

**NOVOS DESAFIOS DO DIREITO CONCORRENCIAL: UMA ANÁLISE
DA DISCIPLINA ANTITRUSTE NOS MERCADOS DE PLATAFORMA**
*NEW CHALLENGES IN COMPETITION LAW: AN ANALYSIS OF ANTITRUST
REGULATION IN PLATFORM MARKETS*

Bernardo Mota Brum Komaki de Paula¹

Catarina Lutz Malcon²

Gustavo Sperb Martins Costa Pinto³

¹ Graduando em Direito na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

² Graduanda em Direito na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

³ Graduando em Direito na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

RESUMO

O presente artigo visa explicar a forma que o Direito Concorrencial lida, na atualidade, com os desafios impostos pelos mercados de plataforma. Para isso, em primeiro plano, é necessário expor as principais características desse mercado sob a ótica concorrencial, com a interação entre os platform markets e as teorias do dano como leveraging e self-preferencing. Finalmente, é importante entender as diferentes soluções propostas por órgãos regulatórios e legisladores para solucionar os problemas complexos propostos pelo mercado de plataforma. A presente pesquisa tem caráter exploratório e cunho qualitativo, construindo a partir de método analítico o objeto da pesquisa, qual seja, os desafios recentes do Direito Concorrencial no âmbito destes mercados. O desenvolvimento deste trabalho empregou tanto uma análise doutrinária de revisão bibliográfica quanto uma análise jurisprudencial de casos de Direito Concorrencial.

PALAVRAS-CHAVE

Concorrência – Mercados de plataforma – Condutas anticoncorrenciais – Soluções regulatórias.

SUMÁRIO

Introdução. 1. Características dos mercados de plataforma. 2. Infrações à ordem econômica nos mercados de plataforma. 3. Posturas regulatórias. Conclusão. Referências.

REFERÊNCIA: DE PAULA, Bernardo Mota Brum Komaki; MALCON, Catarina Lutz; PINTO, Gustavo Sperb Martins Costa. Novos Desafios do Direito Concorrencial: uma análise da disciplina antitruste nos mercados de plataforma. *Res Severa Verum Gaudium*, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 63-84, dez. 2024.

INTRODUÇÃO

O Direito de Concorrência é um ramo do Direito de relativa recência, tendo sua pedra fundamental lançada em 1890, com o *Sherman Act*, nos Estados Unidos. Entende-se que o diploma legislativo teve impactos severos nos valores da época, já que funcionava como um “instrumento de conciliação entre os valores da economia clássica e aqueles do liberalismo político”⁴, que mitigava a liberdade econômica irrestrita de outrora com a imposição de óbices destinados à proteção da livre iniciativa. Tal ato legislativo desafiava a concepção da mão invisível do livre mercado, contestando o mito da concorrência perfeita, e reconhecendo a tendência monopolista presentes em diversos mercados. Passo seguinte na

ABSTRACT

This article aims to explain how competition law deals with the challenges imposed by platform markets. For that matter, it is first necessary to lay out the main characteristics of this market under antitrust law, and the interaction between platform markets and theories of harm such as leveraging and self-preferencing. Finally, it is also important to understand the different solutions proposed by regulatory agencies and legislators to solve the complex issues derived from platform markets. This research has an exploratory and qualitative nature, building the object of research using an analytical method, namely, the recent challenges of competition law within the scope of such markets. The development of this research employed both an analysis on literature review and recent relevant antitrust cases.

KEYWORDS

Antitrust – Platform Markets – Anti-competitive conducts – Regulatory solutions.

⁴ MELLO, Ana Frazão Vieira de. *Direito da concorrência*. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2017, p. 31.

evolução da matéria foi a publicação do *Clayton Act*, em 1914, endereçando matérias antes não tocadas pelo *Sherman Act*, como práticas discriminatórias.⁵

No Brasil, em vista de nossa industrialização tardia, o debate em torno da necessidade de limitação ao poder econômico passou a se esboçar mais tardiamente que o dos Estados Unidos, em que pese já estivesse presente na década de 1930. Nesse cenário, o que se entendia era que uma legislação que protegesse a concorrência levaria em conta, mormente, a razões de cunho sociopolítico, vez que limitaria a possibilidade de um poder econômico excessivo de comprometer o próprio poder do Estado.⁶

Após incontáveis debates legislativos e implementações de leis que se revelaram ineficazes, foi instituído, em 1988, o compromisso na Constituição Cidadã de garantir a livre iniciativa – diga-se de passagem, até hoje, um de seus principais fundamentos. Não só isso, com a sistematização da ordem econômica constitucional em seu Título VII, houve a renovação do compromisso antitruste. Isso, porque, no artigo 170, IV, é fixada a livre concorrência como princípio básico desta ordem e, no artigo 173, § 4º, restou estabelecida a necessária repressão da lei ao abuso de poder econômico, como se vê:

§ 4º A lei reprimirá o abuso do poder econômico que vise à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros.⁷

Dessa maneira, percebe-se como o direito brasileiro deu importância e relevo à matéria, motivo pelo qual foi instituído, anos depois, o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, pela Lei 12.529/2011. Essa, apelidada de Lei do CADE, implementou o Conselho Administrativo de Defesa Econômica, autarquia federal encarregada da fiscalização de atos de concentração e de condutas potencialmente lesivas à concorrência.

Em vista disso, buscou-se mais efetivamente disciplinar o Direito Concorrencial, matéria que ganhava cada vez mais importância com o avançar da contemporaneidade. Nessa toada, no país, mais de 60% da população utiliza internet e há marcante presença de grandes

⁵ U.S. Federal Trade Commission. *The Antitrust Laws*. 2022. Disponível em: <https://www.ftc.gov/advice-guidance/competition-guidance/guide-antitrust-laws/antitrust-laws>. Acesso em: 03 jan. 2024.

⁶ MELLO, *op. cit.*, p. 33-34.

⁷ BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília, DF: Presidência da República, 2023. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 03 jan. 2024.

empresas de tecnologia, de forma que casos concorrenciais envolvendo empresas atuantes no ciberespaço são cada vez mais analisados pelo CADE.⁸

Embora, como se viu, o Direito Concorrencial seja relativamente recente, este é afetado pelos velozes avanços trazidos pela contemporaneidade, como muitos outros campos do Direito. Em especial, a internet trouxe novos desafios para os órgãos de regulação antitruste, já que criou modelos de interação absolutamente diversos dos anteriores, gerando preocupações graves em relação à livre concorrência.⁹ No ponto, cita-se, especialmente, inovações como os *marketplaces*, plataformas de venda com magnitude inédita.

Ocorre que, com novos modelos, surgem novas modalidades de práticas lesivas à concorrência. Em especial, os *marketplaces* inauguram espécies de negociações e interações, as quais são fonte de particular atenção para o Direito Concorrencial. Mais do que isso, tais plataformas de venda digitais, geralmente associadas a empresas de tecnologia com significativa participação de mercado, representam fenômenos econômicos próprios, já que as interações entre consumidor e vendedor nesses meios caracterizam as denominadas *multi-sided platforms*.¹⁰ Não só isso, as interações, por si só, têm particularidades, na medida que representam um efeito de rede ou *network effects*.

Em especial, para essa compreensão, é fundamental o entendimento de uma das principais teorias do dano atrelado às práticas comuns às corporações presentes no mercado digital, o *leveraging*.¹¹ Nos ambientes de plataformas *marketplace*, as práticas de *leveraging* adquirem estímulos próprios, já que surge a possibilidade de participação simultânea no mercado de fornecimento (*upstream*) e no mercado de distribuição ou varejo (*downstream*), como proprietária da plataforma, e do fluxo de influência de um mercado para outro. Tanto é uma ameaça potencial, que, mesmo recentemente, já foi analisada por diversas vezes em órgãos antitruste em todo o mundo, em casos como Google Shopping na União Europeia e XP & Itaú, no Brasil, por exemplo.

⁸ KIRA, Beatriz. A Defesa da Concorrência na Era Digital: desafios práticos e teóricos em face das plataformas de internet. *Revista de Direito e as Novas Tecnologias*, v. 2, 2019, RT Online, p. 1-11.

⁹ CRÉMER, Jacques; MONTJOYE, Yves-Alexandre de; SCHWEITZER, Heike. *Competition policy for the digital era: a report*. European Commission, Luxembourg, 2019, p. 12-14. Disponível em: <https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>. Acesso em: 03 jan. 2024.

¹⁰ OECD. *Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms*. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/competition/Rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms-2018.pdf>. Acesso em: 03 jan. 2024.

¹¹ CRÉMER; MONTJOYE; SCHWEITZER, *op. cit.*, p. 7.

Desse modo, justifica-se uma 1) análise do modelo de plataformas e de suas principais idiossincrasias e uma 2) interpretação criteriosa de pressupostos fundamentais ao Direito Concorrencial, expondo-se as principais ameaças concorrenciais presentes nesses ambientes. Por fim, faz-se uma 3) investigação acerca das respostas que os órgãos reguladores vêm apresentando no Brasil e no mundo para tais problemas, valendo-se de uma metodologia de análise doutrinária e jurisprudencial. Assim, justifica-se atender à questão concorrencial nos mercados de plataforma, de forma a melhor compreender a maneira que a disciplina vem lidando com os novíssimos problemas trazidos com as inovações contemporâneas, como as plataformas digitais.

1 CARACTERÍSTICAS DOS MERCADOS DE PLATAFORMA

O progresso das novas tecnologias de informação e comunicação, como a internet, tal qual já mencionado, modificou sobremaneira as relações sociais, políticas e, mormente, jurídicas globais, dado que a digitalização estimula - de maneira desenfreada - a evolução e dinamicidade dos mercados e da concorrência. No ponto, a dimensão e a concentração de poder nas mãos de poucas empresas com muito poder de mercado nesse meio digital preocupam o Direito, de forma que à defesa da concorrência é delegado o papel de conter a expansão desmedida dos “gigantes da internet”. Muitas dessas empresas oferecem seus serviços como intermediárias em plataformas *multi-sided*, as quais atuam, especialmente, por meio da internet, modelo que será analisado a seguir.

Nessa toada, de acordo com o *Monopolkommission*, autoridade alemã de antitruste:

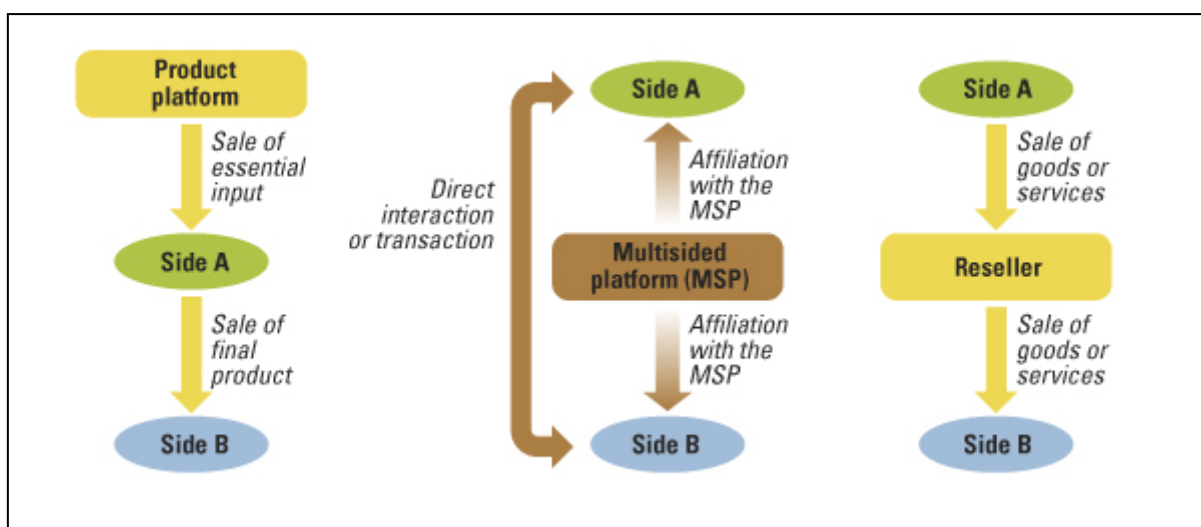
[...] A platform is usually an intermediary bringing together various groups of users so that they can interact economically or socially. This service enables a considerable economic benefit to be generated. Such platforms have a vital role to play on digital markets. Business models such as search services, social networks, trading and intermediary platforms or operating systems have the characteristics of a platform. [...] ¹²

¹² MONOPOLKOMMISSION. *A Competition policy: The challenge of digital markets - special report n. 68*, 2015. Disponível em: https://www.monopolkommission.de/images/PDF/SG/s68_fulltext_eng.pdf. Acesso em: 21 ago. 2023. Tradução: “Uma plataforma é geralmente uma intermediária que junta vários grupos de usuários para que eles possam interagir econômica ou socialmente. Esse serviço permite gerar um benefício econômico considerável. Essas plataformas possuem um papel vital para desempenhar em mercados digitais. Modelos de negócios como serviços de pesquisa, redes sociais, plataformas de negociação e intermediárias ou sistemas operacionais têm as características de uma plataforma”.

É imperioso pontuar que as plataformas digitais possuem como centro de seu modelo de negócio a coleta e o processamento de um altíssimo volume de dados – sobretudo informações pessoais.¹³ Nesse sentido, elas antecipam e modulam o comportamento dos indivíduos, o que permite que viabilizem seus bens e serviços e funcionem como verdadeiros instrumentos de mediação social. Em vista disso, facilitam a conexão entre os diferentes lados atuantes no meio digital, quais sejam: usuários, vendedores, anunciantes e trabalhadores¹⁴. Em outras palavras, as plataformas de internet configuram-se como mercados *multi-sided*, ou seja, aqueles que, segundo Beatriz Kira: “servem dois ou mais distintos e mutuamente atrativos grupos de usuários”.¹⁵ Dessa forma, nesses mercados, tais grupos de clientes têm interesse nos serviços e bens oferecidos por algum ou alguns dos outros grupos e confiam em um intermediador – a plataforma – para facilitar as conexões entre eles.¹⁶

O funcionamento das plataformas *multi-sided*, em comparação com mercados tradicionais, pode ser exemplificado pela figura abaixo:

Figura 1 - Plataformas *multi-sided*.



Fonte: MIT Sloan Management Review.¹⁷

¹³ KIRA, *op. cit.*, p. 1-11.

¹⁴ KATZ, Michael; SALLET, Jonathan. Multisided Platforms and Antitrust Enforcement. *The Yale Law Journal*, vol. 127, n. 7, 2018, p. 2142-2175.

¹⁵ KIRA, *op. cit.*, p. 1-11.

¹⁶ EVANS, David S.; SCHMALENSEE, Richard. The Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms. *Competition Policy International*, v. 3, n. 1, 2007, p. 151-179.

¹⁷ HAGIU, Andrei. Strategic Decisions for Multisided Platforms. *MIT Sloan Management Review*. Disponível em: <https://sloanreview.mit.edu/article/strategic-decisions-for-multisided-platforms/>. Acesso em: 03 jan. 2024.

À vista disso, nota-se que a plataforma serve como um facilitador de interações diretas entre dois ou mais lados, como, por exemplo, vendedores e consumidores, diferenciando-se do mercado tradicional justamente em vista da conexão simultânea a ambos os lados. Entende-se, portanto, que esse tipo de mercado necessariamente depende de uma pluralidade de agentes de ambos os lados para o seu funcionamento, o que exige complexo *know-how* logístico, possibilitado pelas plataformas digitais.

Contrariamente ao que ocorre nos mercados convencionais, a expressividade da concorrência em mercados de plataforma é determinada por efeitos de rede, os quais são mais fortes nos mercados *multi-sided*. Tais efeitos de rede são elucidados por Michael Katz da seguinte forma:

For antitrust purposes, a useful definition of a multi-sided market is that there are cross-platform network effects (i.e. the presence of members of group A as users on one side of the platform makes the platform more attractive to members of group B on the other side) in at least one direction for a platform that facilitates interactions between two or more groups of users, can set distinct prices to different user groups, and has market power with respect to those groups.¹⁸

Ainda, os efeitos de rede nos mercados de plataforma podem ser diretos ou indiretos. Os efeitos diretos dizem respeito à economia de escala no lado da demanda, em que o usuário de um produto auferir não apenas o benefício inerente ao produto, como também um benefício da rede, advinda do número de outros usuários do produto. Tem-se como exemplo as redes sociais, as quais são utilizadas para que seus usuários possam interagir entre si. Nesse ponto, quanto mais sujeitos conhecidos do usuário ingressarem na rede – por exemplo, o *Facebook* –, mais conexões cada usuário pode fazer, aumentando a atratividade dessa rede social para os novos ingressantes. Já os efeitos indiretos surgem quando a quantidade de agentes envolvidos em um lado do mercado impacta o valor da plataforma *multi-sided* para os indivíduos que atuam do outro lado. É o caso dos sistemas operacionais de telefones móveis, como o Apple iOS, porquanto, quanto mais usuários usufruem desse sistema, mais os desenvolvedores criam aplicativos que lhe sejam compatíveis, atraindo mais usuários para a plataforma.¹⁹

¹⁸ OECD. *Exclusionary Conduct in Multi-sided Markets – Note by Michael Katz*, 2017. Disponível em: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2017\)28/FINAL/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2017)28/FINAL/en/pdf). Acesso em: 03 jan. 2024. Tradução: “Para propósitos do antitruste, uma definição proveitosa de um mercado *multi-sided* é que há efeitos de rede multiplataforma (i.e. a presença de membros de um grupo A como usuários em um lado da plataforma torna a plataforma mais atrativa para membros do grupo B no outro lado) em pelo menos uma direção para uma plataforma que facilita interações entre dois ou mais grupos de usuários, pode definir preços distintos para diferentes grupos de usuários, e possui poder de mercado em relação a esses grupos”.

¹⁹ KIRA, *op. cit.*, p. 1-11.

Assim, as plataformas digitais visam expandir sua mediação, por meio do controle do fluxo de interações, dados e transações perpetradas entre os seus agentes participantes, vez que proveem serviços justamente pautados pelas comunicações realizadas em tais ambientes digitais.²⁰ Isso se dá de duas formas: na primeira, chamada de *neutral regime* (regime neutro), a plataforma cobra taxas de permanência ou de uso, e há a conexão direta e irrestrita entre produtores e consumidores; já na segunda, há o *non-neutral regime* (regime não-neutro), em que não há cobrança de taxas dos consumidores, mas apenas dos produtores, e a base de consumidores fica sob controle da plataforma.²¹ Nessa última, especialmente, cria-se um ambiente de concorrência entre as empresas, que passam a competir por dados e, por meio das informações que já detêm, tentam adquirir ou manter uma posição ou poder dominante no mercado.

A propósito, um dos maiores desafios do Direito Concorrencial diz respeito a definir o que seria uma conduta abusiva e lesiva à livre concorrência. Isso, porque a Lei nº 12.529/2011 não define o que seria exercer de forma abusiva uma posição dominante e limita-se a fixar, em seu art. 36, § 3º, um rol de práticas que infringem a ordem econômica, desde que gerem os efeitos presentes nos incisos do dispositivo. Nesse sentido, tal diploma legislativo adota uma sistemática aberta, porquanto abrange quaisquer condutas que possam ser nocivas à livre concorrência.²² No entanto, é visível, por meio do disposto no art. 170, IV, da CRFB/88, que o ordenamento jurídico brasileiro direciona particular atenção à ordem econômica e ao controle de condutas que configurem abuso de poder econômico, atento ao princípio da livre concorrência.²³ Tal sistemática atrai para si especial necessidade de análise, motivo pelo qual será aprofundada ainda no presente artigo.

Dessa forma, o Direito Concorrencial atua para disciplinar o exercício do poder econômico, reprimindo iniciativas que imponham óbices ao funcionamento do livre mercado. Em outras palavras, visa impedir que as empresas abusem de uma posição dominante para exercerem esse poder de mercado.

²⁰ MONOPOLKOMMISSION, *op. cit.*, p. 29.

²¹ SANCHÉZ-CARTAS, Juan Manuel; LEÓN, Gonzalo. Multisided Platforms and Markets: A Literature Review. *Journal of Economic Surveys*, vol. 35, n. 2, 2021, p. 452-487.

²² MARTINS, Ciro; SANTOS, Laura dos. Abuso de posição dominante segundo a jurisprudência do CADE. *Revista de Defesa da Concorrência*, 2020, vol. 8, n. 2, p. 164-176.

²³ BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília, DF: Presidência da República, 2023. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 22 ago. 2023.

Entretanto, fortes efeitos de rede nos *digital markets* podem fazer com que se abra uma vantagem intransponível para uma plataforma, levando o mercado a “virar” para um ator em detrimento dos demais, possibilitando que uma empresa adquira o poder dominante. Em consequência disso, efeitos de rede fortes e relevantes custos de troca inibiriam os usuários dessa empresa com maior poder de ingressarem em outras plataformas²⁴, o que configura os chamados custos de entrada. Daí decorre o fato de que os efeitos de rede diretos e indiretos em plataformas estimulam a concentração em tais mercados, devendo ser analisados sob a ótica concorrencial.²⁵

Os custos de troca, que caracterizam as plataformas digitais, surgem quando do desejo do consumidor pela compatibilidade entre uma compra atual e um investimento anterior. Tem-se como exemplo o usuário do celular iPhone, que possui acessórios da mesma marca, tornando o uso de seu aparelho telefônico mais eficiente. Para que esse sujeito troque o seu celular por um da Samsung, por exemplo, terá que arcar com os custos do novo celular e de todos os acessórios que possibilitem o seu uso, e os benefícios dessa troca devem ser grandes o suficiente para persuadir o cliente a adquirir tal produto. No entanto, geralmente as plataformas possuem alto custo de troca, o que faz com que o consumidor fique preso à empresa dominante. Em vista disso, tais empresas rivais podem se ver impedidas de entrar no mercado e são obrigadas a deixá-lo - o que configura os chamados custos de entrada, sendo uma barreira à entrada no mercado.²⁶

Conforme dá conta a nota expedida pelo Brasil na segunda sessão do Fórum Global em Competição da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), a atratividade destas plataformas e os efeitos de rede indiretos e diretos delas característicos são considerados barreiras à entrada. Isso porque embora uma firma consiga adentrar em um mercado digital caracterizado por efeitos de rede em um primeiro momento, sua permanência é dificultada ou mesmo impossibilitada por essas barreiras, já que esta não consegue disputar a base de consumidores da plataforma incumbente naquele mercado.²⁷

²⁴ KIRA, *op. cit.*, p. 1-11.

²⁵ MONOPOLKOMMISSION, *op. cit.*, p. 3.

²⁶ KIRA, *op. cit.*, p. 1-11.

²⁷ BRASIL. Abuse of Dominance in Digital Markets. In: *OECD. Global Forum on Competition, Session II*, 2020. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Relatoriorios%20de%20gestao/2020/Cap.%201/Abuse%20of%20dominance%20in%20digital%20markets.pdf>. Acesso em: 03 jan. 2024.

Por fim, tem-se que os mercados de plataforma, com suas inovações, trazem uma série de novas técnicas necessárias aos operadores do direito antitruste, com um campo de conceitos complexos, como os *network effects* e os mercados *multi-sided*. Assim, instituído o arcabouço contextual acerca dos mercados de plataforma, cabe a análise da variedade de infrações à ordem econômica que podem derivar desses mercados, bem como a postura regulatória quanto a essas problemáticas.

2 INFRAÇÕES À ORDEM ECONÔMICA NOS MERCADOS DE PLATAFORMA

Uma vez definidas as características dos mercados de plataforma, bem como elucidadas quaisquer dúvidas a respeito destas, pode-se começar a falar das possíveis infrações econômicas próprias a estes campos. Desse modo, insta salientar as diversas práticas que um mercado digital pode ter para criar, em um ambiente controlado por si mesmo, vantagens competitivas injustas frente a outros vendedores desta mesma plataforma, seja com a venda de produtos a um preço mais baixo, seja com a isenção de taxas comuns ao *marketplace* aos próprios serviços, por exemplo.

Em primeiro plano, é mister compreender que, em um cenário concorrencial ideal, a opção do consumidor por um determinado serviço ou produto provido por uma empresa concorrente constitui fator suficiente para estimular a mudança de postura econômica ou de gestão de outro agente comercial.²⁸ Isso, porque o agente preterido tem o objetivo de conquistar a escolha daquele indivíduo com maior facilidade. Por conseguinte, a empresa ignorada, caso escolhida pelo consumidor, obterá vantagem competitiva em relação à rival, a qual, por sua vez, ver-se-á obrigada a buscar aquela dominância, de modo que também mudará o seu comportamento.

Sem embargo, o que ocorre, na prática, é que a empresa que se vê economicamente prejudicada mantém as suas práticas contraproducentes, inobstante o desinteresse do consumidor por seu produto ou serviço, devido, entre outros fatores, ao seu tamanho, facilidade de uso das suas plataformas, tempo de mercado ou a estar em um grau de desenvolvimento ímpar em relação às suas concorrentes. Dessa forma, tem-se o que é conhecido por "poder econômico" ou "poder dominante", que pode ser definido, mais

²⁸ PINDYCK, Robert; RUBENFELD, Daniel. *Microeconomia*. 8ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013, p. 272-274.

objetivamente, como a capacidade de atuação de uma empresa de maneira independente dos seus concorrentes e consumidores, com a possibilidade, inclusive, de distorcer o cenário de competição.²⁹

Ademais, além da independência adquirida, é igualmente comum que agentes de grande porte tornem o acesso ao mercado do qual participam mais restrito, seja por uma concentração da cadeia produtiva sob o seu controle, de modo a dificultar, ainda que de forma não intencional, o acesso da concorrência, a qual pode ser atuante em outros mercados, aos mesmos insumos, seja por uma maior eficiência alcançada por dominar mais etapas de um processo produtivo, como dominar o armazenamento, as entregas e a logística para estas duas atividades anteriores funcionarem de maneira harmônica, por exemplo, em um *marketplace*. Desse modo, tem-se que o fechamento de mercados pode ocorrer tanto mediante a restrição de acesso a produtos por concorrentes, quanto mediante à captura de mercado consumidor decorrente super eficiência e competitividade de um grande negócio, inalcançável aos *players* menores – *input foreclosure* e *consumer foreclosure*, respectivamente.³⁰

Ainda sob tal ótica, são notadas duas práticas que acabam por reduzir a possibilidade de concorrência em uma plataforma de vendas digitais e, de certa forma, estão interconectadas ou, no mínimo, podem ser consideradas interdependentes: o *leveraging* e o *self-preferencing*. Isso posto, cumpre defini-los como o uso do poder de dominância em um mercado para promover a dominância em outra área, para o primeiro – como quando uma empresa anuncia produtos próprios, dentro do seu *marketplace*, a um menor preço, quando comparados a produtos de terceiros – e, para o segundo, conforme entende Beatriz Kira:

[...] situações nas quais uma empresa dominante dá preferência aos seus próprios produtos ou serviços em detrimento dos produtos de empresas concorrentes, seja no mercado à jusante ou em mercados relacionados por ela controlados.³¹

De outra, em decorrência das diversas modalidades de concentração de mercado tratadas até o momento, deve-se atentar à possibilidade de evidenciar, ao Estado, a disparidade entre a capacidade competitiva de uma pequena empresa em relação aos seus pares de maior porte, de modo a coibir as suas práticas atentatórias à livre concorrência, bem como as dificuldades de acesso ao mercado enfrentadas pela primeira. Dessa forma, mostra-se

²⁹ MELLO, *op. cit.*, p. 31.

³⁰ MELLO, *op. cit.*, p. 119.

³¹ KIRA, Beatriz; COUTINHO, Diogo R. Ajustando as lentes: novas teorias do dano para mercados digitais. *Revista de Defesa da Concorrência*, v. 9, n. 1, 2021, p. 11.

necessário falar na chamada *essential facilities doctrine*, a qual é comumente utilizada como embasamento para que haja a concessão de acesso a bens essenciais ao desempenho de determinada atividade econômica, por parte das empresas dominantes – um exemplo disso seria a obrigatoriedade de uma empresa hipotética de telefonia, dona de todos os postes de transmissão de uma cidade, ser obrigada a conceder o uso dos seus postes a outras empresas do mesmo ramo. Em suma, o detentor da *essential facility* é concorrencialmente obrigado a conceder o uso desta a outras empresas – o objetivo desta doutrina é a determinação daquilo que é essencial em um cenário ou não.³²

Além disso, outra prática bastante comum às grandes empresas, principalmente em mercados de plataforma, é a de tornar inviável a competição de *players* menores com essas, por meio do estreitamento das margens de lucro. Isso posto, para fins de ilustração, pode-se tratar de um serviço de acesso a músicas por *streaming*, mediante o pagamento de uma assinatura, em uma plataforma de aplicativos cuja empresa que a controla possui meios de impor maiores taxas aos aplicativos que desempenham a mesma função, desenvolvidos por terceiros, a fim de que os seus preços subam e a sua competitividade seja reduzida. Tal prática é conhecida como *margin squeeze*. No ponto, Bostoen, citando o Tratado de Funcionamento da União Europeia, esclarece que:

Margin squeeze, an infringement of Article 102 TFEU, is defined as a situation where a dominant undertaking charges ‘a price for the product on the upstream market which, compared to the price it charges on the downstream market, does not allow even an equally efficient competitor to trade profitably in the downstream market on a lasting basis.’ In other words, an upstream operator forces his downstream competitor—who is just as efficient— off the market by squeezing his profit margins.³³

Não só isso, a *OECD* afirma que casos de *margin squeeze* são bastante comuns, e acontecem especialmente em setores liberalizados, como telecomunicações.³⁴ Contudo, é especialmente relevante em mercados digitais em geral, o que é alertado por Bostoen, quando afirma que a teoria do *margin squeeze* se traduz do mercado de telecomunicações para os

³² MELLO, *op. cit.*, p. 60.

³³ “Margin squeeze, uma infração ao Artigo 102, TFEU, é definida como uma situação na qual uma empresa dominante cobra um preço diferente pelo produto oferecido no mercado upstream que, quando comparado ao preço cobrado ao mercado downstream, não permite que um competidor, ainda que igualmente capaz, tenha lucros no longo prazo. Em outras palavras, um operador upstream força o seu competidor downstream – o qual é igualmente eficiente – para fora do mercado, por meio da redução das suas margens de lucro.” (tradução nossa). Em: BOSTOEN, Friso. Online Platforms And Vertical Integration: The Return Of Margin Squeeze?. *Journal of Antitrust Enforcement*, Estocolmo, vol. 6, n. 3, p. 355, nov. 2017.

³⁴ OECD. *Policy roundtables: margin squeeze*. 2009. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/competition/46048803.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2023.

digitais, e a aplicação do conceito é relevante como alternativa para a regulamentação tradicional.³⁵ Assim, a teoria do *margin squeeze*, originada de mercados tradicionais, tem aplicabilidade em mercados digitais, e se apresenta como um ponto relevante de análise para problemas concorrenciais nesses ambientes.

3 POSTURAS REGULATÓRIAS

Compreendidas as características próprias das plataformas digitais, bem como suas interações com o Direito da Concorrência, é relevante observar as posturas legislativas e regulatórias em relação a tais ambientes. Nesse contexto, analisaremos os cenários de outros países e mercados comuns, além do cenário nacional.

Em primeiro lugar, pode-se entender que, de maneira geral, o tratamento do tema da concorrência em plataformas digitais não tem sido satisfatoriamente acompanhado pela legislação concorrencial, a qual se torna cada vez mais defasada com a rápida evolução desses mercados. No Brasil, por exemplo, não surpreende que sequer haja lei especializada para tratar da concorrência em tais ambientes digitais, na medida em que a Lei 12.529/2011, que instituiu o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, provavelmente por conta de sua promulgação ter ocorrido há mais de uma década e em um outro contexto de uso de plataformas digitais e comércio por meio destas, não trata dessas preocupações. Noutra nota, não há previsão expressa a qualquer uma das práticas anticoncorrenciais mais comuns exercidas nos mencionados mercados, como o *self-preferencing*, o acúmulo de dados sensíveis dos clientes, ou quaisquer outras. Na verdade, o art. 36, que trata das infrações à ordem concorrencial, se limita a afirmar o seguinte:

Art. 36. Constituem infração da ordem econômica, independentemente de culpa, os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados:

- I - limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa;
- II - dominar mercado relevante de bens ou serviços;
- III - aumentar arbitrariamente os lucros; e
- IV - exercer de forma abusiva posição dominante.³⁶

³⁵ BOSTOEN, *op. cit.*, p. 28.

³⁶ BRASIL. Lei n. 12.529, de 30 de novembro de 2011. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112529.htm. Acesso em: 18 ago. 2023.

Desse modo, pode-se inferir que a legislação brasileira, em especial, não possui as ferramentas necessárias para determinar quais condutas são consideradas infrações à ordem econômica nos ambientes digitais. É válido mencionar que, em que pese tal ausência de ferramentas seja digna de nota, no §3º do artigo supramencionado, explicitam-se condutas genéricas que se enquadram como infrações tradicionais à ordem econômica – as quais, em uma interpretação amplíssima, poderiam ter algum enquadramento de condutas anticompetitivas no ambiente digital.

No entanto, para serem punidas, as condutas praticadas devem obrigatoriamente estar presentes em um dos quatro incisos do artigo citado, os quais, por sua amplitude interpretativa, geram insegurança jurídica tanto para as empresas envolvidas, quanto para o mercado como um todo, que carece da previsibilidade necessária no âmbito concorrencial. Tanto isso é verdade, que o tema é tratado em projeto de lei (PL/2768/22), atualmente em tramitação na Câmara dos Deputados³⁷, que, dentre outras matérias, lida com o poder de fechamento de mercado das “plataformas digitais que detenham poder de controle de acesso essencial”.³⁸ O projeto supracitado visa suplantar, no Brasil, a lacuna aqui exposta, de forma que se segue aquilo disposto nas recentíssimas inovações da legislação europeia, a qual é uma das mais avançadas nesse âmbito.

Por sua vez, o *Digital Markets Act*, publicado em 23 de outubro de 2022, é um diploma legislativo que busca suplantar, na União Europeia, as dificuldades regulatórias dos mercados digitais, uma vez que reconhece o protagonismo das plataformas digitais no ambiente econômico europeu e a ascensão de um número reduzido de *gatekeepers* (ou "controladores de acesso", na tradução oficial do *DMA* em português) capazes de distorcerem o ambiente competitivo do mercado. Sobre essas figuras, o *DMA* refere em seu art. 3º que, para que uma empresa seja um *gatekeeper*, precisa (i) ter faturamento superior a 7,5 bilhões de euros dentro da União Europeia nos últimos três anos ou ter seu valor médio de mercado estipulado em 75 bilhões de dólares, fornecendo serviços em, ao menos, três

³⁷ Agência Câmara de Notícias. Regulamentação dos mercados digitais no Brasil precisa ser feita com cautela, afirmam especialistas estrangeiros. *Câmara dos Deputados*, 2023. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/985302-regulamentacao-dos-mercados-digitais-no-brasil-precisa-ser-feita-com-cautela-afirmam-especialistas-estrangeiros/>. Acesso em: 20 ago. 2023.

³⁸ BRASIL. *Projeto de Lei n. 2.768, de 2022*. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2214237&filename=PL%202768/2022. Acesso em: 20 ago. 2023.

Estados-membros; e (ii) possuir pelo menos 45 milhões de usuários ativos ou dez mil usuários de negócios dentro da União Europeia.

Ainda sobre o *DMA*, cumpre ressaltar que o papel do projeto europeu é o de complementar a legislação concorrencial europeia, não o de substituí-la. O papel de *gatekeepers*, tal como afirmado pelo projeto de lei, bem como pelo *DMA*, é de plataformas que detêm o acesso essencial a determinado serviço, nos termos da doutrina das *essential facilities*, como já visto. Mais do que isso, a lei reconhece que:

(4) Em muitos casos, a combinação destas características dos controladores de acesso é suscetível de conduzir a desequilíbrios graves do poder de negociação e, por conseguinte, a práticas e condições não equitativas para os utilizadores profissionais e para os utilizadores finais dos serviços essenciais de plataforma prestados por controladores de acesso, em detrimento dos preços, da qualidade, da lealdade na concorrência, da escolha e da inovação no sector digital.³⁹

Acerca da figura dos *gatekeepers*, é de se salientar que são entendidos pela doutrina brasileira como intermediários não-neutros, ou como um “controlador-mais-do-que-intermediário”.⁴⁰ Na legislação brasileira, são definidos genericamente no art. 15 da Lei 12.965/2014, onde são identificados como “o provedor de aplicações de internet constituído na forma de pessoa jurídica e que exerça essa atividade de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos”.

Da mesma forma, os Estados Unidos, embora pioneiros na disciplina antitruste, também enfrentam graves e cada vez mais complexos problemas na fiscalização de mercados digitais dinâmicos. Diante disso, para tentar coibir práticas exclusionárias e discriminatórias contra concorrentes, foi proposto, em 2021, o *American Innovation and Choice Online Act*, que arrola uma série de condutas anticoncorrenciais que passariam a ser expressamente ilícitas.

Contudo, como alerta Gilbert, há a incerteza da definição do que efetivamente constitui uma prática exclusionária ou discriminatória, embora seja possível apontar algumas das empresas que seriam responsáveis por tais práticas, como feito em projetos de lei

³⁹ UNIÃO EUROPEIA. *Digital Markets Act*. 2022. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R1925>. Acesso em: 20 ago. 2023.

⁴⁰ LIMA MARQUES, Cláudia; MIRAGEM, Bruno. Serviços simbióticos ou inteligentes e proteção do consumidor no novo mercado digital: homenagem aos 30 anos do Código de Defesa do Consumidor. *Revista do Advogado*, n. 147, set. 2020, p. 14-29. Na doutrina estrangeira, Hans Micklitz e Leonie Adam trabalham de forma semelhante a expressão “*gatekeeper*”, em: ADAM, Leonie; MICKLITZ, Hans-W. Verbraucher und OnlinePlattformen. In: MICKLITZ, Hans-Wolfgang; REISCH, Lucia A.; JOOST, Gesche; ZANDER-HAYAT, Helga (Hrsg.). *Verbraucherrecht 2.0: Verbraucher in der digitalen Welt*. Baden-Baden: Nomos, 2017.

norte-americanos – "*Alphabet (Google), Apple, Meta (Facebook) and Amazon, and might include others such as Microsoft*".⁴¹ Em vista disso, argumenta-se que, ao mesmo tempo que a ausência de normas antitruste feitas sob medida para os mercados digitais é um problema para a livre concorrência, a implementação de normas vagas pode também gerar problemas, já que pode levar à arbitrariedade e a ameaças à livre iniciativa, por exemplo.

Assim, essas lacunas legislativas, tanto nos EUA quanto no Brasil, bem como na União Europeia – que, embora tenha promulgado o *DMA*, enfrenta os problemas de vagueza levantados –, carecem de preenchimento jurisprudencial para que se tornem efetivos instrumentos de combate às infrações econômicas em ambiente digital. Desse modo, a atuação de órgãos reguladores não se restringe à legislação, mas à adaptação às mudanças do mercado, que evadem as regulações, novamente, por sempre estarem à frente destas.

Entretanto, entende-se que, mundialmente, as autoridades antitruste vêm reportando desafios no monitoramento digital. Isso porque os mercados digitais têm uma dinâmica competitiva extremamente veloz, de forma que esses órgãos, em países como a Austrália e o Reino Unido, inclusive propõem a criação de agentes reguladores adequados a tal característica. O objetivo da medida é o de buscar uma especialização e uma maior eficiência, como afirmado no relatório final da *ACCC* (Comissão Australiana de Competição e Consumidor) acerca de plataformas digitais, em 2019⁴², e pelo *Digital Competition Expert Panel*, no Reino Unido.⁴³ Assim, percebe-se que os órgãos reguladores já existentes enfrentam as suas dificuldades operacionais, muito embora tenham sido eficazes em uma série de julgados, como no caso Google Shopping, na União Europeia, e o XP & Itaú, no Brasil.

No primeiro caso, a empresa de tecnologia, enquanto proprietária de uma das ferramentas de pesquisas on-line mais acessadas do mundo, foi acusada de favorecer, nos resultados de buscas relacionados ao varejo, o seu próprio mecanismo de comparação de preços, sobrepondo-o ao de competidores. O caso foi julgado por diversas autoridades

⁴¹ GILBERT, Richard J. *The American Innovation and Choice Online Act: Lessons from the 1950 Celler-Kefauver Amendment*. In: Concurrentialiste. Disponível em: https://leconcurrentialiste.com/gilbert-innovation-choice-act/?mc_cid=8bdf17d95a. Acesso em: 20 ago. 2023.

⁴² AUSTRALIAN COMPETITION AND CONSUMER COMMISSION. *Digital Platforms Inquiry - Final Report*. 2019. Disponível em: <https://www.accc.gov.au/publications/digital-platforms-inquiry-final-report>. Acesso em: 20 ago. 2023.

⁴³ FURMAN, Jason; *et al.* *Unlocking Digital Competition: Report of the Digital Competition Expert Panel*. Disponível em: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf. Acesso em: 20 ago. 2023.

antitruste, com resultados variados em cada uma destas. Para a União Europeia⁴⁴, foi percebida a prática de *self-preferencing*, tida pela Comissão Europeia de Antitruste como ilícita, a qual ressaltou que “*dominant undertakings have a special responsibility not to impair, by conduct falling outside the scope of competition on the merits, genuine undistorted competition in the internal market*”.⁴⁵ Dessa maneira, a Comissão foi capaz de reagir à prática de *self-preferencing* cometida pela empresa, criando jurisprudência relevante e estabelecendo um parâmetro das condutas que devem ser categorizadas como violações da concorrência no âmbito digital.

Da mesma forma, em sede de análise de ato de concentração celebrado entre XP e Itaú, no qual a segunda buscava a aquisição de grande participação acionária na primeira, houve, novamente, a preocupação com a prática de *self-preferencing*. O Conselho Administrativo de Defesa Econômica, embora tenha aprovado a aquisição, aplicou restrições, de modo que exigiu da plataforma digital de investimento um compromisso de não discriminação, a fim de que fossem tratados de forma equânime, na plataforma, os produtos da Itaú e de outras instituições bancárias e financeiras. Não só isso, no caso em tela, houve especial preocupação com o problema dos dados concorrencialmente sensíveis. Tais dados, em uma economia digital, ganham especial importância, de modo que empresas se esforçam para obter monopólio desse “insumo”, uma vez que podem utilizá-lo para traçar perfis precisos dos hábitos de uso dos usuários e fornecê-los serviços personalizados, fidelizando-os. Nesse sentido, Kira elucida que:

A concentração de dados também pode ser propositalmente usada pelos monopólios de dados para alavancagem de forma anticompetitiva. Nos mercados tradicionais, o fato de uma empresa ser grande e ter uma posição dominante não é um problema que requer intervenção antitruste. No entanto, as empresas dominantes têm uma responsabilidade especial de não abusar de sua poderosa posição no mercado para restringir a concorrência. Nos mercados digitais, um raciocínio semelhante se aplica. O fato de uma empresa ser muito grande ou ter muitos dados não deve ser considerado uma questão competitiva por si só, mas o abuso dessa posição de domínio de dados pode suscitar preocupações das autoridades de concorrência.⁴⁶

⁴⁴ UNIÃO EUROPEIA. European Commission. *Caso AT.39740*. Google e European Commission. Julgado em 27 de junho de 2017. Disponível em: <https://competition-cases.ec.europa.eu/cases/AT.39740>. Acesso em: 20 ago. 2023.

⁴⁵ “Empresas dominantes têm uma responsabilidade especial de não impedir a competição genuína no mercado interno, por conduta que não de mérito próprio.” (tradução nossa)

⁴⁶ KIRA, *op. cit.*, p. 1-11.

Com isso, além das preocupações já elencadas, de questões relacionadas ao *leveraging* em um sentido mais tradicional – embora em ambientes digitais –, os dados demonstram uma situação de especial relevância. Tanto isso é verdade, que são comuns as aquisições de empresas promissoras por gigantes da tecnologia visando a melhor análise e processamento de dados, como na aquisição da *Weather Company* pela *IBM*, em 2016. Assim, percebe-se que não apenas devem os órgãos reguladores – e os legisladores – se preocuparem com práticas como o *self-preferencing*, mas devem atentar aos riscos da concentração de informação para o Direito Concorrencial – duas frentes distintas, porém complementares.

Depreende-se da análise legislativa e jurisprudencial realizada que, embora a postura do Estado perante os mercados digitais no âmbito antitruste, seja, em grande medida, insuficiente, grandes esforços vêm sendo desenvolvidos pelos julgadores para solucionar os problemas concorrenciais derivados do ambiente digital. Contudo, o direito antitruste, para seu funcionamento ideal, não pode depender apenas das autoridades reguladoras, mas deve seguir as diretrizes impostas pelos diplomas legais. Desse modo, resta evidente a necessidade, especialmente em países como o Brasil, de inovações legislativas que busquem proteger a livre concorrência de potenciais abusos a serem praticados nos mercados de plataforma.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em conclusão, ainda que o surgimento das plataformas de venda digitais seja bastante recente, e o ramo do Direito que disciplinaria as suas práticas de concorrência tenha surgido ainda no século XX, este já possui vastas possibilidades de aplicação de entendimentos doutrinários e legais preexistentes, bem como de disposições constitucionais, no caso do Brasil. Dessa maneira, em que pesem as diferentes realidades econômicas observáveis nos Estados Unidos – berço do Direito da Concorrência –, e no Brasil – o qual adotou-o recentemente –, pode-se afirmar que o advento da internet e das inovações provenientes do ambiente digital obrigam a adequação do segundo país à contemporaneidade das relações próprias a esse, assim como dos demais Estados cujas adoções foram igualmente tardias.

Ainda, uma vez que os mercados de plataforma funcionam como intermediadores de negociações próprios à internet, possuem facilidade de alcance dos compradores e vendedores, ensejando a necessidade de uma postura regulatória proativa estatal sobre a

atuação desses mercados. Assim, insta salientar que o Direito Concorrencial, bem como as entidades reguladoras provenientes do desenvolvimento deste campo, existem com o objetivo de manter o ambiente de mercado o mais competitivo possível – com o bem-estar do consumidor como prioridade –, de modo a evitar monopólios.

Além disso, a conceituação das práticas infracionais à ordem econômica, se não auxiliar à busca pela solução do problema, torna mais compreensíveis as ações possivelmente inibitórias da livre concorrência. De outra, quanto àquelas solucionadas, nota-se clareza e facilidade de entendimento nas soluções adotadas, trazidas na presente análise.

Por fim, acerca das posturas regulatórias, em que pesem as posições doutrinárias aqui referenciadas, principalmente estrangeiras, estarem em estágio comparativamente avançado de desenvolvimento, é perceptível a defasagem brasileira no que diz respeito à regulamentação da concorrência entre mercados de plataforma, bem como na coibição de práticas lesivas ao mercado que, no momento atual, sequer estão propriamente definidas em lei. Contudo, em outros países e blocos, a situação é surpreendentemente semelhante, com dificuldades visíveis na União Europeia e nos EUA para a regulamentação de tais mercados, preenchendo as lacunas legislativas com entendimento jurisprudencial, percebendo-se os esforços direcionados à solução daquelas condutas nocivas ao mercado. Conclui-se, assim, que os mercados digitais têm provocado impactos enormes na forma em que é interpretado e trabalhado o Direito da Concorrência, o que deve ser lidado de forma mais ativa pelos legisladores e órgãos antitruste, de modo a coibir abusos nesses novos ambientes.

REFERÊNCIAS

Agência Câmara de Notícias. Regulamentação dos mercados digitais no Brasil precisa ser feita com cautela, afirmam especialistas estrangeiros. *Câmara dos Deputados*, 2023. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/985302-regulamentacao-dos-mercados-digitais-no-brasil-p-recisa-ser-feita-com-cautela-afirmam-especialistas-estrangeiros/>. Acesso em: 20 ago. 2023;

BOSTOEN, Friso. Online Platforms and Vertical Integration: The Return of Margin Squeeze?. *Journal of Antitrust Enforcement*, Estocolmo, vol. 6, n. 3, p. 355, nov. 2017.

BRASIL. Abuse of Dominance in Digital Markets. In: *OECD. Global Forum on Competition, Session II*, 2020. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Relatoriorios%20de%20gestao/2020/Cap.%201/Abuse%20of%20dominance%20in%20digital%20markets.pdf>. Acesso em: 03 jan. 2024.

BRASIL. [Constituição (1988)]. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília, DF: Presidência da República, 2023. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 22 ago. 2023.

BRASIL. *Lei n. 12.529, de 30 de novembro de 2011*. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm. Acesso em: 18 ago. 2023.

CRÉMER, Jacques; MONTJOYE, Yves-Alexandre de; SCHWEITZER, Heike. *Competition policy for the digital era: a report*. European Commission, Luxembourg, 2019, p. 12-14. Disponível em: <https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2023.

EVANS, David S.; SCHMALENSEE, Richard. The Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms. *Competition Policy International*, v. 3, n. 1, 2007, p. 151-179.

FURMAN, Jason; *et al.* *Unlocking Digital Competition: Report of the Digital Competition Expert Panel*, Londres: Crown, 2019. Disponível em: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf. Acesso em: 20 ago. 2023.

GILBERT, Richard J. The American Innovation and Choice Online Act: Lessons from the 1950 Celler-Kevaufer Amendment. *Concurrentialiste*, 2022. Disponível em: https://leconcurrentialiste.com/gilbert-innovation-choice-act/?mc_cid=8bdf17d95a. Acesso em: 20 ago. 2023.

HAGIU, Andrei. Strategic Decisions for Multisided Platforms. *MIT Sloan Management Review*, vol. 55, n. 2, 2013. Disponível em: <https://sloanreview.mit.edu/article/strategic-decisions-for-multisided-platforms/>. Acesso em: 19 ago. 2023.

KATZ, Michael; SALLET, Jonathan. Multisided Platforms and Antitrust Enforcement. *The Yale Law Journal*, vol. 127, n. 7, 2018, p. 2142-2175.

KIRA, Beatriz. A Defesa da Concorrência na Era Digital: desafios práticos e teóricos em face das plataformas de internet. *Revista de Direito e as Novas Tecnologias*, v. 2, 2019. Versão RT Online, p. 1-11.

KIRA, Beatriz; COUTINHO, Diogo R. Ajustando as lentes: novas teorias do dano para mercados digitais. *Revista de Defesa da Concorrência*, v. 9, n. 1, 2021, p. 11.

LIMA MARQUES, Cláudia; MIRAGEM, Bruno. Serviços simbióticos ou inteligentes e proteção do consumidor no novo mercado digital: homenagem aos 30 anos do Código de Defesa do Consumidor. *Revista do Advogado*, n. 147, set. 2020, p. 14-29.

MARTINS, Ciro; SANTOS, Laura dos. Abuso de posição dominante segundo a jurisprudência do CADE. *Revista de Defesa da Concorrência*, 2020, vol. 8, n. 2, p. 164-176.

MELLO, Ana Frazão Vieira de. *Direito da concorrência*. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2017, p. 31.

ZIMMER, Daniel; et al. A Competition policy: The challenge of digital markets. *Monopolkommission*, special report, n. 68, 2015. Disponível em: https://www.monopolkommission.de/images/PDF/SG/s68_fulltext_eng.pdf. Acesso em: 21 ago. 2023.

OECD. Directorate For Financial And Enterprise Affairs Competition Committee. *Exclusionary Conduct in Multi-sided Markets – Note by Michael Katz*. Paris, França: 2017. Disponível em: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2017\)28/FINAL/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2017)28/FINAL/en/pdf). Acesso em: 29 ago. 2023.

OECD. Margin squeeze: principais conclusões, resumo e notas. *Roundtables on Competition Policy Papers*, n. 105, Paris, França: 2010. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/competition/46048803.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2023.

OECD. *Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms*, Paris, França: 2010. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/competition/Rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms-2018.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2023.

PINDYCK, Robert; RUBENFELD, Daniel. *Microeconomia*. 8ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

UNIÃO EUROPEIA. Parlamento europeu. Regulamento (UE) 2022/1925 do Parlamento Europeu e do Conselho de 14 de setembro de 2022 relativo à disputabilidade e equidade dos mercados no setor digital e que altera as Diretivas (UE) 2019/1937 e (UE) 2020/1828 (Regulamento dos Mercados Digitais). *Jornal Oficial da União Europeia*, 2022, p. 1-62. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R1925>. Acesso em: 20 ago. 2023.

UNIÃO EUROPEIA. European Commission. *Caso AT.39740*. Google e European Commission. Julgado em 27 de junho de 2017. Disponível em: <https://competition-cases.ec.europa.eu/cases/AT.39740>. Acesso em: 20 ago. 2023.

U.S. Federal Trade Commission. *The Antitrust Laws*. 2022. Disponível em: <https://www.ftc.gov/advice-guidance/competition-guidance/guide-antitrust-laws/antitrust-law>. Acesso em: 22 ago. 2023.

