referências

- BIONI, Bruno Ricardo. *Proteção de dados pessoais: a função e os limites do conhecimento*. Rio de Janeiro: Forense, 2019.
- BITTENCOURT, Mauricio Vaz Lobo. Princípio da eficiência. In: RIBEIRO, Marcia Carla Pereira; KLEIN, Vinicius (Coord.). *O que é análise econômica do direito: uma introdução*. Belo Horizonte: Fórum, 2011, p. 27-37.
- CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE COMÉRCIO E DESENVOLVIMENTO. *Digital Economy Report 2019: value creation and capture: implications for developing countries*. Nova Iorque: United Nations Publications, 2019. Disponível em: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_en.pdf. Acesso em: 29 nov. 2020.
- CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. *Documento de trabalho nº 05/2020: Concorrência em mercados digitais: uma revisão dos relatórios especializados*. Brasília, ago. 2020. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/acesso-a-informacao/publicacoes-institucionais>. Acesso em: 29 nov. 2020.
- CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. *Guia para análise de atos de concentração horizontal*. Brasília, jul. 2016. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/acesso-a-informacao/publicacoes-institucionais>. Acesso em: 29 nov. 2020.
- DILEMA das redes, O. Direção: Jeff Orlowski. Produção: Larissa Rhodes. Netflix: 2020. *Streaming* audiovisual.
- DOMINGUES, Victor Hugo. Ótimo de Pareto. In: RIBEIRO, Marcia Carla Pereira; KLEIN, Vinicius (Coords.). *O que é análise econômica do direito: uma introdução*. Belo Horizonte: Fórum, 2011, p. 39-48.
- DUHIGG, Charles. How companies learn your secrets. *The New York Times*. Nova Iorque, 16 fev. 2012. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2012/02/19/magazine/shopping-habits.html>. Acesso em: 29 nov. 2020.
- FORGIONI, Paula A. *Os fundamentos do antitruste*. 9. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.
- FRAZÃO, Ana. *Direito da concorrência: pressupostos e perspectivas*. São Paulo: Saraiva, 2017.
- GRAEF, Inge. *Data as Essential Facility: Competition and Innovation on Online Platforms*. 2015-2016. 410 f. Tese (Doutorado em Direito) – KU Leuven, 2016. Disponível em: <https://www.law.kuleuven.be/citip/en/research/phd-research/finalized/phd-inge-graef>. Acesso em: 29 nov. 2020.
- GRAEF, Inge. Rethinking the Essential Facilities Doctrine for the EU Digital Economy. *La Revue Juridique Thémis de l'Université de Montréal*, Montreal, v. 53, n. 1, p. 33-72, fev. 2020. Disponível em: <https://ssl.editionsthemis.com/revue/article-4984-rethinking-the-essential-facilities-doctrine-for-the-eu-digital-economy.html>. Acesso em: 29 nov. 2020.
- MENDES, Laura Schertel; BIONI, Bruno R. O regulamento europeu de proteção de dados e a lei geral de proteção de dados brasileira: mapeando convergências na direção de um nível de equivalência. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 124/2019, p. 157-180, jul./ago. 2019.
- MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo. Reflexões iniciais sobre a nova lei geral de proteção de dados. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 120/2018, p. 469-483, nov./dez. 2018.
- MOREIRA, Egon Bockmann. Passado, presente e futuro da regulação econômica no Brasil. *Revista de Direito Público da Economia*, Belo Horizonte, ano 11, n. 44, p. 87-118, out./dez. 2013.
- RIBEIRO, Marcia Carla Pereira. Racionalidade limitada. In: RIBEIRO, Marcia Carla Pereira; KLEIN, Vinicius (Coords.). *O que é análise econômica do direito: uma introdução*. Belo Horizonte: Fórum, 2011, p. 63-69.

RIBEIRO, Marcia Carla Pereira; KOBUS, Renata. Concorrência no Mercado de Bebidas Frias: Fluidez Conceitual e Barreiras à Entrada *In*: FOLMANN, Melissa; GONÇALVES, Oksandro Osdival (Coords.). *Tributação, Concorrência & Desenvolvimento*. 1. ed. Curitiba: Juruá, v. 1, 2013, p. 183-197.

SALOMÃO FILHO, Calixto. *Regulação da atividade econômica*: princípios e fundamentos jurídicos. São Paulo: Malheiros, 2001.

SANTACRUZ, Ruy. Antitruste, eficiência econômica, curvas, triângulos e retângulos. *Revista do IBRAC: Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional*, v. 9/2002, p. 161-177, jan. 2002. (eletrônico)

TRINDADE, Manoel Gustavo Neubarth. Economia de plataforma (ou tendência à bursatilização dos mercados): ponderações conceituais distintas em relação à economia compartilhada e à economia colaborativa e uma abordagem de análise econômica do direito dos ganhos de eficiência econômica por meio da redução severa dos custos de transação. *Revista Jurídica Luso-Brasileira*, Lisboa, ano 6, n. 4, p. 1977-2013, 2020.

Recebido em: 23.12.2021

Aprovado em: 05.01.2021

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

RICHTER, Diogo Kastrup. Desafios e interfaces da defesa da concorrência e da proteção de dados pessoais na economia de plataforma. *Revista de Direito Público da Economia – RDPE*, Belo Horizonte, ano 18, n. 72, p. 53-71, out./dez. 2020.
