

idp

v. 4 n. 3

137

DEBATES EM ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

WORKING PAPER

**PROJETO DE LEI 2630/2020 – LEI DAS *FAKE NEWS* – E O
CENÁRIO DA REGULAÇÃO EM MERCADOS DIGITAIS NO
BRASIL DIANTE DO *DIGITAL MARKETS ACT*: UM BREVE
PANORAMA**

Luciana Oliveira e Leão

PROJETO DE LEI 2630/2020 – LEI DAS *FAKE NEWS* – E O CENÁRIO DA REGULAÇÃO EM MERCADOS DIGITAIS NO BRASIL DIANTE DO *DIGITAL MARKETS ACT*: UM BREVE PANORAMA

Luciana Oliveira e Leão¹

¹ Luciana Oliveira e Leão é Mestre em Administração Pública pelo Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP)

IDP

O IDP é um centro de excelência no ensino, na pesquisa e na extensão nas áreas da Administração Pública, Direito e Economia. O Instituto tem como um de seus objetivos centrais a profusão e difusão do conhecimento de assuntos estratégicos nas áreas em que atua, constituindo-se um *think tank* independente que visa contribuir para as transformações sociais, políticas e econômicas do Brasil.

DIREÇÃO E COORDENAÇÃO

Diretor Geral

Francisco Schertel

Coordenador do Mestrado Profissional em Administração Pública

Caio Resende

CONSELHO EDITORIAL

Coordenação

Paulo Castro

Renan Holtermann

Milton Mendonça

Supervisão e Revisão

Emmanuel Brasil

Luane Aguiar

Apoio Técnico

Igor Silva

Projeto gráfico e diagramação

Juliana Vasconcelos

DEBATES EM ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Revista Técnica voltada à divulgação de resultados preliminares de estudos e pesquisas aplicados em desenvolvimento por professores, pesquisadores e estudantes de pós-graduação com o objetivo de estimular a produção e a discussão de conhecimentos técnicos relevantes na área de Administração Pública.

Convidamos a comunidade acadêmica e profissional a enviar comentários e críticas aos autores, visando o aprimoramento dos trabalhos para futura publicação. Por seu propósito se concentrar na recepção de comentários e críticas, a Revista Debates em Administração Pública não possui ISSN e não fere o ineditismo dos trabalhos divulgados.

As publicações da Revista estão disponíveis para acesso e download gratuito no formato PDF. Acesse: www.idp.edu.br

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista do IDP. **Qualquer citação** aos trabalhos da Revista só é permitida mediante autorização expressa do(s) autor(es).

SUMÁRIO

1. Introdução • • • • •	6
2. Referencial Teórico • • • • •	7
3. Considerações finais • • • • •	20
4. Referências • • • • •	26

Resumo:

A regulação de mercados digitais é um processo que está intimamente relacionado ao estudo de mecanismos antitruste por meio da comunidade internacional. Este artigo propõe uma reflexão sobre a iniciativa de regulação em mercados digitais atualmente discutida no Brasil, o Projeto de Lei 2630/2020, também chamada de Lei das *Fake News*, e o *Digital Markets Act*, proposta aprovada pelo Parlamento Europeu que pretende implantar um código de conduta às grandes empresas de tecnologia que atuam no setor. O objetivo central do presente trabalho é entender como se encontra o cenário brasileiro de regulação em mercados digitais em relação ao principal modelo de referência atualmente, o *Digital Markets Act*. O trabalho mostrou que, embora o debate sobre a questão regulatória em mercados digitais seja parte importante no universo da defesa da concorrência, o Brasil ainda carece de iniciativas mais direcionadas à preservação do ambiente concorrencial no setor.

Palavras-chave: Regulação Econômica, Defesa da Concorrência, *Digital Markets Act*. Projeto de Lei 2630/2020

Abstract: The regulation of digital markets is a process that is closely related to the study of antitrust mechanisms through the international community. This article offers a reflection on the regulatory initiative in digital markets currently discussed in Brazil, the Bill 2630/2020, also called the Fake News Law, and the Digital Markets Act, the Bill approved by the European Parliament that intends to implement a code of conduct for large technology companies operating in the sector. The central objective of the present work is to understand how the Brazilian scenario of regulation in digital markets is considered a good response to the antitrust problems in face of the main regulatory model currently running, The Digital Markets Act. The work shows that, although the debate on the regulatory issue in digital markets is an important part of the competition defense universe, Brazil still lacks more initiatives aimed at preserving the competitive environment in the sector.

Keywords: Regulation, Economic Defense, Digital Markets Act, Bill 2630/2020

1. INTRODUÇÃO

O tema da regulação como instrumento de regramento externo à determinada atividade econômica no sentido de corrigir eventuais falhas de mercado ganha nova perspectiva quando se trata dos mercados digitais. Isso se deve ao fato de que esse mercado funciona de forma distinta dos mercados tradicionais e para os quais as políticas antitruste foram elaboradas. Acerca da temática específica destas políticas no que tange aos modelos aplicáveis aos mercados digitais, entende-se que possuam uma baixa velocidade de resposta comparativamente à acelerada dinâmica competitiva do setor.

A complexidade do modelo de negócios, como explicitado por Pereira Neto (2020), aliada ao alcance global e transfronteiriço das operações realizadas *online* ou baseadas em aplicativos, tem exigido das autoridades de concorrência uma atuação diferenciada, já que práticas comerciais antes não existentes produzem efeitos anticompetitivos desconhecidos ou ambíguos. Ainda segundo o autor, com a crescente participação de empresas pautadas nos modelos digitais na economia, e sua relevância significativa no mercado atual, emergiram os debates acerca das formas de controle de tais plataformas (PEREIRA NETO, 2020).

Com isso, cabe aos legisladores e gestores públicos conter o avanço do poder excessivo dessas grandes empresas de tecnologia, sem, no entanto, conter a inovação que elas possam promover ao mercado e à economia do país. Nascimento (2015) reforça que as economias modernas, desde o período da Grande Depressão norte-americana, bem como a mais recente crise econômica mundial, requerem fundamentações legais que permitam o controle de mercado por medidas políticas dos Governos locais.

Ainda, conforme a visão de Pereira Neto (2020), a defesa da concorrência é vista como uma ferramenta essencial a ser manejada para que se atinja esse objetivo. No entanto, é fundamental que alguns aspectos da visão tradicional dos regramentos aplicáveis ao antitruste não impeçam as autoridades de defesa da concorrência de cumprirem seu papel no que tange à fiscalização e cumprimento da regulação de mercado.

Ao mesmo tempo em que busca assegurar o espaço concorrencial saudável, a política antitruste precisa compreender os movimentos dos novos negócios digitais para que os princípios concorrenciais não se configurem obstáculos ao crescimento das empresas e permitam que a inovação avance ao lado da segurança jurídica. Segundo Meirelles (2010), a dinâmica competitiva é uma característica determinante da flutuação mercadológica, sendo, portanto, vista numa perspectiva socioeconômica, ou seja, a de que inclui outros elementos que não o preço, como a tecnologia, inovação e qualidade.

No entanto, Rocha (2019) dispõe que uma das principais características dos mercados digitais, sua dinamicidade, pode aparentemente ser posta como contraditória frente à possível tendência à monopolização, ou seja, contrária à concorrência. Isso porque se um mercado é altamente dinâmico, não haveria espaço para o exercício do poder de mercado, e conseqüentemente, o seu controle. No entanto, o mesmo autor também coloca que estas características, apesar de dicotômicas, não se contrapõem, pelo contrário, se conciliam e complementam, havendo uma alternância de poder de mercado com períodos efêmeros de hegemonia de determinadas empresas em detrimento das demais (ROCHA, 2019).

Assim, diante do cenário concorrencial que envolve os mercados digitais, do ineditismo da natureza dos problemas competitivos trazidos por essa nova economia e da relativa insuficiência de ferramentas antitruste para combater as condutas relacionadas ao abuso do poder de mercado, percebe-se a possibilidade de lançar mão de mecanismos de regulação *ex ante* como forma de endereçar as mudanças necessárias à construção de um ambiente concorrencial mais equilibrado para a economia digital. Sob essa luz se baseia o presente artigo, que visa responder à seguinte questão norteadora: Como as iniciativas brasileiras de regulação tem pretendido promover a regulação em mercados digitais? Esta questão será abordada a partir de uma análise do Projeto de Lei 2630/2020, que possui características que afetam a regulação de mercados no aspecto da concorrência, bem como das práticas atualmente vigentes do *Digital Markets Act*.

A metodologia a ser adotada consistirá numa revisão narrativa da literatura buscando referenciais teóricos que tratem da questão em pauta de maneira mais abrangente, descrevendo e discutindo o “estado da arte” do assunto sob um ponto de vista contextual. Esta análise, portanto, não objetiva o esgotamento da discussão acerca do tema, mas visa trazer uma análise crítica na interpretação pessoal do autor.

Neste ínterim, a fim de alcançar esta finalidade metodológica, o trabalho será subdividido em seções que abordarão descritivamente e conceitualmente os mercados digitais e sua regulação no que tange à concorrência, seus agentes reguladores e uma análise mais específica do Projeto de Lei 2630/2020. Com isso, a fundamentação teórica apresentada nos referidos capítulos trará para discussão os pontos que concernem à questão norteadora do presente trabalho, que busca identificar elementos que representem a relevância do PL 2630/2020 para a regulação dos mercados digitais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 MERCADOS DIGITAIS E CONCORRÊNCIA

Não restam dúvidas sobre os benefícios trazidos pelas empresas da economia digital e a importância desses negócios para indivíduos e empresas. Segundo Autor *et al.* (2020), os efeitos gerados por essas atividades são decorrentes da maior eficiência e ganhos por elas motivados e, em última análise, são benéficos para os consumidores. Contudo, na esteira desses benefícios, surgiram também, problemas concorrenciais que, nos últimos dez anos, têm chamado mais a atenção de autoridades regulatórias e antitruste de todo o mundo.

Somente no mercado brasileiro de vendas *online*, segundo relatório da Ebit/Nielsen, excluindo-se dados referentes à volume de buscas ou valores pagos por anúncios na rede, houve um aumento de 13 milhões de consumidores em 2020. Com a pandemia da Covid-19, os consumidores de *e-commerce* representaram 79 milhões de clientes, o que significa alta de 30% em relação aos números de 2019. Em volume de vendas, foram R\$ 87,4 bilhões

movimentados em 2020, o que representou um aumento de 41% em relação ao ano anterior.

Rocha (2019) ainda dispôs que a dinâmica competitiva dos mercados digitais, além de estar intimamente relacionada a este dinamismo empresarial inerente às empresas deste ramo, também reside na relevância dos bancos de dados informacionais, criando um ambiente de barreiras para acesso, e nos quais a captura e processamento destes dados ocorrem de forma mais intensa. Dessa maneira, as grandes empresas que detêm o controle destes mercados, e cujos dados pessoais de seus indivíduos e usuários também têm acesso praticamente irrestrito, apresentam maior competitividade frente às demais, podendo identificar novos concorrentes e potenciais nichos de mercado existentes (ROCHA, 2019).

No entanto, cabe ressaltar que a vantagem competitiva apresentada pela detenção destes dados depende de diversos fatores, como a quantidade de dados armazenados, sua qualidade de processamento, o tipo de dado coletado, e ainda, a interface entre privacidade e concorrência, ou seja, quanto mais os dados revelarem a intimidade do consumidor, maior a vantagem competitiva da empresa que os detiver (ROCHA, 2019).

Neste contexto, o debate da defesa da concorrência em mercados digitais no Brasil é amplo e vem acompanhando o que tem sido tratado sobre o assunto por outras agências antitruste. O Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), Autoridade Antitruste Brasileira, por meio do Departamento de Estudos Econômicos, elaborou relatórios e cadernos técnicos que exploram esta temática. No âmbito dos BRICS, a agência brasileira publicou o relatório *BRICS in The Digital Economy: Competition Policy in Practice*, durante a VI Conferência sobre Concorrência do BRICS (*VI BRICS Competition Conference*), realizada em 2019 em Moscou, Rússia. O documento aborda os aspectos de concorrência e *enforcement* dos países membros dos BRICS e analisa o estado atual das políticas antitruste.

Um exemplo sobre essa discussão em curso é de que a União Europeia e o Reino Unido (países em que o tema está mais difundido) defendem o uso de instrumentos antitruste ou regulatórios a depender de cada problema a ser enfrentado. Enquanto o

Reino Unido defende a criação de um regulador específico para o setor, que atue de forma independente e preventiva na implantação de um código de conduta ao qual as empresas de tecnologia se submeteriam, a União Europeia entende que certas práticas, como o *self-preferencing*, (que será melhor detalhado adiante), não devem ser objeto de atuação *ex ante*, mas sim por meio da abordagem antitruste, por não serem considerados ilícitos *per se*, mas sujeitos à avaliação de seus efeitos sobre os mercados onde estas práticas se fazem presentes. E essas divergências se estendem por temas relacionados a compartilhamento de dados, interoperabilidade, tratamento discriminatório, competição intraplataforma, entre outras.

O relatório de Stigler ², por exemplo, mostra que a concorrência nos mercados norte-americanos é fortemente influenciada pelo comportamento dos consumidores. As maiores plataformas digitais, por deterem grande volume de dados de seus usuários já conseguem, por meio de algoritmos, prever comportamentos, ações, linhas de consumo, preferências

Desse modo, o fluxo de informações e dados de usuários (veja o tópico anterior sobre gestão de dados de usuários) mais expressivo promoveria maior competição entre as empresas. Porém, o relatório destaca alguns comportamentos mais comuns dos usuários que acabam distorcendo os mecanismos de competitividade, por exemplo: i) escolher o anúncio ou a ferramenta que esteja em destaque em detrimento das demais; ii) não muda suas escolhas ou preferências; iii) impaciência e falta de controle, que levam o consumidor, por exemplo, a terminar mais um vídeo, ou assistir a mais um episódio de uma série.

Como observado, há uma assimetria informacional no que se refere a maiores empresas do mercado digital deterem mais dados individuais, além de dados de um maior número de pessoas, o que permite a construção de uma base para prever comportamentos não só individuais, mas também populacionais. Nesse sentido, nos mercados digitais, as empresas que construam bases de dados mais robustas estarão naturalmente à frente das

² Stigler Committee on Digital Platforms. Disponível em: [digital-platforms---committee-report---stigler-center.pdf \(chicagobooth.edu\)](https://www.chicagobooth.edu/sites/default/files/2022-07/digital-platforms-committee-report-stigler-center.pdf). Acesso em 29 de julho de 2022.

demais que não tenham recursos financeiros ou tecnológicos para tal. Portanto, o comportamento dos consumidores predito por meio da detenção de bases informacionais acaba prejudicando sobremaneira a concorrência natural destes mercados digitais, sendo essencial a regulação diferenciada desses mercados.

O estudo da concorrência de mercados digitais mostra a complexidade e as diferenças existentes entre eles e os mercados tradicionais. Desse modo, buscando conhecer com profundidade esse mercado, o Reino Unido, por meio de sua autoridade antitruste, o *Competition and Markets Authority* (CMA), elaborou relatórios sobre diversos segmentos do mercado³ que fornecem informações importantes para a elaboração de uma política regulatória. Este estudo apresentou dados acerca do Reino Unido, Portugal, Holanda, México, Japão, Índia, Itália, França, Comissão Européia, BRICS, Áustria e Austrália.

Um deles, o *Online platforms and digital advertising market study*, publicado em 2020, aponta que o Google, além de ser o líder isolado nas buscas na internet, também concentra 90% dos £7,3 bilhões movimentados no mercado de anúncios do Reino Unido. O *Facebook*, por sua vez, detém 50% do total de £5,5 bilhões investidos em “*display advertising*” na internet⁴. O relatório conclui, ainda, que o poder de mercado tanto do Google quanto o Facebook afetam significativamente os preços de vendas e anúncios, além de não haver uma política adequada para o uso de dados pessoais nas plataformas, carecendo-se, portanto, de uma política regulatória no escopo que se refere à proteção de dados.

Adicionalmente, o relatório do Cade (LANCIERI; SAKOWSKI, 2020) menciona que Google e Facebook foram acessados, respectivamente, por 99% e 95% da população britânica, reforçando não somente o volume expressivo de recursos financeiros

³World Reports on Digital Markets. Disponível em: <https://www.chicagobooth.edu/research/stigler/events/antitrust-competition-conference/world-reports-on-digital-markets>. Acesso em 29 de julho de 2022.

⁴ Final Report: <https://www.gov.uk/cma-cases/online-platforms-and-digital-advertising-market-study>. Acesso em: 11 de setembro de 2023.

movimentados por estas plataformas, mas também de consumidores. Como resultado dos estudos produzidos e em resposta a esse cenário concorrencial peças regulatórias têm sido apresentadas nas principais economias do mundo.

No âmbito da União Europeia, está em discussão o *Artificial Intelligence Act* – projeto de lei que propõe disciplinar o uso de Inteligência Artificial pelas empresas de tecnologia. Trata-se de uma estratégia baseada em riscos, que prevê a identificação e a estratificação dos riscos a que estão sujeitas as atividades das empresas e, com isso, estabelecer limites de atuação, bem como de imposição de um código de condutas equivalente. Mais uma vez, busca-se com esta ação a criação de medidas mais alinhadas ao mercado digital no âmbito dos marcos regulatórios legislativos.

Nos Estados Unidos, por sua vez, a exemplo do Brasil, pelo que se percebe preliminarmente, os movimentos no sentido de avançar em uma política regulatória não ocorrem na esfera administrativa, mas sim por iniciativa do Congresso Americano. Em 2021, foram apresentados, bipartidariamente, cinco projetos de lei para regulamentar a atuação de grandes empresas de tecnologia, como Apple, Google, Amazon e Facebook. Esses projetos indicam um importante passo na tentativa de conter supostas condutas anticompetitivas cometidas reiteradamente por essas empresas, mas que, por falta de instrumentos legais, não têm sido combatidas de forma eficaz.

Nessa linha, o Plano Anual da CMA para 2020-2021 abordou justamente essa questão da proteção dos consumidores, particularmente os que se encontravam em situação vulnerável. Com a pandemia da COVID-19, muitos trabalhadores perderam sua renda, ou a comprometeram com o apoio de familiares que sofreram tais perdas. Nesse sentido, observa-se a preocupação descrita por Whigger e Bunch-Hessen (2016) com as questões sociais envolvidas nos mecanismos de regulação.

Nessa direção, o Plano abriu caminhos para a divulgação de outro marco regulador de mercados digitais no Reino Unido, o *Digital Markets Strategy* (DMS, do inglês, Estratégias para o Mercado Digital). Em sua proposta, este plano estratégico incluiu estudos sobre

plataformas online e propagandas digitais, usando as leis de proteção ao consumidor como ferramentas para mitigar práticas abusivas. Outra questão também mencionada no documento se refere à proteção de dados digitais, das empresas e dos consumidores, além da otimização da tecnologia para repositório e divulgação dessas informações.

No Brasil, entretanto, o debate sobre a regulação no setor ainda carece de profundidade e abrangência. Embora muito tenha sido produzido sobre o tema, tanto no âmbito técnico quanto acadêmico, as divergências sobre o modelo de intervenção estatal no setor ainda protagonizam as discussões.

O reflexo disso é que a proposta mais direcionada para a regulação de condutas das empresas de tecnologia em discussão até o momento é a chamada “Lei das *fake News*”, de autoria do Senador Alessandro Vieira. O texto do Projeto de Lei 2.630/2020 trata de instituir a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet e prevê a criação de uma política de compliance a ser seguida pelas empresas de tecnologia, mais especificamente as redes sociais e as que oferecem serviços de mensageria. Mais adiante será trazida uma análise mais ampla do PL e se ele se posiciona diante do que tem sido feito no mundo em termos de regulação em mercados digitais.

2.2 AGENTES REGULADORES DOS MERCADOS DIGITAIS

A atividade regulatória, num contexto geral da economia, caracteriza-se, segundo Nascimento (2015), por uma atuação conjunta dos mais diversos atores envolvidos no setor econômico, combinando-se a atuação pública e privada combinando-se os múltiplos interesses de cada setor atuante e seus respectivos *lobbies*. Ainda segundo dispõe Nascimento:

Note-se, por exemplo, que no exercício de atividade regulatória o agente regulador está sujeito a uma teia complexa de pressões e lobbies dos vários grupos de interesses, logo, como indivíduo maximizador de apoio político, atua em prol de equilibrar os poderes econômicos envolvidos, diminuindo a transferência excessiva de renda entre os grupos, afim de manter o máximo de apoio político, o que não se vê quando esses processos corporativistas se verificam de modo privado, ou

seja, em fenômenos como cartelização ou truste. A elaboração de uma política regulatória interessa não só aos agentes atuantes num mercado, mas também às indústrias dos complementos e substitutos, além do consumidor final, por exemplo. Assim, participam do processo todos os grupos interessados, transmitindo informações divergentes e fazendo lobbies, decidindo o regulador de modo a equilibrar esses conflitos, sob pena de ter diminuída a sua base eleitoral (NASCIMENTO, 2015, p. 232).

O papel da regulação do mercado digital parece carecer também de transformações. Já é pauta em seminários e conferências de que novas ferramentas de regulação e defesa da concorrência serão necessárias para acompanhar o dinamismo e a complexidade do setor, devido à sua importância econômica, sem, contudo, ensejar restrições ou impedimentos à inovação e liberdade de iniciativa. O relatório do Cade (LANCIERI; SAKOWSKI, 2020) destaca a possibilidade de que seja criado um novo órgão regulador com competências específicas para monitoramento dos mercados digitais. Isto é corroborado tanto pelas agências de governo europeias, do Reino Unido, e pelos EUA, embora as propostas de regulação neste país tenham partido do poder legislativo, e não por vias administrativas.

Apesar de cada país possuir um órgão, agências ou mesmo conjunto de entidades que atuam no monitoramento dos mercados digitais, os marcos regulatórios encontram-se dispersos, decisões são tomadas muitas vezes com base nos mercados tradicionais, não se considerando as particularidades do digital. Um exemplo de como a atuação de agências reguladoras podem afetar a dinâmica desses mercados é na fusão de grandes empresas digitais. Geralmente estas operações ou acabam sendo barradas ou sofrem diversos entraves dos órgãos regulatórios atuais. Muito disso ocorre devido a própria legislação que não engloba as particularidades do setor.

Nem sempre, por exemplo, uma fusão de grandes empresas digitais resultaria em monopólio do setor, como ocorreria num mercado tradicional. Por vezes, a fusão traria mais benefícios aos usuários, como incremento da base de dados, melhor tecnologia proporcionando, portanto, melhores serviços, preços mais justos e competitivos. No entanto, conforme o relatório do Cade, neste exemplo específico, foi evidenciado que até o presente momento não houve nenhum caso de fusão que houvesse representado malefício

ao usuário final do serviço (falso positivo), ou seja, a ideia de monopólio de mercado não seria válida.

Portanto, seria fundamental que se estruturassem nos diversos países agências reguladoras específicas que pudessem tratar das temáticas afeitas ao mundo digital, criando-se dessa forma um controle paralelo ao mercado econômico tradicional. Não seria prudente, por exemplo, modificar toda a legislação norte americana antitruste somente para englobar uma particularidade (ou poucas) do mercado digital (LANCIERI; SAKOWSKI, 2020), embora reste clara a necessidade de reformulação de políticas mais específicas para o setor, dada sua complexidade e atual relevância na economia.

Resta então o questionamento de como os governos dos principais mercados digitais têm lidado com essa questão, frente ao que fora exposto previamente. Em novembro de 2021 o parlamento europeu recebeu para análise o texto do projeto *Digital Markets Act* (DMA) que pretende implantar uma política de *compliance* digital a ser seguida pelas empresas intituladas “*gatekeepers*”. Estas, no âmbito da norma, são empresas que oferecem serviços essenciais de plataforma e seu enquadramento é feito com base em critérios objetivos (qualitativos e quantitativos).

Podszun, Bongartz e Langestein (2021) propõem, em seu estudo, uma abordagem mais pautada em princípios para a regulação do gatekeeper com 3 fundamentos básicos, quais sejam: contestabilidade dos mercados, equidade da intermediação e independência do processo de tomada de decisões. Os autores também defendem ainda uma integração significativa e sistêmica entre as autoridades nacionais e particulares no que tange à aplicação da norma, devendo haver um ramo de aplicação independente das próprias atividades da Comissão Européia (PODSZUN; BONGARTZ; LANGERSTEIN, 2021).

Esses serviços podem ser redes sociais, mecanismos de busca, sistemas operacionais, compartilhamento de vídeos e outros conteúdos. Nela estão previstas ações que imponham transparência e responsabilidade às empresas, eliminem barreiras à entrada de novos negócios, fomentem inovação e crescimento, promovam condições equânimes de

operação para todas as empresas que operam em plataformas digitais, além de iniciativas de empoderamento dos usuários e garantia às liberdades de expressão como forma de controle social de possíveis práticas desleais.⁵ Esta pretende ser uma política única a ser adotada por todos os países da União Europeia, além do Reino Unido.

Como decorrência do incremento das atividades dos mercados digitais, vários foram os casos analisados pelas autoridades antitruste do mundo que ensejaram a investigação de condutas de empresas de tecnologia. No Brasil, desde 2011, o Cade julgou dezessete casos envolvendo práticas anticompetitivas, (em sua maioria por abuso de posição dominante). Desses, dez foram arquivados por não terem sido identificados elementos suficientes para confirmar a existência da suposta conduta e os demais ainda estão em fase de instrução/análise.⁶

Com isso, poderia se inferir, preliminarmente, que a política contra o monopólio de empresas do mercado digital no Brasil, ainda não foi capaz de sanar os problemas concorrenciais decorrentes do aumento – em volume, complexidade e dinamismo - do setor. Não que a política brasileira não disponha de capacidade dissuasória, mas talvez porque o enfrentamento das questões concorrenciais afeitas aos mercados digitais ainda careçam de mecanismos específicos, para além das ferramentas econômico-jurídicas presentes da legislação antitruste vigente.

Embora a atuação do Cade esteja alinhada à de outras agências antitruste do mundo com atuação e desempenho equivalentes a agências como Estados Unidos, Japão, França e Reino Unido⁷, o Brasil ainda vê nos instrumentos econômicos tradicionais as ferramentas

⁵ The Digital Markets Act: ensuring fair and open digital markets. Disponível em https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en#how-will-the-commission-ensure-that-the-tool-keeps-up-with-the-fast-evolving-digital-sector. Acesso em 16 de fevereiro de 2022.

⁶ Mercados de Plataformas Digitais – Cade/DEE. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/cadernos-do-cade/plataformas-digitais.pdf>. Acesso em: 11 de setembro de 2023.

⁷ O Conselho Administrativo de Defesa Econômica – Cade é hoje uma autarquia em regime especial com jurisdição em todo o território nacional. Foi criado pela Lei nº 4.137/62, então como um órgão do Ministério da Justiça. Naquela época, competia ao Cade a fiscalização da gestão econômica e do regime de contabilidade das

mais adequadas às análises que envolvem questões concorrenciais e regulatórias relacionadas aos mercados digitais.

Segundo Pereira Neto (2020), merece ser observado que a legislação antitruste brasileira tem uma dicção ampla o suficiente para comportar diversas leituras, desde a mais até a menos intervencionista. O art. 36 da Lei n. 12.529/2011 afirma que são infrações à ordem econômica os “atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados”. Não há, portanto, a necessidade de aferição de efeitos ou alguma forma específica de atos prescritos na lei. Ainda, o § 3º do referido artigo, ao mencionar práticas que configuram as hipóteses de infrações previstas na lei, deixa claro o caráter exemplificativo, estando aberta a lei a novos tipos de práticas, havendo um amplo espaço para atuação do Cade na repressão a condutas anticoncorrenciais em mercados digitais.

Entretanto, ressalve-se aqui, novamente, que a política *ex post* tem se mostrado insuficiente para combater os abusos de poder de mercado praticados pelas *bigtechs*, o que deixa uma lacuna que poderia ser preenchida por um controle *ex ante* (nos moldes em que tem sido discutido com o DMA), onde se estabeleceriam regras de conduta e *compliance* a serem seguidas pelas empresas.⁸ De fato, se, aliados a expertise e experiência do Cade, cuja atuação é exemplo de excelência, houver espaço para a adoção de novas (ou renovadas) estratégias e políticas de ação, o Brasil pode contar com um protagonismo inédito na América Latina no enfrentamento das questões concorrenciais trazidas pelas economias

empresas. Apenas em junho de 1994, o órgão foi transformado em autarquia vinculada ao Ministério da Justiça, pela Lei n° 8.884/1994. Foi ainda, pelo oitavo ano consecutivo, categorizado com 4 estrelas no ranking anual promovido pela revista britânica Global Competition Review (GCR). O resultado mantém a autarquia entre as dez melhores agências antitruste do mundo. Disponível em: <https://www.gov.br/cade/pt-br/acesso-a-informacao/institucional/historico-do-cade#:~:text=O%20Conselho%20Administrativo%20de%20Defesa,%C3%B3rg%C3%A3o%20do%20Minist%C3%A9rio%20da%20Justi%C3%A7a>. Acesso em: 12 de setembro de 2023.

⁸ O modelo *ex ante* refere-se à regulação prévia aos fatos, que estabelece regras a serem seguidas pelos agentes, com monitoramento e implicação de possíveis penalidades. Já o controle *ex post* é feito *a posteriori*, quando a apuração de possíveis ilícitos é realizada quando o dano ao mercado decorrente da conduta ilícita já pode ter ocorrido.

digitais, visto o notório reconhecimento de grandes potências do mercado antitruste como o Reino Unido.

Franck e Peitz (2019), em documento elaborado pelo *Centre on Regulation in Europe* (CERRE), estabeleceram que o conceito de poder de mercado a partir das leis de concorrência devem consistir em transações entre duas ou mais partes, sendo ao menos uma delas agindo com propósitos econômicos. Neste conceito também se inclui a definição de multimercados, que estão ligados a plataformas econômicas conjuntas e cuja regulação se ajusta por algum destes lados envolvidos no processo, o que conjura o efeito de poder daquele que domina a relação regulatória.

Controle regulatório *ex ante* e *ex post*

Os termos *ex ante* e *ex post* são comumente utilizados na literatura de mercados financeiros para identificar algum acontecimento (ou previsão) que decorre antes ou após algum evento. No que se refere ao controle regulatório de mercados, um controle *ex ante* se refere a marcos regulatórios prévios que determinam o comportamento dos mercados, bem como a atuação de agências ou órgãos no sentido de que se criem as regras de conduta anteriormente ao fato. O controle *ex post*, ao contrário, é aquele no qual a atuação de órgãos reguladores se dá após a realização do evento. Nesse sentido, as normas de atuação não possuem caráter preventivo, ou seja, é necessário avaliar cada evento econômico a luz da legislação existente (após ele ter ocorrido).

É mais fácil compreender a dificuldade encontrada pelas autoridades antitruste (que, a depender de suas competências originárias, podem atuar tanto em matéria de controle *ex ante*, como *ex post*) em atuar de forma a disciplinar as atividades das empresas de tecnologia, uma vez que há muitos elementos a serem considerados na regulamentação desse setor, como por exemplo, em decorrência do funcionamento simultâneo das empresas em várias jurisdições, a autoridade deve levar em conta a especialidade de cada ferramenta ou plataforma.

O fato é que o debate sobre a regulação *ex ante* é controverso. Os argumentos favoráveis dizem que melhorar as regras do jogo pode impedir que a ocorrência das falhas de mercado que conduzem à consolidação de práticas abusivas ou ilícitas. Os que argumentam contra ponderam que uma regulação antecipada pode “engessar” as atividades das empresas e, com isso, transformar a regulação em um mecanismo de entrave à inovação.

No contexto brasileiro, contudo, não há um debate atual sobre uma proposta de regulamentação *ex ante* em mercados digitais que tenha como iniciativa a esfera administrativa. A autoridade antitruste no Brasil atua de forma *ex ante* e *ex post* na revisão de fusões e sanção de comportamentos abusivos, respectivamente. A regulação *ex ante* dos mercados digitais no Brasil é, até o momento, realizado por reguladores setoriais e autoridades de advocacia da concorrência.

O fato é que o tema da regulação em mercados digitais possui particularidades que carecem de atenção mais detida. Como tem sido feito por meio do DMA⁹, a proposta de regulação *a priori* tem ganhado espaço, mesmo com as interpretações divergentes e controvérsias políticas sobre o tema. Isso porque o contorno de uma política regulatória para o setor pode envolver, como aqui já mencionado, o desenvolvimento de instrumentos mais adequados aos problemas concorrenciais surgidos com a complexidade do mercado. Com isso é possível dizer que no Brasil, embora os debates sobre regulação em mercados digitais esteja cada dia mais difundido entre especialistas e acadêmicos, as propostas de regulação do setor com o objetivo de melhorar a experiência dos usuários, melhora a segurança (principalmente no que diz respeito aos dados), ao mesmo tempo em que favorece a inovação, não acompanham o mesmo ritmo.

Segundo documentos da OECD acerca dos marcos regulatórios referentes a plataformas bilaterais de mercado (OECD, 2009) ou plataformas multimercado (OECD, 2018), as definições ainda são bastante esparsas e divergentes na literatura econômica,

⁹ Digital Markets Act – Política regulatória implementada pela Autoridade Antitruste britânica que disciplina a atuação das grandes empresas de tecnologia, chamadas pela norma de *gatekeepers*

sendo ligadas e direcionadas pelas demandas dos consumidores, o que indiretamente afeta o setor regulatório. Adicionalmente, o documento da OECD de 2018 também reforça que os modelos multimercados, especialmente os mercados digitais modernos, devem ter seus propósitos reinterpretados nos casos de análises antitruste. No que tange aos modelos legislatórios brasileiros, o presente trabalho buscará analisar os conteúdos propostos pelo Projeto de Lei 2630/2020 referentes a uma possível constituição de marco regulatório para controle de mercados digitais.

Foseca Júnior (2022) propôs, em seu recente trabalho, um modelo de Resolução do Cade pautado na compilação de uma série de propostas regulatórias baseadas na perspectiva de atos de concentração, condutas anticompetitivas, defesa da concorrência em mercados digitais e baseadas em alterações estruturais no Cade. Este modelo buscaria sanar a lacuna encontrada, do ponto de vista normo-regulatório, no que tange à iniciativas para adoção de regulações específicas a respeito do tema. O autor ainda reforça que o documento desenvolvido pelo Cade, Mercado de Plataformas Digitais (BRASIL, 2021), tem servido como base às autoridades concorrenciais e legislativas para colocarem em prática ações concretas visando a regulação de tais mercados (FONSECA JÚNIOR, 2022).

Entretanto, o órgão ainda apresenta desafios latentes no que tange à temática regulatória dos mercados digitais, que seriam a determinação dos mecanismos interventivos em mercados tão diâmicos e versáteis, a previsão de efeitos a longo prazo das intervenções decorridas das políticas de concorrência, adaptação de medidas afeitas às plataformas digitais, tratamentos específicos das bases de dados a despeito de perfis gerenciais e de acesso, além de conciliar políticas de proteção de dados e do âmbito concorrencial (FONSECA JÚNIOR, 2022). Neste aspecto, o presente trabalho buscou avaliar o impacto de um potencial marco regulatório brasileiro que possa também afetar efeitos no que se refere às políticas regulatórias e concorrenciais brasileiras, o Projeto de Lei 2630/2020.

2.3 O PROJETO DE LEI 2630/2020

Inicialmente, cabe aqui destacar que, entre 2015 e 2020, apenas um Projeto de Lei submetido à análise da Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Economia, (SEAE) ¹⁰ tratou especificamente da tentativa de disciplinar as atividades cujas empresas atuam em mercados digitais. Este é o Projeto de Lei (PL) do Senado nº 2.630/2020, que propõe a instituição de Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Isso já oferece uma visão preliminar do contexto em que estão sendo abordadas as questões relacionadas à regulação do setor.

O PL das “*fakenews*”, como também tem sido referenciado, prevê a criação de uma política de *compliance* a ser seguida pelas empresas de tecnologia, mais especificamente as redes sociais e as que oferecem serviços de mensageria. O Projeto tem como objetivos combater a desinformação, impor transparência sobre conteúdos pagos disponibilizados para o usuário e combater o uso de contas inaltênticas para disseminar mensagens equivocadas ou manipuladas, com potencial de dar causa a danos individuais ou coletivos. O alvo da proposta são os serviços de rede social com mais de dois milhões de usuários registrados.

Quanto às vedações, são impostas às empresas: i) uso de contas inaltênticas, ou seja, contas criadas ou usadas com o propósito de disseminar desinformação ou assumir identidade de terceira pessoa para enganar o público; ii) uso de disseminadores artificiais, os chamados robôs, que são as tecnologias empregadas para simular, substituir ou facilitar atividades de humanos na disseminação de conteúdo; iii) uso de redes de disseminação de desinformação, que são redes coordenadas por pessoa ou grupo de pessoas para impactar artificialmente a distribuição de conteúdo e iv) Conteúdos patrocinados não rotulados,

¹⁰ A SEAE figura no SBDC como advogada da concorrência, que significa atuar de forma a municiar outras instâncias governamentais, especialmente o poder legislativo, de elementos que permitam a elaboração de leis e normas que contemplem as questões legais necessárias à manutenção dos requisitos concorrenciais essenciais. Cabe, portanto, à SEAE, analisar previamente conteúdo de proposta de lei ou outro instrumento legal que trate de defesa da concorrência, bem como propor medidas para a melhoria regulatória e analisar o impacto regulatório de políticas públicas afeitas à concorrência.

conteúdo criado, postado compartilhado ou oferecido em troca de pagamento pecuniário sem a devida informação ao usuário.¹¹

O texto do PL elenca também as competências do poder público, a definição de medidas de combate a desinformação, além do estabelecimento de regras para assegurar a transparência em relação a conteúdos patrocinados. Em linhas gerais o PL traz como principais pontos a proibição da criação de contas falsas nas mídias sociais para simular a identidade de uma pessoa ou entidade, a proibição de uso de robôs como donos de contas inautênticas, a imitação do alcance de mensagens compartilhadas muitas vezes, além de exigir a identificação de usuários que patrocinam conteúdos publicados e Imposição de sanções ou punições, como advertências ou multas, às empresas que descumprirem as medidas previstas na lei.

Mas o fato é que, para além das polêmicas inerentes a uma peça regulatória como esta, há também algumas considerações sobre o alcance da norma, o que, se compararmos com as propostas em discussão hoje no mundo, trata apenas de um aspecto do setor que é a disseminação de conteúdo inverídico. Além disso, o PL enfrentou críticas de várias partes interessadas, incluindo preocupações sobre possíveis violações à liberdade de expressão, privacidade de dados e viabilidade na implementação.

Ademais, o acesso a dados, por exemplo, que se configura hoje como um orientador a condutas anticompetitivas, não foi contemplado de forma contundente no PL, tampouco foi tratada a questão do poder de mercado das grandes empresas de forma mais abrangente, mas mais direcionada em forma de punição em duas situações: (i) caso o conteúdo for patrocinado ou veiculado por meio de pagamento à plataforma e (ii) quando a empresa falhar na contenção da disseminação de conteúdo criminoso ou ilícito. Além disso, como forma de monitorar a regulação, o PL prevê que as empresas produzam relatórios de avaliação de riscos e de transparência. Mas, para além do objeto do PL, que, sem dúvida,

¹¹Projeto de Lei nº 2630/202. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8110634&ts=1648639813988&disposition=inline>

deve merecer a atenção do legislador brasileiro, não há uma política regulatória que discipline a atuação econômica das empresas de tecnologia de forma mais orientada à defesa da concorrência e aos aspectos concorrenciais.

Então, quais seriam os mecanismos de restrição possíveis de serem utilizados contra grandes empresas de tecnologia que permitam mitigar as assimetrias geradas pelos abusos de posição dominante no atual contexto global e que tenham efeitos efetivamente dissuasórios? Para essa pergunta pode haver diferentes respostas, mas o que parece ser mais consensual é a necessidade de se criar mecanismos de resposta a esses problemas, como o que está sendo feito pela autoridade antitruste do Reino Unido com a publicação do *DMA*. No Brasil a discussão ainda permeia aspectos mais distantes dos relacionados à preservação do ambiente concorrencial saudável em mercados digitais.

3. CONCLUSÕES

Ao se observar o desenvolvimento das propostas de regulação econômica para os mercados digitais no Brasil, verificou-se que há um descompasso instrumental e teórico da política antitruste brasileira diante dos problemas trazidos pelas economias digitais. Embora o Projeto de Lei das *Fake News* se configure como um passo inicial no sentido de limitar a atuação das empresas de tecnologia para preservar o usuário e seus dados pessoais, novos padrões de análise concorrencial para o setor ainda precisam ser mais bem explorados. Ademais, o PL não trata a questão da contestabilidade de forma direta, nem pretende atuar na limitação do poder de mercado das grandes empresas de tecnologia de forma estrutural, mas apenas tenta controlar as informações que circulam nas plataformas (especialmente nas de mensageria eletrônica) sem propor um controle de condutas mais abrangente que possa estimular a concorrência em mercados digitais.

Com isso, verifica-se que no Brasil ainda não há não há evolução normativa no âmbito da regulação de mercados econômicos digitais, apesar de um espaço de discussão ainda em crescimento incipiente, tanto no aspecto acadêmico quando no âmbito da

aplicação. Porém, o setor ainda carece de uma proposta de política de regulação em mercados digitais que pretenda, de fato, disciplinar a atuação das grandes empresas de tecnologia no sentido da preservação do ambiente concorrencial equilibrado.

O controle *ex post*, por meio da política de defesa da concorrência, ainda é a principal ferramenta de controle da concorrência nos mercados digitais. Desse modo, resta uma via aberta e ainda não explorada de possíveis ações por parte do Poder Executivo e do Poder Legislativo, por meio de Projetos de Lei, para a regulação dos mercados digitais no Brasil. O presente artigo mostrou, por meio da apresentação da proposta brasileira de regulação diante do *DMA*, que atualmente essa regulação não existe no Brasil, o que deve ser um objeto de estudos futuros tanto no escopo acadêmico quanto por meio de propostas administrativas visando implementação de políticas públicas voltadas para o setor.

4. REFERÊNCIAS

AUTOR, D. et al. The fall of the labor share and the rise of superstar firms. **The Quarterly Journal of Economics**, v. 135, n. 2, p. 645-709, 2020.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Cade. **Nota Técnica Nº 15/2018/CGAA2/SGA1/SG/CADE**. 2018. Disponível em: https://sei.cade.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php?DZ2uWeaYicbuRZEFhBtn3BfPLlu9u7akQAh8mpB9yOBwJuCNj4I75LGYGmkxvGGA3KsZ7gMb eOyJAU4rJ9vx9C3faktSMw8hSoMgRRVdtQJwj7ACTjy7bWKuQ92ZDz. Acesso em: 11 de setembro de 2023.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Cade. **Mercados de Plataformas Digitais**. 2021. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/cadernos-do-cade/plataformas-digitais.pdf>. Acesso em: 11 de setembro de 2023.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Cade. **Histórico do Cade**. Disponível em: <https://www.gov.br/cade/pt-br/acesso-a-informacao/institucional/historico-do-cade#:~:text=O%20Conselho%20Administrativo%20de%20Defesa,%C3%B3rgo%C3%A3o%20do%20Minist%C3%A9rio%20da%20Justi%C3%A7a>. Acesso em: 12 de setembro de 2023.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. **Lei nº 12.529 de 30 de novembro de 2011.** Lei de Defesa da Concorrência. Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera a Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990, o Decreto-Lei nº 3.689, de 3 de outubro de 1941 - Código de Processo Penal, e a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985; revoga dispositivos da Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994, e a Lei nº 9.781, de 19 de janeiro de 1999; e dá outras providências. 2011. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm. Acesso em: 11 de setembro de 2023.

BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei nº 2630, de 2020.** Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8110634&ts=1648639813988&disposition=inline>. Acesso em: 11 de setembro de 2023.

CMA. **THE CMA DIGITAL MARKET STRATEGY.** 2021. Disponível em <https://www.gov.uk/government/publications/competition-and-markets-authoritys-digital-markets-strategy/the-cmas-digital-markets-strategy-february-2021-refresh>. Acesso em: 11 de setembro de 2023.

CMA. **Competition and Markets Authority Annual Plan 2020/21.** 2020. Disponível em <https://www.gov.uk/government/publications/competition-and-markets-authority-annual-plan-2020-to-2021>. Acesso em: 11 de setembro de 2023.

FONSECA JÚNIOR, M. A. **A política antitruste brasileira e sua capacidade de enfrentamento dos mercados digitais: uma proposta de regulação concorrencial das plataformas.** 2022. 301 p. Dissertação (Mestrado - Mestrado em Direito), Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2022.

FRANCK, J - U; PEITZ, M. **Market Definition and market power in the platform economy.** CERRE. Centre on regulation in Europe. 2019. Disponível em: https://cerre.eu/wp-content/uploads/2020/05/report_cerre_market_definition_market_power_platform_economy.pdf. Acesso em: 11 de setembro de 2023.

LANCIERI, F.M.; SAKOWSKI, P.A.M. **Concorrência em Mercados Digitais: uma revisão de relatórios especializados.** Documento de Trabalho Cade n. 5. 2020. Disponível em: [Concorrência em mercados digitais: uma revisão dos relatórios especializados \(cade.gov.br\)](https://cade.gov.br/concorr%C3%AAancia-em-mercados-digitais-uma-revis%C3%A3o-dos-relat%C3%B3rios-especializados). Acesso em: 11 de setembro de 2023.

MEIRELLES, D. S. E. Teorias de mercado e regulação: por que os mercados e o governo falham? **Cadernos EBAPE.BR**, v. 8, n. 4, p. 644–660, dez. 2010.

NASCIMENTO, C.B.L. Dificuldades de Regulação Econômica: uma Leitura das Teorias de Regulação. **RJLB**, n.4, p. 191-238, 2015.

OECD. **Two-sided markets**. 2009. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/competition/44445730.pdf>. Acesso em: 11 de setembro de 2023.

OECD. **Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms**. 2018. Disponível em: www.oecd.org/competition/rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms.htm. Acesso em: 11 de setembro de 2023.

PERERA NETO, C.M.S. **Defesa da concorrência em plataformas digitais [recurso eletrônico]**. São Paulo, FGV Direito SP, 2020.

PODSZUN, R.; BONGARTZ, F.; LANGENSTEIN, S. Proposals on how to improve de digital markets act. **SSRN**, p. 1-11, 2021.

Relatório EBIT NIELSEN. Disponível em: <https://nielseniq.com/global/pt/insights/market-research/page/2/>. Acesso em: 11 de setembro de 2023.

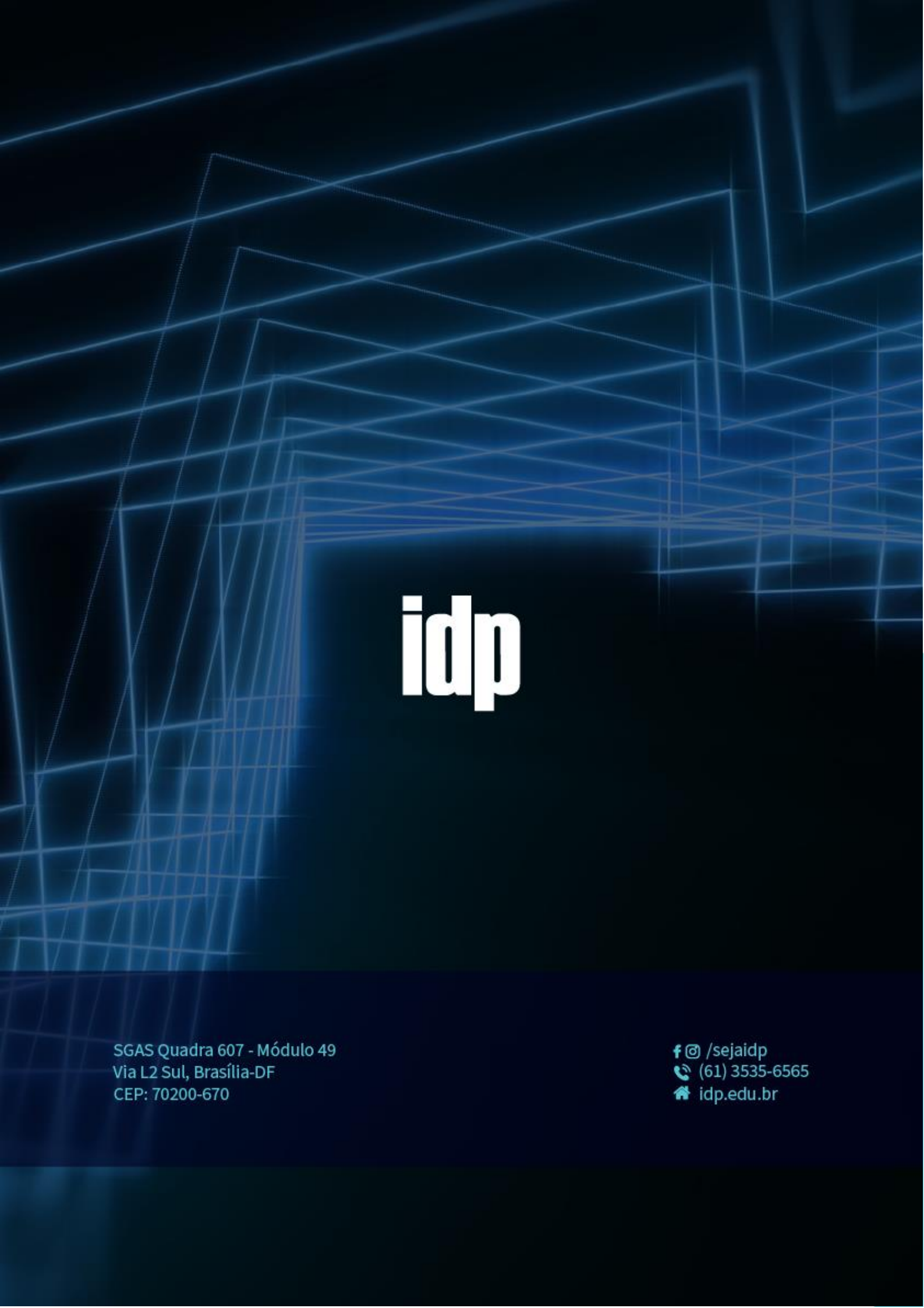
ROCHA, D. F. Concorrência em Mercados Digitais e Desafios ao Controle de Atos de Concentração. **RDC**, v. 7, n. 2, p. 99 – 120, 2019. Disponível em: <https://revista.cade.gov.br/index.php/revistadedefesadaconcorrencia/article/view/413/236>. Acesso em: 12 de setembro de 2023.

ROTHER, E.T. Revisão sistemática x revisão narrativa. [Editorial]. **Acta Paulista de Enfermagem**, v.20, n.2, 2007.

Stigler Comittee on Digital Plataforms. Disponível em: [digital-platforms---committee-report---stigler-center.pdf \(chicagobooth.edu\)](https://www.chicagobooth.edu/research/stigler/events/antitrust-competition-conference/world-reports-on-digital-markets). Acesso em 29 de julho de 2022.

WIGGER, A.; BUCH-HANSEN, H. The Ascendancy of Neoliberal Competition Regulation in the European Community / A Ascensão Da Regulação Concorrencial De Caráter Neoliberal Na Comunidade Europeia. **Revista Direito E Práxis**, v.7, n..4, p. 610-42, 2016.

World Reports on Digital Markets. Disponível em: <https://www.chicagobooth.edu/research/stigler/events/antitrust-competition-conference/world-reports-on-digital-markets>. Acesso em: 11 de setembro de 2023.



idp

SGAS Quadra 607 - Módulo 49
Via L2 Sul, Brasília-DF
CEP: 70200-670

  /sejaidp
 (61) 3535-6565
 idp.edu.br