

## Sumário

### 1

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	23
1.1 Estrutura e delimitação do tema .....	23
1.2 Características comuns às <i>Big Tech</i> .....	31
1.2.1 Atuação em mercados adjacentes e vantagem do pioneirismo .....	31
1.2.2 Bens intangíveis.....	32
1.2.3 Economias de escala e escopo.....	32
1.2.4 Uso intensivo de dados.....	34
1.2.5 Mercados multilaterais.....	37
1.2.6 Controle de acesso ( <i>gatekeeping</i> ).....	42

### 2

<b>REVOLUÇÕES INDUSTRIAIS E O ANTITRUSTE NO DIREITO COMPARADO</b> .....	45
2.1 A “pré-história” do Direito Antitruste: a origem do controle de monopólios na <i>common law</i> .....	45
2.2 A Primeira Revolução Industrial.....	48
2.3 Os primórdios do antitruste na jurisprudência da Suprema Corte dos EUA .....	53

---

2.4	O Antitruste e a Segunda Revolução Industrial.....	59
2.4.1	Introdução.....	59
2.4.2	A Segunda Revolução Industrial .....	59
2.4.3	Monopólios naturais e política industrial.....	60
2.4.4	Consequências sociais e o surgimento das agências reguladoras.....	63
2.5	A positivação do Direito Antitruste nos EUA e a evolução jurisprudencial.....	66
2.5.1	O Sherman Act.....	66
2.5.2	Os casos <i>Trans-Missouri</i> e <i>Addyston Pipe</i> : regra “per se” .....	67
2.5.3	Os casos <i>Standard Oil</i> e <i>American Tobacco</i> : regra da razão .....	71
2.5.4	O Clayton Act e o Federal Trade Commission Act.....	76
2.5.5	A instabilidade jurisprudencial entre a regra <i>per se</i> e a regra da razão .....	79
2.5.6	O caso da AT&T.....	82
2.6	O antitruste e a Terceira Revolução Industrial .....	87
2.6.1	Introdução.....	87
2.6.2	O surgimento das tecnologias da economia digital .....	89
2.6.3	O declínio na persecução antitruste .....	90
2.6.4	O caso Microsoft.....	92
2.7	A evolução do Direito da Concorrência no Direito Comunitário Europeu.....	101
2.7.1	Introdução.....	101
2.7.2	A paz pela integração econômica: o surgimento das regras de proteção da concorrência na União Europeia.....	102
2.7.3	A independência institucional das autoridades concorrenciais europeias .....	107
2.8	As diferenças fundamentais entre os sistemas europeu e americano de proteção da concorrência.....	112
2.9	Iniciativas legislativas recentes na UE e nos EUA envolvendo as <i>Big Tech</i> .....	115

2.9.1	Projetos de Lei em curso no Congresso americano.....	116
2.9.2	O Digital Markets Act europeu .....	118
2.9.3	O Digital Services Act europeu .....	128
2.9.4	A regulação pró-competitiva.....	131
2.10	Brasil.....	136
2.10.1	Breve histórico.....	136
2.10.2	Atuação do CADE envolvendo plataformas digitais .....	143

### 3

<b>ANTITRUSTE, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO</b> .....	149	
3.1	As escolas de direito antitruste.....	149
3.1.1	A Escola de Harvard.....	150
3.1.2	Brandeisianismo.....	154
3.1.3	A Escola de Chicago e a primazia do bem-estar do consumidor .....	158
3.1.4	A convergência entre as Escolas e a Nova Economia Institucional .....	166
3.1.5	Neobrandeisianismo.....	172
3.2	Antitruste, competição e progresso econômico .....	178
3.3	Os benefícios sociais da concorrência .....	185
3.4	Joseph Schumpeter e a destruição criativa .....	188
3.5	Kenneth Arrow e os incentivos para inovar em um cenário competitivo.....	194
3.6	Entre Schumpeter e Arrow: repensando os fundamentos do antitruste.....	199
3.6.1	Inovação gradativa e a curva em “U invertido” .....	199
3.6.2	Revisitando os cânones das escolas de Direito Antitruste .....	203
3.6.3	Falsos positivos e falsos negativos: por um novo equilíbrio na perseguição antitruste .....	205

# 4

<b>REFORMULANDO A ANÁLISE ANTITRUSTE .....</b>	<b>211</b>
4.1 Premissas básicas da análise tradicional .....	211
4.1.1 Estruturas de mercado .....	211
4.1.2 Objetivo da análise e variáveis de interesse.....	213
4.2 Concentração de mercado .....	217
4.2.1 Índice de Razão de Concentração .....	217
4.2.2 Índice Herfindahl-Hirschman.....	218
4.3 Poder de mercado .....	222
4.3.1 Elasticidade-preço da demanda.....	222
4.3.2 Índice de Lerner.....	223
4.3.3 Concentração <i>versus</i> poder de mercado .....	226
4.3.4 Contestabilidade do mercado .....	228
4.4 Concentração e possíveis inferências .....	230
4.5 Poder de mercado e possíveis inferências .....	232
4.6 Mercado relevante .....	236
4.6.1 Finalidade da definição do mercado relevante .....	236
4.6.2 Teste do monopolista hipotético (TMH) .....	239
4.7 A (ir)relevância do mercado relevante .....	240
4.8 A economia digital e as limitações da análise antitruste tradicional..	244
4.8.1 Introdução.....	244
4.8.2 Mercados multilaterais.....	245
4.8.3 Mercados com serviços gratuitos.....	250
4.8.4 Mercados agrupados .....	254
4.9 A competição dinâmica e a análise antitruste .....	258
4.9.1 Indicadores de lucratividade.....	263
4.9.2 Indicadores de investimentos .....	269

4.9.3	Indicadores de desigualdade.....	275
4.9.4	Dinamismo empresarial.....	283

## 5

### **PROBLEMAS CONCORRENCIAIS ENVOLVENDO PLATAFORMAS DIGITAIS** ..... 305

5.1	Introdução .....	305
5.2	Restrições horizontais .....	306
5.2.1	Conceituação e panorama geral.....	306
5.2.2	Preços predatórios .....	313
5.2.3	Precificação e colusão algorítmicas .....	323
5.3	Restrições verticais.....	333
5.3.1	Introdução.....	333
5.3.2	Venda casada e venda conjunta .....	335
5.3.3	Casos envolvendo a App Store.....	341
5.3.4	Casos envolvendo Android e Google Play.....	350
5.3.5	Autopreferência.....	360
5.4	Fusões e aquisições.....	370
5.4.1	Fusões horizontais e verticais.....	370
5.4.2	Efeitos futuros de atos de concentração na economia digital...	373
5.4.3	Fusões e os incentivos para inovações .....	378
5.4.4	A política de prata ou chumbo na economia digital.....	380
5.4.5	Aquisições assassinas .....	387

## 6

### **A 4ª REVOLUÇÃO INDUSTRIAL E O FUTURO DO ANTI-TRUSTE** ..... 395

6.1	Inteligência artificial, aprendizado de máquina e redes neurais.....	396
-----	--	-----

6.2	A vantagem competitiva das <i>Big Tech</i> na Indústria 4.0.....	400
6.3	A nova dinâmica dos mercados digitais .....	402
6.4	O Neobrandeisianismo e a 4ª Revolução Industrial.....	407
6.5	Monopsônio no mercado de dados .....	408
6.6	Privacidade e antitruste na Indústria 4.0 .....	414

## 7

<b>CONCLUSÕES</b> .....	417
-------------------------	-----

<b>REFERÊNCIAS</b> .....	433
--------------------------	-----