

Leonardo Corrêa: como lidar com as big techs concorrencialmente?

27/07/2019

Em meus últimos artigos para a ConJur[1], tenho insistido, enfaticamente, que não há privacidade em meio digital. Talvez pela ênfase, algumas pessoas não tenham compreendido a mensagem. Não sou, de forma alguma, contrário à privacidade. Acho que ela precisa ser protegida como sempre foi. Todavia, quando levamos ela para o mundo digital, esbarramos em alguns problemas de ordem econômica, concorrencial e prática. Um deles é o aumento dos custos de transação para pequenas e médias empresas entrantes, que decorrem das regulamentações sobre privacidade de dados. Isto, a meu ver, só acabará protegendo as gigantes da tecnologia (*big techs*), [reduzindo a capacidade de inovação e empreendedorismo](#).

Pois bem. Lembre-se que, em certa medida, a GDPR na União Europeia e a nossa LGPD são reflexos das tentativas de, em tese, controlar as *big techs*. Esse esforço tem sido objeto de amplo debate, onde, de um lado, se clama por ampla regulamentação, ou por medidas concorrenciais que objetivariam suprimir o risco dos “monopólios virtuais” da internet, porém, de outro lado, a lei protege de *disclosure* os segredos comerciais, distinguindo — sem maior delimitação conceitual — entre proteção de dados pessoais e segredos comerciais. Não fosse só essa indefinição, que tende a favorecer os mais capazes de dela se prevalecer, há quem defenda, inclusive, traçando um paralelo com os monopólios do passado que criaram o antitruste, a fragmentação de, por exemplo, Google, Facebook, Apple, Amazon e tantas outras. Mas, benditos sejam os algoritmos, me deparei — no próprio Facebook — com outra solução interessantíssima apresentada em [artigo](#) publicado ao final do ano passado na prestigiosa revista *Foreign Affairs*.

Viktor Mayer-Schönberger, professor de Governança e Regulação da Internet na Universidade de Oxford, e Thomas Ramge, que escreve para a revista *The Economist*, apresentaram sua alternativa genial. Em vez de incrementar as legislações e regulações sobre proteção de dados, eles defendem a formulação de leis que obriguem o compartilhamento nos casos das empresas com grande participação de mercado. A ideia não é isolada e encontra eco no pensamento de [membros da Comissão de Direito Concorrencial da Comunidade Europeia](#).

Qual é o ponto, então? Na visão dos articulistas, o compartilhamento de dados permitiria que outros *players* entrem no mercado com igualdade de condições. É lugar comum, atualmente, afirmar-se que dados são o novo petróleo (“*Data is the new oil*”). No entanto, há uma diferença fundamental. Não é possível “copiar” petróleo. O mesmo, contudo, não ocorre com os dados, que podem ser copiados e compartilhados sem muita dificuldade técnica.

O compartilhamento mandatório de dados permitiria que outras empresas, diante do acesso, desenvolvessem algoritmos, *softwares* e produtos mais eficientes para atender melhor aos consumidores. Os grandes mercados virtuais, como, por exemplo, a Amazon, contam com os dados dos participantes para otimizar as buscas pelos produtos. Isso implica, dentre outras coisas, em pesquisas mais eficientes — em menor tempo —, facilitando a vida dos



consumidores. Mas, ao mesmo tempo que os indivíduos ganham em efetividade, as *big techs* se aproveitam da vantagem competitiva em razão dos dados coletados.

Tal fato pode caracterizar uma barreira para novos entrantes. Mas o compartilhamento mandatório de dados permitiria que outras empresas florescessem, gerando competição. Essa medida poderia ter um impacto considerável no Facebook, no que tange aos anúncios que monetizam a rede social. Esse tipo de atividade é otimizada justamente pela quantidade enorme de dados que foi coletada ao longo do tempo.

Sendo assim, as regulamentações e as penalidades para o vazamento desses dados, que as *big techs* coletaram por anos, em verdade, acabam consolidando as suas respectivas posições de mercado, dificultando ainda mais a concorrência por novos entrantes. Obrigar empresas com participação de mercado muito grande a compartilhar os dados, ainda que de forma anonimizada, seria um forte combustível para *startups*, além de pequenas e médias empresas.

Ora, quando as *big techs* começaram a coletar dados, não havia regulamentação. Logo, para chegar aonde elas chegaram, elas usaram e abusaram dos dados que guardaram. Agora, no ímpeto de reduzir o seu poder, alguns advogam pela necessidade de observar a privacidade e o uso apropriado dos dados. Entretanto, isso não parece fazer sentido. Elas já têm uma base de dados gigantesca e, com isso, dominam seus respectivos mercados. O ônus, portanto, acaba ficando justamente sobre os ombros dos entrantes.

As leis e regulações de proteção de dados, que provocam impacto no risco da atividade e nos custos de transação, criam dificuldades para os novos empreendedores de tecnologia e garantem uma proteção para as gigantes já estabelecidas. Acho que esse ponto não tem muito questionamento. Será, então, que esse é, realmente, o melhor caminho para enfrentar um comportamento monopolístico das *big techs*? A meu ver, sob o aspecto concorrencial, pode ser interessante avaliar o compartilhamento mandatório. O *timing* para regulamentação da LGPD não impede o avanço na investigação desse tema.

[1] <https://www.conjur.com.br/2019-jan-04/leonardo-correa-paradoxo-lei-geral-protecao-dados>; <https://www.conjur.com.br/2019-mar-03/leonardo-correa-seguranca-juridica-ambito-lgpd>; e <https://www.conjur.com.br/2019-jun-19/leonardo-correa-nao-existe-privacidade-absoluta-meio-digital>.

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2019-jul-27/leonardo-correa-lidar-big-techs-concorrencialmente/>