

A UNIÃO EUROPEIA CONTRA-ATAÇA? O REGULAMENTO DOS MERCADOS DIGITAIS (*DIGITAL MARKET ACT*) E SEU IMPACTO EM MERCADOS CONTROLADOS POR PLATAFORMAS¹

Helena MARTINS²

RESUMO

A dominância digital (Moore; Tambini, 2018) que as plataformas digitais exercem suscita preocupações sobre os efeitos nas relações econômicas e sociais em geral, o que tem levado à renovação da discussão antitruste, com o estabelecimento de processos contra práticas anticompetitivas das plataformas e, em menor medida, de novas regras (Fernandes, 2022). Este artigo objetiva discutir a proposição e o impacto do Regulamento dos Mercados Digitais (*Digital Market Act - DMA*, em inglês) na União Europeia (UE), considerando sua formulação e aplicação entre julho 2023 e julho 2024, primeiro ano de vigência efetiva da regra. Primeiro, situa o problema da regulação das plataformas digitais, tendo em vista que a atuação transnacional das companhias deu-se a despeito de regras locais, seguindo a teoria econômica neoclássica sobre o papel do Estado na globalização e diante da inovação tecnológica (Mansell; Steinmueller, 2022), que possibilitou a concentração e a centralização de capital em torno de poucas corporações norte-americanas. A abordagem regulatória sobre a Internet foi baseada, sobretudo, na ideia de governança (Gorwa, 2019), cujos limites tornaram-se mais evidentes diante da concentração de poder em torno das plataformas digitais. Agora, conforme será discutido, há uma rediscussão sobre o papel dos Estados nacionais no setor e um processo de regulação de plataforma por parte de “atores governamentais que buscam moldar o design, a arquitetura, as políticas e as práticas desenvolvidas pelas empresas de plataforma em torno dos recursos, e recursos de seus serviços”, nos termos de Gorwa (2024, p. 3). Na segunda parte, detalha a posição da União Europeia, considerando que sua inserção na economia digital dá-se de forma subordinada, situação que resulta, segundo Niemisen, Padovani e Sousa (2023), de um longo histórico de desinvestimento público, privatizações, desregulação e, por outro lado, avanço de companhias estadunidenses para além de seus territórios nacionais. A atuação da União Europeia por meio da legislação é caracterizada, conforme os autores, como uma reação ao cenário de dependência perante as plataformas digitais norte-americanas e, em menor grau, chinesas. Na terceira parte, sintetiza as principais proposições do DMA, que estabelece uma regulação assimétrica, com foco em mercados marcados pela presença dos controladores de acesso, com vistas à garantia de disputabilidade e equidade nos mercados, o que é avaliado criticamente no texto. Na quarta, descreve a implementação do regimento a partir da Comissão Europeia. Conclui que a abordagem, embora se pretenda ex-ante, não busca promover uma alteração nas estruturas e lógicas dos mercados digitais, mas abrir espaço para inserir empresas europeias neles, intuito limitado pela consolidação da concentração. O estudo tem como base a Economia Política da Comunicação (EPC) e as análises de políticas de comunicação. Quanto às técnicas de pesquisa, baseia-se em revisão de literatura; análise de documentos e entrevistas com agentes envolvidos na formulação e implementação do DMA.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 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 (23/07423-6).

- FERNANDES, V. **Direito da Concorrência das Plataformas Digitais**. Brasília: Revista dos Tribunais, 2022.
- GORWA, R. ‘What is platform governance?’ **Information, Communication & Society**, 22(6), 854–871, 2019. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1573914>
- GORWA, R. **The politics of platform regulation: how governments shape online content moderation**. Oxford University Press, 2024.
- MANSELL, R.; STEINMUELLER, W. E. **Denaturalizing Digital Platforms: Is Mass Individualization Here to Stay?**. *International Journal of Communication* 16(2022), 461–481, 2022.
- MOORE, M.; TAMBINI, D. (Orgs.) **Digital Dominance: The Power of Google, Amazon, Facebook, and Apple**. Oxford University Press, 2018.
- NIEMINEN, H.; PADOVANI, C.; SOUSA, H. Why Has the EU Been Late in Regulating Social Media Platforms? **Javnost - The Public**, v. 30, n. 2, p. 174–196, 3 abr.. 2023.