

MERCADOS CONTROLADOS POR PLATAFORMAS DIGITAIS: DEFINIÇÕES, INDICADORES E FONTES DE ANÁLISE¹

Helena MARTINS²; João Paulo GUIMARÃES³

¹ Trabalho apresentado ao GT 1 – Políticas de Comunicação

² Professora da Universidade Federal do Ceará (UFC). Pós-doutoranda em Economia na Universidade Federal de Sergipe (UFS), com bolsa financiada pela FAPESP (Processo n. 23/07423-6). mb.helena@gmail.com.

³ Graduando em Cinema e Audiovisual na Universidade Federal de Sergipe (UFS), com bolsa de Iniciação Científica financiada pela FAPESP (Processo n. 23/16493-8). joaopsg.academico@gmail.com.

RESUMO

A análise da concorrência nos marcos da Economia Política da Comunicação (EPC) parte de sua compreensão como esfera de interação entre os capitais, competição que leva à expansão do capital como resultado da concentração da produção social, com a subordinação de diversas áreas da vida ao capital (Rosdolsky, 2001). Ao longo do século XIX, a concentração do capital foi aprofundada, o que levou à passagem da fase concorrencial do capitalismo à monopolista. No plano da cultura, a Indústria Cultural é forjada, no contexto do capitalismo monopolista, como elemento fundamental de mediação entre as dinâmicas mais gerais do capital e o mundo da vida, conforme desenvolve Bolaño (2000), apresentando-se em um nível mais concreto de abstração como diferentes indústrias culturais, que adquirem características próprias, ainda que associadas às funções mais gerais de propaganda, publicidade e programa, nos termos do autor O desenvolvimento da Internet como nova estrutura de mediação social mantém essencialmente essa dinâmica, mas com particularidades, como o papel das plataformas digitais, corporações que concentram a produção social (Bolaño; Martins; Valente, 2022). Ao estudar os diferentes sistemas de comunicação, a EPC tem apresentado análises em diferentes níveis de abstração, seja no plano mais elevado, como na análise da forma, seja na apreensão da dinâmica concreta de diferentes objetos empíricos, como a Internet. Este trabalho se debruça sobre a análise da concorrência nos mercados digitais marcados pela presença de plataformas neste nível mais concreto. Seu objetivo geral é discutir e caracterizar a configuração de mercados específicos. Para tanto, o texto trata de três questões centrais: i) Definição de mercados digitais; ii) Indicadores de concentração; iii) Fontes de informações. Quanto ao primeiro aspecto, envolve o problema da atuação intersetorial desses agentes e de sua base digital, o que esmaece as fronteiras entre os mercados. Defende que há uma flexibilidade na definição, como se vê inclusive em análises empíricas, como nos diferentes julgados do CADE (2021) sobre mercados digitais. Neles, a definição dos mercados considera aspectos como dimensão geográfica, produtos em questão e agentes envolvidos. Quanto ao segundo, considera que, na análise da dinâmica mais concreta, indicadores típicos das abordagens antitruste, como CR4 e HHI, não são facilmente transpostos para as análises dos mercados digitais, conforme identificaram Mastrini et al (2024). Em alternativa a eles e buscando evidenciar a questão da concentração da produção social, propõe que seja considerados elementos como: número de concorrentes, faturamento global, número de usuários únicos e profissionais, volume de produções controladas (catálogo, aplicações); volume de dados armazenado deve ser considerado, itens que são caracterizados no texto. Por fim, discute a opacidade da operação das plataformas digitais e a ausência de dados oficiais sobre estes mercados em países como o Brasil. Aponta possíveis caminhos para a obtenção de informações sobre as plataformas no caso brasileiro. O artigo espera, com isso, contribuir para clarificar aspectos teórico-metodológicos da análise das plataformas digitais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Indústria Cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; MARTINS, Helena; VALENTE, Jonas Chagas Lúcio, 2022. Para a análise teórico-metodológica das plataformas digitais como estruturas de mediação a partir da Economia Política da Comunicação. **Avatares de la Comunicación y la Cultura**. n. 24, 2022.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. **Mercados de Plataformas Digitais**. Brasília: Departamento de Estudos Econômicos (DEE) – Cade, 2021. <https://doi.org/10.52896/dee.cc1.021>

MASTRINI, Guillermo; BECERRA, Martín; BIZBERGE, Ana; CARBONI, Ornela; ESPADA, Agustín; SOSA, Florencia. **Communications, media and internet concentration in Brazil report, 2019-2021**. Global Media and Internet Concentration Project. 2024. <http://doi.org/10.22215/gmicp/2024.3.19.2>.

ROSDOLSKY, Roman. **Gênese e estrutura de O Capital de Karl Marx**. Rio de Janeiro: EDUERJ/Contraponto, 2001.