# PRÁTICAS ANTICOMPETITIVAS EM PLATAFORMAS DIGITAIS: DESAFIOS E PERSPECTIVAS PARA A PROTEÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR NA ERA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Flávia Emanuelli Mendes Cardoso (IC)

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto (Orientador)

**Apoio:PIBIC CNPq**

## RESUMO

O presente estudo analisa os impactos decorrentes da crescente utilização da inteligência artificial em plataformas digitais, especialmente no que se refere à ocorrência de práticas anticompetitivas e aos seus reflexos sobre a proteção dos direitos do consumidor. A transformação digital e o uso intensivo de algoritmos têm impulsionado a consolidação das plataformas digitais como agentes centrais na organização dos mercados contemporâneos, promovendo maior eficiência, personalização de serviços e ampliação do acesso a produtos e informações. Contudo, tais avanços tecnológicos também suscitam preocupações relevantes quanto à concentração de poder econômico, ao uso massivo de dados e à adoção de estratégias potencialmente prejudiciais à livre concorrência e à liberdade de escolha dos consumidores. Nesse contexto, destacam-se práticas como o *self-preferencing*, a discriminação algorítmica e a manipulação automatizada de preços, condutas que podem comprometer o equilíbrio concorrencial e intensificar a vulnerabilidade no ambiente digital. Diante desse cenário, o estudo propõe-se a analisar de que forma essas práticas influenciam as relações de consumo e os desafios que são impostos aos instrumentos jurídicos tradicionais diante das novas dinâmicas tecnológicas.

**Palavras-chave:** Inteligência artificial; Direito Econômico e Concorrencial; Direito do Consumidor.

## ABSTRACT

This study examines the impacts arising from the increasing use of artificial intelligence on digital platforms, particularly with regard to the occurrence of anticompetitive practices and their implications for consumer protection. Digital transformation and the intensive use of

algorithms have contributed to the consolidation of digital platforms as key actors in contemporary markets, promoting greater efficiency, personalized services, and broader access to products and information. However, these technological advances also raise significant concerns regarding the concentration of economic power, the extensive use of data, and the adoption of strategies that may adversely affect competition and consumers' freedom of choice. In this context, practices such as self-preferencing, algorithmic discrimination, and automated price manipulation are particularly relevant, as they may undermine competitive balance and increase consumer vulnerability in the digital environment. Against this backdrop, this study seeks to examine how such practices affect consumer relations and the challenges they pose to traditional legal frameworks in light of emerging technological dynamics.

**Keywords:** Artificial intelligence; Economic and competition law; Consumer law.

## 1. INTRODUÇÃO

Segundo Sarlet, Sarlet e Bittar (2022), a sociedade contemporânea encontra-se imersa em uma revolução tecnológica que, à semelhança de inovações passadas, vem provocando profundas transformações. O ritmo acelerado dos avanços tecnológicos conduz a um cenário de inovações contínuas, no qual novas ferramentas não apenas reduzem a dependência do esforço físico humano, mas também se entrelaçam, de maneira inédita, à dinâmica social. Impulsionados por efeitos de rede, esses avanços remodelam estruturas econômicas e sociais, produzindo transformações cujos impactos apenas começam a ser plenamente compreendidos.

Não obstante os potenciais benefícios, essas mudanças acarretam também desafios relevantes, especialmente no que tange às novas formas de vulnerabilidade e aos riscos associados ao uso de tecnologias emergentes, como a inteligência artificial (Sarlet; Sarlet; Bittar, 2022). Nesse sentido, Pinto e Garcia (2021) sustentam que o debate contemporâneo deve concentrar-se em como integrar adequadamente os sistemas de inteligência artificial nas dimensões política, social e econômica. Nessa controvérsia, destaca-se a ascensão da inteligência artificial no âmbito concorrencial das plataformas digitais, cuja atuação vem influenciando de forma profunda as dinâmicas atuais. Entre os diversos efeitos provocados, emergem desafios significativos no campo da proteção dos direitos do consumidor, impondo a necessidade de investigação quanto ao impacto dessas tecnologias nas relações de consumo e na lógica de funcionamento do mercado.

De acordo com a Secretaria de Reformas Econômicas do Ministério da Fazenda (2024a; 2024b), a inteligência artificial configura-se como elemento estratégico para o funcionamento das plataformas digitais, desempenhando papel crucial na análise das relações entre serviços e empresas nos mercados nacionais, considerando sua integração aos modelos de negócios típicos dessas plataformas. Assim, a IA deixou de ser um recurso funcional para se afirmar como fator técnico e cultural, influenciando de maneira crescente as decisões humanas e impactando desde comportamentos de consumo até a dinâmica de poder entre Estado e sociedade, empresas e consumidores, e entre organizações e indivíduos (Silva, 2020).

Contudo, embora a inteligência artificial possa oferecer benefícios aos consumidores, como maior personalização e eficiência nos serviços digitais, tais vantagens podem ser eclipsadas por práticas anticompetitivas que desequilibram o mercado e comprometem os direitos dos consumidores, uma vez que o avanço da aplicação da IA frequentemente consolida a posição de grandes *players* em detrimento da concorrência e da liberdade de escolha. Assim, o uso intensivo da inteligência artificial nas plataformas digitais pode fomentar

práticas anticompetitivas, como a manipulação de preços e a discriminação algorítmica, restringindo a liberdade de escolha dos consumidores e comprometendo seus direitos, à medida em que o domínio tecnológico concentra poder nas mãos de algumas grandes plataformas, reduzindo as alternativas disponíveis e agravando riscos concorrenciais.

À vista disso, a crescente presença da inteligência artificial em plataformas digitais, transforma radicalmente as interações de consumo, criando formas de manipulação e controle das escolhas dos consumidores. Nesse sentido, sobre o atual cenário, Bagnoli (2022) afirma que “a Quarta Revolução Industrial em curso traz consigo a Era Digital, cujos dados são a nova fonte de riqueza e as super plataformas digitais são os senhores de seu tempo para impor a sua dominação”. Essas plataformas, que dominam o cenário digital, operam com algoritmos sofisticados que, muitas vezes, reforçam práticas anticompetitivas, minando a concorrência e restringindo a liberdade de escolha do consumidor. Dessa forma, o problema a ser explorado é: como as práticas anticompetitivas, resultantes do domínio da inteligência artificial pelas plataformas digitais, impactam os direitos do consumidor?

O objetivo geral desta pesquisa deu-se com a análise da influência das práticas anticompetitivas impulsionadas pelo uso de inteligência artificial em plataformas digitais sobre os direitos do consumidor. Para atingir esse objetivo, pretendeu-se partir dos seguintes objetivos específicos: a) Identificar como a utilização da inteligência artificial em plataformas digitais favorece a intensificação de práticas anticompetitivas; b) Investigar de que maneira essas práticas afetam o equilíbrio do mercado e comprometem o direito do consumidor; c) Examinar como o uso da IA influencia a concorrência no mercado digital e impacta a liberdade de escolha; e d) Avaliar de que forma as discussões regulatórias e decisivas têm evoluído. Ressalta-se que nunca houve a pretensão de esgotamento da temática, mas sim de fomento à discussão, abordando os principais aspectos relacionados à problemática.

Assim, procurou-se analisar as dinâmicas suscitadas numa abordagem qualitativa e a partir da revisão bibliográfica, que se justifica pela dinâmica multifacetada das práticas anticompetitivas no ambiente digital, que não pôde ser reduzida a números ou quantificações. A análise qualitativa permitiu a compreensão das implicações jurídicas, a evolução e suas consequências, especialmente no tocante à limitação ou vulnerabilidade dos consumidores no ambiente digital contemporâneo. Como destaca Bittar (2024), a pesquisa qualitativa privilegia a análise interpretativa dos fenômenos, incluindo aspectos subjetivos e contextuais. Justifica-se, portanto, uma vez que as repercussões específicas sobre os direitos dos consumidores permanecem pouco exploradas, apesar de serem muitas as discussões acerca da temática e que envolvem, por exemplo, reflexões acerca da aplicação de sanções tradicionais a condutas algorítmicas e a necessidade de adaptação das regras aos novos riscos concorrenciais emergentes (Athayde; Guimarães, 2020).

## 2. A TRANSFORMAÇÃO DOS MERCADOS DIGITAIS E A RECONFIGURAÇÃO DOS DANOS AO CONSUMIDOR

Sabe-se que a dinâmica social sofreu profundas alterações nas últimas décadas, exigindo a revisão dos referenciais tradicionalmente utilizados na análise concorrencial. Segundo Gonçalves, Coutinho e Kira (2020), com a pandemia de Covid-19 diversos serviços e atividades sofreram adaptações e foram forçadas a migrarem para o ambiente virtual, intensificando o exame dos mercados digitais e dos sofisticados e inovadores modelos de negócios desenvolvidos a partir da expansão da internet comercial e da ampla difusão de dispositivos digitais, fenômeno que se apresenta, possivelmente, como um dos mais significativos desafios à defesa da concorrência nas últimas décadas.

Em decorrência desse contexto, verifica-se, em escala global, o crescente desenvolvimento de produções acadêmicas voltadas à análise das dificuldades inerentes à aplicação do direito antitruste às plataformas digitais, assim como à investigação de alternativas jurídicas e regulatórias aptas a enfrentar as novas dinâmicas concorrenciais emergentes. Ilustrativo desse movimento é o trabalho desenvolvido pelo *Thurman Arnold Project*, vinculado à Universidade de Yale, que se dedicou à elaboração de teorias de dano aplicáveis a algumas das principais e mais influentes plataformas digitais contemporâneas, tais como Amazon, Apple, Facebook, Google Ad Tech e Google Mobile (Yale, 2026).

Sob tal cenário, evidencia-se o exemplo da crescente utilização de inteligência artificial pelas plataformas digitais, que tem ampliado a capacidade de coleta e tratamento de dados, possibilitando a adoção de estratégias comerciais automatizadas, e que, embora promovam ganhos de eficiência, também podem favorecer a ocorrência de práticas anticompetitivas, como o *self-preferencing*, a discriminação algorítmica e a manipulação automatizada de preços. Tais práticas podem restringir a liberdade de escolha dos consumidores e comprometer o equilíbrio concorrencial, evidenciando a necessidade de análise crítica acerca da adequação dos instrumentos jurídicos tradicionais diante das novas configurações do mercado digital.

Franzolin e Lopes (2026) observam que a crescente utilização de tecnologias capazes de coletar e explorar informações dos consumidores intensifica o desequilíbrio informacional nas relações de consumo. Embora os fornecedores disponham de um volume cada vez maior de dados, o consumidor frequentemente desconhece como essas informações são utilizadas ao longo da relação contratual. Diante desse cenário, os autores ressaltam que o direito à informação, assegurado em diversos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor (Brasil,1990), assume papel ainda mais relevante, sobretudo em um contexto em que a publicidade e as estratégias de mercado se valem de inteligência artificial e algoritmos para ampliar seu alcance e influência sobre as decisões de consumo.

Os danos ao consumidor decorrentes da dinâmica das plataformas digitais não se manifestam, necessariamente, de forma direta ou imediatamente perceptível, sobretudo sob a ótica tradicional centrada na variação de preços. Ao contrário, tais prejuízos assumem contornos mais complexos, relacionados à perda de controle sobre dados pessoais, à redução da qualidade dos serviços ofertados e à limitação da autonomia decisória dos usuários. A coleta massiva e contínua de informações permite a construção de perfis comportamentais detalhados, possibilitando que as plataformas influenciem padrões de consumo e direcionem escolhas individuais de maneira cada vez mais precisa. Nessa perspectiva, os danos ao consumidor passam a se configurar não apenas como prejuízos econômicos diretos, mas também como violações à privacidade, à liberdade de escolha e à autodeterminação informativa (Santos, 2026).

Segundo Santos (2026) a imposição de políticas de tratamento de dados amplas e pouco transparentes, aliada à dificuldade de migração entre plataformas (*lock-in*), restringe a liberdade de escolha e compromete o exercício de uma vontade livre e informada, elementos essenciais à tutela consumerista. Além disso, a utilização de algoritmos e técnicas de inteligência artificial potencializa práticas como a personalização extrema de conteúdos, a discriminação algorítmica e a manipulação comportamental. Nesse cenário, o consumidor não apenas consome, mas é constantemente influenciado em suas decisões, por meio de mecanismos que exploram vulnerabilidades cognitivas e comportamentais. O dano, portanto, ultrapassa a esfera patrimonial e atinge dimensões existenciais, ao impactar diretamente a autonomia, a privacidade e até mesmo o bem-estar psíquico do indivíduo.

Para a análise dos danos, no Brasil, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) já reconheceu a relevância da utilização de teorias do dano em relação aos mercados digitais. Entretanto, a análise de casos envolvendo plataformas digitais demonstra que a autoridade ainda se apoia, em grande medida, em parâmetros clássicos, como a delimitação de mercado relevante, a verificação de sobreposição horizontal ou vertical e a avaliação de riscos de fechamento de mercado ou aumento arbitrário de preços, atribuindo centralidade à variável preço. Todavia, as características próprias dos novos ambientes, com o uso intensivo de dados e a acelerada dinâmica inovativa, evidenciam a necessidade de aprimoramento dos instrumentos analíticos existentes. De modo que a adoção exclusiva de referenciais tradicionais pode conduzir à desconsideração de riscos concorrenciais específicos das plataformas digitais.

Sob tais aspectos, de acordo com a OCDE (2023), “As autoridades de concorrência devem estar cientes desses riscos, saber como investigá-los e identificar possíveis danos aos consumidores, bem como considerar como lidar com esses danos”. Ademais, autores

nacionais apontam para o surgimento de um novo enfrentamento acerca da "vulnerabilidade digital" que afeta os consumidores (Martins; Lima, 2020). Consequentemente, em um mundo digital em constante mudança, o direito do consumidor deve se adaptar, incorporando conceitos como confiança e vulnerabilidade, além de compreender o consumidor como um sujeito global (Mucelin; Bergstein; Martini, 2020).

## 3. PRÁTICAS ANTICOMPETITIVAS NAS PLATAFORMAS DIGITAIS

Apesar de potencializar ganhos de eficiência econômica, o uso intensivo de dados e de algoritmos para práticas como manipulação de preços e discriminação algorítmica suscita preocupações quanto à preservação dos direitos do consumidor (Frazão; Goettenauer, 2022). Isso porque, o avanço dos sistemas de inteligência artificial, ao dinamizar o tratamento de grandes volumes de dados, por exemplo, vem ampliando o impacto sobre consumidores e mercados, ao mesmo tempo em que suscita preocupações concorrenciais, especialmente quanto à possibilidade de práticas colusivas facilitadas por algoritmos, conforme alertas da OCDE - Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (Latini, 2023). Esse desenvolvimento tem fortalecido o controle de grandes empresas sobre dados críticos, limitando as opções dos consumidores e intensificando seus domínios tecnológicos (Lowe, 2023), comprometendo direitos e princípios assegurados pela Constituição Federal (Brasil, 1988).

A livre iniciativa, como fundamento central da ordem econômica, tem como objetivo garantir uma existência digna e promover a justiça social, o que só é viável com o respeito aos princípios fundamentais da república. Tais princípios, especialmente os delineados no artigo 170 da Constituição Federal de 1988, asseguram o equilíbrio da economia e buscam afastar abusos de poder econômico que possam prejudicar as dinâmicas competitivas (Salomão Filho, 2021). Entre seus princípios essenciais estão a livre concorrência e “o dever de proteção constitucional ao consumidor ou o que a doutrina denomina deveres de proteção em favor da parte mais vulnerável” (Khouri, 2022). A atuação estatal é prevista para regular comportamentos prejudiciais à concorrência que geram abusos de poder em detrimento do direito dos consumidores. Logo, o arcabouço da Lei 12.529/2011 (Lei de Defesa da Concorrência), proeminentemente no caput do art. 36, dispõe acerca da inibição de atos futuros “efeitos potenciais a serem eventualmente produzidos” (Brasil, 2011), em que se vê desde logo o cerne das práticas anticompetitivas.

No que diz respeito a essas práticas, é importante destacar que, com o avanço tecnológico ao longo do tempo, o impulso para entender as preferências dos consumidores e grupos levou ao crescimento de um mercado centrado na coleta de dados. De acordo com Zuboff (2021), esse mercado evoluiu para um “mercado de comportamentos futuros”, em

razão da crescente necessidade de aprimorar os mecanismos para atrair, vigiar e prever as ações dos usuários. A concentração dessas informações, o uso massivo de dados e as dinâmicas mediadas por algoritmos podem ocasionar ilícitos concorrenciais ao concentrar o poder em determinados agentes econômicos, em especial, nas plataformas digitais. Conforme preleciona Bagnoli (2020, p. 168) “garantir a livre-concorrência no mercado significa numa perspectiva de análise, defender o bem-estar econômico do consumidor, que sai beneficiado com produtos e serviços de maior qualidade e preços mais vantajosos”.

Desse modo, a proteção da concorrência permanece essencial para assegurar não apenas a dinâmica competitiva dos mercados, mas também a preservação dos direitos dos consumidores diante das novas formas de exercício do poder econômico. No ambiente digital, essa preocupação torna-se ainda mais relevante diante da capacidade das grandes plataformas de utilizar dados e tecnologias algorítmicas para ampliar e preservar sua posição de mercado. Sob tais aspectos, Bagnoli (2022) destaca que a concorrência deve ocupar posição central nas políticas governamentais, de modo a favorecer a oferta de melhores produtos e serviços, facilitar a entrada de novos concorrentes e fortificar mercados.

### 3.1. As práticas de *self-preferencing*

Algumas condutas específicas também exemplificam o desafio no cenário atual, como o *self-preferencing*. Essa prática, caracterizada pela priorização de produtos e serviços próprios em plataformas digitais verticalmente integradas que se aproveitam de sua posição dominante (Saito, 2022), não apenas prejudica a competição ao excluir concorrentes, mas também pode gerar aumento de preços, prejuízos aos consumidores e redução da inovação, conforme entendimento publicado na Revista do IBRAC (Barbosa; Penereiro; Kastrup, 2023).

As práticas de *self-preferencing* em plataformas digitais, como exemplificado pelos casos do Google e da Amazon, ilustram uma forma de favorecimento de produtos ou serviços próprios em detrimento de concorrentes. A priorização de seus próprios serviços nas páginas de resultados de busca limita a visibilidade de alternativas de terceiros, prejudicando a competição e, consequentemente, a liberdade de escolha dos consumidores. Da mesma forma, utilizar dados obtidos por meio da própria plataforma para favorecer seus próprios produtos sobre os de outros concorrentes, impacta diretamente no equilíbrio competitivo. Essas práticas, amplificadas pelo uso de inteligência artificial são desafios significativos à proteção dos direitos consumeristas no ambiente digital (Barbosa; Penereiro; Kastrup, 2023).

Em exemplo, o autofavorecimento no caso da Amazon é impulsionado por seu modelo de negócio híbrido, no qual a empresa atua simultaneamente como infraestrutura de *marketplace* e varejista concorrente dos usuários que dependem de sua plataforma. Segundo

Khan (2017), essa dualidade gera conflitos de interesse inerentes, permitindo que a plataforma utilize dados transacionais não-públicos de terceiros para orientar o lançamento e a precificação de marcas próprias. Além do uso de dados, o favorecimento ocorre na própria arquitetura de escolha (*Choice Architecture*) da interface, investigações na União Europeia indicam que os critérios para a seleção da "Buy Box" e do selo Prime podem privilegiar artificialmente as ofertas da própria Amazon ou de vendedores que adotam sua logística. Ao manipular o ranqueamento algorítmico, a plataforma induz o comportamento do consumidor através da visibilidade privilegiada, consolidando o efeito *lock-in* e substituindo a competição por mérito por uma dependência estrutural do seu ecossistema.

Segundo Hovenkamp (2023), o *self-preferencing* realizado por plataformas digitais também se torna problemático quando reduz de forma significativa as opções disponíveis para o consumidor. Embora o favorecimento dos próprios produtos seja comum e, muitas vezes, esperado no mercado, a situação se agrava quando grandes plataformas utilizam seu poder para excluir concorrente ou dificultar sua entrada por meio de uma construção artificial.

No caso Google Shopping, a Comissão Europeia entendeu que o Google utilizou sua posição dominante no mercado de buscas gerais para favorecer seu próprio serviço de comparação de preços, ampliando seu poder no mercado relacionado e prejudicando a concorrência (Barbosa; Penereiro; Kastrup, 2023). Já no caso Google AdSense, foram identificadas cláusulas contratuais restritivas que contribuíam para a manutenção da posição dominante da empresa no segmento de intermediação de anúncios de pesquisa on-line (Barbosa, 2023). No Brasil, contudo, o CADE arquivou o Processo Administrativo nº 08012.010483/2011-94, por maioria, ao considerar não comprovada a existência de efeitos anticompetitivos no mercado nacional, interpretando as mudanças promovidas pelo Google como uma inovação na experiência de busca.

O contraste entre as decisões evidencia o que Kira e Coutinho (2021) classificam como o caráter ainda incipiente da aplicação de novas teorias do dano no cenário nacional diante dos desafios de aplicação das teorias tradicionais do dano aos mercados digitais, especialmente diante da dificuldade de equilibrar inovação, concorrência e proteção aos consumidores. Para esses autores, a persistência em utilizar critérios analógicos indica que o CADE ainda utiliza "lentes vencidas" para observar mercados digitais, o que pode resultar em "falsos negativos", ignorando riscos reais à concorrência em favor de eficiências imediatas.

### 3.2. Colusão e Discriminação Algorítmica nas Plataformas Digitais

A depender da aplicação e domínio da inteligência artificial nas práticas competitivas, há o risco de se automatizar as decisões de preços e coordenar comportamentos

empresariais, propiciando novos cartéis e a colusão tácita. No Brasil, a colusão tácita – quando empresas, de forma coordenada, ajustam seus preços ou dividem mercados sem um acordo formal, criando um ambiente no qual a concorrência real é suprimida – é abordada no contexto da Lei nº 12.529/2011, que regula a concorrência e a atuação do CADE. Esse fenômeno torna ainda mais desafiadora a identificação e a intervenção por parte das autoridades regulatórias, uma vez que essas práticas podem ocorrer sem a necessidade de contato direto entre as empresas. Sendo assim, embora os benefícios da IA sejam inegáveis, o uso dessas tecnologias pode comprometer a competitividade e os direitos dos consumidores (Bergqvist; Ringeling; Camacho, 2024).

Sob tal aspecto, Franzolin e Lopes (2026) ressaltam que a ausência de neutralidade e transparência reproduz um processo de colonização algorítmica, no qual bases de dados enviesadas reproduzem e automatizam desigualdades históricas de raça, gênero e classe. As consequências desse processo refletem em efeitos diversos e igualmente prejudiciais aos consumidores, como a *Pink Tax*, o *geopricing* e a exploração de perfis considerados vulneráveis ou impulsivos por meio de *dark patterns*, agravando a vulnerabilidade nas relações de consumo. Exemplo específico ocorre, segundo Franzolin e Lopes (2026), na segmentação potencializada pelo perfilamento (*profiling*) em relação à discriminação de gênero, não só os produtos femininos encarecem (*Pink Tax*), mas também estereótipos são reforçados no ambiente digital, limitando a liberdade de determinado gênero, especialmente o feminino, à nichos estereotipados.

Quanto a discriminação de preços, Franzolin e Lopes (2026) ressaltam que os modelos de *machine learning* incorporam bases de dados enviesadas, perpetuando vieses estereotipados e mantendo desigualdades históricas que afetam a dignidade e a liberdade do consumidor. A ausência de qualquer mecanismo efetivo de controle e transparência perpetua elementos historicamente discriminatórios que se pretende gradativamente combater, aprisionando o consumidor em uma "bolha" de perfis previamente construídos e reproduzidos por decisões automatizadas. Como consequência, o indivíduo passa a receber ofertas, preços e conteúdos compatíveis apenas com o perfil algorítmico que lhe foi atribuído, circunstância que restringe sua liberdade de escolha e intensifica sua vulnerabilidade nas relações de consumo.

Além da *Pink Tax*, outra manifestação da discriminação algorítmica ocorre por meio do *geopricing* (precificação por localização). Franzolin e Lopes (2026) destacam que essa prática consiste na diferenciação de preços e ofertas a partir da localização geográfica do consumidor. Como exemplo, os autores citam o Inquérito Civil nº 347, instaurado em face da plataforma Decolar.com, no qual foram identificados indícios de manipulação de ofertas com base na origem geográfica dos usuários. Nesses casos, o algoritmo ocultava ofertas mais

vantajosas ou elevava os preços para determinadas regiões, comprometendo a isonomia e a liberdade de escolha dos consumidores.

Assim, como alertado no voto-vogal da Conselheira Paula Farani no caso Google Shopping (Brasil, 2019), plataformas dominantes podem atuar como “arquitetos de escolha”, ao organizar o contexto em que os consumidores tomam decisões por meio de mecanismos algorítmicos, influenciando suas escolhas e reforçando efeitos de *lock-in* (aprisionamento).

### 3.3. Estratégias de dependência e restrição da liberdade de escolha do consumidor em ecossistemas digitais

A análise da concorrência em ecossistemas digitais exige compreender como as plataformas influenciam o processo decisório dos usuários. Nesse contexto, destaca-se a arquitetura de escolha (*choice architecture*), pela qual as empresas estruturam interfaces e ambientes digitais que orientam as decisões dos consumidores. Conforme reconhecido pelo CADE no caso Google Shopping, plataformas dominantes podem utilizar mecanismos de organização e destaque de informações para direcionar comportamentos automáticos, associados ao Sistema 1 de pensamento, caracterizado por decisões rápidas e de menor esforço cognitivo. Essa dinâmica pode reduzir a efetiva liberdade de escolha do consumidor, ao dificultar uma avaliação comparativa e deliberada das alternativas disponíveis.

A consolidação do efeito *lock-in* (aprisionamento) também decorre dos elevados custos de mudança presentes nos ecossistemas digitais, que podem manter usuários vinculados a determinada plataforma não apenas em razão da qualidade dos serviços oferecidos, mas também diante das dificuldades associadas à migração para ecossistemas concorrentes. Esses custos incluem aspectos informacionais e tecnológicos relacionados à dependência construída ao longo da utilização contínua da plataforma (Brasil, 2025). Esse aprisionamento é reforçado por barreiras informacionais decorrentes das cláusulas *anti-steering* (anti-direcionamento), que limitam a capacidade dos desenvolvedores de informar aos usuários sobre alternativas externas ou direcioná-los para outros canais. No caso da Apple, conforme analisado no julgamento da *Epic Games vs. Apple*, tais restrições impediam a divulgação de opções de pagamento fora do aplicativo, reduzindo a transparência das informações disponíveis aos consumidores e limitando a pressão competitiva sobre a plataforma (Brasil, 2025).

A estratégia de dependência é intensificada por práticas de integração entre diferentes camadas do ecossistema digital, aproximando-se da lógica de venda casada digital (*tying*). Nas investigações envolvendo a Apple App Store, tanto no caso norte-americano *Epic Games vs. Apple* quanto no procedimento analisado pelo CADE envolvendo o Mercado Livre, discutiu-

se a vinculação entre a distribuição de aplicativos e o sistema próprio de pagamentos da Apple, o *In-App Purchase* (IAP). Ao exigir, como regra, a utilização de seu processador de pagamentos para determinadas transações digitais, a Apple preserva a captura de receitas por meio das comissões incidentes e restringe a possibilidade de desenvolvedores utilizarem soluções alternativas. Conforme apontado pelo Conselheiro Victor Oliveira Fernandes, a atuação simultânea da empresa como controladora do ecossistema, provedora da loja de aplicativos e fornecedora de serviços complementares pode gerar conflitos de interesse, permitindo a adoção de estratégias de auto preferência capazes de reduzir a pressão competitiva e dificultar a atuação de terceiros (Brasil, 2025).

Por fim, outra faceta desse fechamento de mercado é o *content scraping*, capaz de gerar um verdadeiro "efeito carona forçado" (*forced free riding*). Sobre essa prática, Griebeler (2021) analisa a investigação envolvendo o Google News e o Yelp, na qual o Google foi acusado de apropriar-se de informações produzidas por terceiros, como avaliações de restaurantes, para exibi-las diretamente em sua página de resultados. Ao internalizar esse conteúdo em seu próprio ecossistema, a plataforma reduz o fluxo de usuários direcionado aos provedores originais, desestimula a produção de conteúdo independente e reforça sua capacidade de concentrar a atenção dos consumidores em seus próprios serviços.

Tratam-se, portanto, de estratégias que dificultam a atuação de concorrentes e contribui para a manutenção do poder de mercado da plataforma dominante, interferindo diretamente no direito do consumidor de exercer escolhas livres, informadas e conscientes. Em conjunto, essas práticas evidenciam que o exercício do poder de mercado nas plataformas digitais ultrapassa os mecanismos concorrenciais tradicionalmente analisados pelo direito antitruste. Arquiteturas de escolha, efeitos de *lock-in*, cláusulas *anti-steering*, venda casada digital (*tying*) e *content scraping* compõem estratégias que reforçam a dependência dos usuários, elevam barreiras à entrada e dificultam a qualidade dos mercados digitais.

Como consequência, essa dinâmica de restrição da concorrência deixa de produzir impactos apenas sobre os agentes econômicos e passa a repercutir diretamente sobre os consumidores, limitando sua liberdade de escolha, reduzindo o acesso a informações relevantes e enfraquecendo sua capacidade de optar por alternativas mais vantajosas. Nesse contexto, o direito antitruste assume papel essencial não apenas para preservar a dinâmica competitiva dos mercados digitais, mas também para assegurar a efetividade dos direitos do consumidor em ambientes cada vez mais estruturados por ecossistemas fechados e decisões algorítmicas.

Em conjunto, essas estratégias revelam que a disputa concorrencial nos ecossistemas digitais ultrapassa a mera qualidade dos produtos ou serviços oferecidos. O exercício do poder econômico passa a ocorrer também pelo controle da informação, da arquitetura de escolha e dos canais de acesso ao consumidor, restringindo a contestabilidade dos mercados e comprometendo a efetividade do direito de escolha. Nesse contexto, a proteção da concorrência e a tutela do consumidor tornam-se dimensões indissociáveis para a preservação de mercados digitais mais abertos, transparentes e inovadores.

## 4. PERSPECTIVAS REGULATÓRIAS E A EVOLUÇÃO DA ATUAÇÃO DO CADE

Becker e Mattiuzzo (2020) já destacavam que a internet, enquanto *general-purpose technology*, alterou profundamente a estrutura dos mercados e as relações econômicas, tornando insuficientes os instrumentos tradicionais do direito concorrencial para lidar com os desafios decorrentes das plataformas digitais. Nesse contexto, os autores apresentam a perspectiva de Calixto Salomão Filho, segundo a qual a tutela concorrencial deve abandonar uma atuação meramente repressiva e posterior à consolidação do dano para assumir um caráter preventivo e estrutural, apto a impedir a formação de estruturas de mercado capazes de restringir a concorrência.

Cinco anos depois, a pesquisa empírica desenvolvida por Renzetti e Oliveira (2025), ao analisar as decisões do CADE envolvendo remédios concorrenciais em mercados digitais, conclui que a autoridade brasileira ainda não desenvolveu uma experiência regulatória própria, recorrendo, em grande medida, a soluções já adotadas em outras jurisdições, especialmente na União Europeia e nos Estados Unidos. Infere-se, a partir das conclusões apresentadas por Renzetti e Oliveira (2025), que a regulação brasileira dos ecossistemas digitais ainda se encontra em processo de amadurecimento institucional, tendo em vista que os autores identificam a ausência de uma experiência regulatória singular na atuação do CADE e a recorrente utilização de soluções inspiradas em precedentes estrangeiros. Nesse contexto, entende-se que o aperfeiçoamento do modelo regulatório brasileiro poderá envolver o desenvolvimento de políticas públicas que, embora alinhadas às *best practices* internacionais, sejam adaptadas às particularidades institucionais, econômicas e concorrenciais do mercado brasileiro.

Não obstante, a evolução recente da atuação do CADE evidencia a ampliação das investigações envolvendo ecossistemas digitais. Entre os temas analisados destacam-se questões relacionadas aos sistemas de pagamento, à distribuição de aplicativos, à interoperabilidade e às restrições impostas aos desenvolvedores. Em alguns desses casos, a própria autoridade concorrencial passou a reconhecer que determinadas condutas também podem produzir efeitos sobre a liberdade de escolha dos consumidores.

Nesse contexto, o caso Apple/iOS insere-se como um dos mais relevantes precedentes recentemente apreciados pelo CADE. A investigação foi instaurada a partir de representação apresentada pelo Mercado Livre, na qual se questionavam práticas adotadas pela Apple no ecossistema iOS, especialmente aquelas relacionadas às condições de distribuição de aplicativos na App Store. Ao final da instrução, a Superintendência-Geral recomendou a condenação da empresa por entender que determinadas condutas possuíam potencial para criar barreiras à entrada de concorrentes, preservar a posição dominante e restringir a liberdade de escolha de consumidores e desenvolvedores (Brasil, 2025). Posteriormente, as partes celebraram Termo de Compromisso de Cessação (TCC), por meio do qual a Apple assumiu obrigações relacionadas, entre outros aspectos, à utilização de sistemas alternativos de pagamento, à flexibilização das regras de *anti-steering,* à interoperabilidade e à distribuição de aplicativos por lojas de terceiros. Em agosto de 2026, o Tribunal do CADE formou maioria pela homologação do acordo (Brasil, 2025).

Sob a perspectiva da proteção do consumidor, o caso revela que as preocupações concorrenciais identificadas pelo CADE não se restringem à estrutura do mercado. Na própria recomendação de condenação, a Superintendência-Geral consignou que as práticas investigadas eram aptas a restringir a liberdade de escolha de consumidores e desenvolvedores, evidenciando que determinadas condutas anticoncorrenciais em ecossistemas digitais também podem repercutir diretamente sobre interesses tradicionalmente tutelados pelo direito do consumidor (Brasil, 2025). À luz das conclusões de Becker e Mattiuzzo (2020) e de Renzetti e Oliveira (2025), é possível observar que o caso Apple representa um novo estágio da atuação do CADE em mercados digitais. Embora o precedente não seja suficiente para afirmar a existência de um modelo regulatório brasileiro próprio para ecossistemas digitais, ele demonstra a aplicação dos instrumentos previstos na Lei nº 12.529/2011 a controvérsias que envolvem desafios característicos das plataformas digitais. Nesse sentido, o desenvolvimento da política concorrencial brasileira poderá ser avaliado a partir da evolução dos casos futuros e da consolidação da jurisprudência do CADE.

Ainda acerca da evolução regulatória, no tocante à responsabilização das plataformas digitais, destaca-se a análise de Silva (2026) sobre propostas legislativas. A autora aborda o PL nº 2.630/2020 (PL das Fake News), que prevê medidas de transparência, remoção de conteúdos, contraditório aos usuários e sanções em caso de descumprimento, além da proposta de criação do Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet. Em seguida, destaca o PL nº 2.768/2022, que propõe ampliar as competências da Anatel para regular, fiscalizar e aplicar sanções às plataformas digitais, inclusive em matéria de ordem econômica, ressalvadas as competências do CADE, em modelo alinhado à experiência da União Europeia.

Nesse sentido, apesar da existência do Marco Civil da Internet e da Lei Geral de Proteção de Dados, bem como das propostas legislativas, como os PLs nº 2.630/2020 e nº 2.768/2022, Silva (2026) destaca a insuficiência do atual arcabouço regulatório, cenário em que o Poder Judiciário ganha destaque ao ocupar papel cada vez mais expressivo na definição dos parâmetros de responsabilização das plataformas digitais. Essa atuação suscita questionamentos acerca de quem deve exercer a função regulatória, quais competências devem ser atribuídas e até que ponto essa intervenção é legítima sem comprometer a liberdade de expressão e a inovação.

A autora também defende a responsabilização das plataformas apenas pelos efeitos de suas práticas de propagação e amplificação de conteúdos, sustentando que a regulação deve exigir transparência dos algoritmos e das políticas de moderação, além de medidas contra desinformação, conteúdos ilícitos e discursos de ódio. Nesse contexto, Silva (2026) destaca a recente alteração do entendimento sobre o art. 19 do Marco Civil da Internet pelo STF. O dispositivo, que condicionava a responsabilização das plataformas por conteúdos de terceiros ao descumprimento de ordem judicial específica, teve sua constitucionalidade parcialmente afastada, ampliando-se as hipóteses de responsabilização, inclusive sem ordem judicial prévia em determinadas situações. Em que pese a mudança busque ampliar a proteção de direitos fundamentais e da democracia, também evidencia o risco de decisões de moderação influenciadas por critérios parciais ou políticos que resultem na remoção ou restrição de manifestações legítimas. Isso poque, em temas sensíveis, a definição de conteúdo ilícito ou desinformativo pode afetar o pluralismo e a liberdade de expressão, o que torna necessários critérios objetivos, transparência e mecanismos de contestação, evitando-se, assim, restrições indevidas que interfiram no debate público.

Assim, conforme destaca Silva (2026), a intervenção regulatória deve ser cuidadosamente delimitada, de modo a preservar a liberdade de expressão, a inovação, o desenvolvimento econômico e a livre concorrência, evitando a concentração excessiva de poder estatal ou empresarial. Nesse sentido, Bagnoli (2022) ressalta a necessidade de estabelecer limites jurídicos ao exercício do poder econômico, de modo a assegurar o adequado funcionamento do mercado e a proteção da concorrência.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise desenvolvida evidencia que a transformação tecnológica, impulsionada pela expansão das plataformas digitais e pelo avanço da inteligência artificial, tem reconfigurado as relações econômicas e sociais. Embora essas tecnologias proporcionem ganhos de eficiência e novas possibilidades aos consumidores, também introduzem riscos relacionados à vulnerabilidade, à assimetria informacional e ao exercício do poder econômico. Nesse contexto, a crescente integração da inteligência artificial aos modelos de negócios das plataformas digitais amplia os desafios à proteção do consumidor e à preservação da concorrência, especialmente diante de práticas capazes de influenciar comportamentos, direcionar a seleção de conteúdos e restringir a liberdade de escolha.

Esses impactos com implicações diretas aos direitos dos consumidores vêm sendo gradualmente reconhecidos, embora tal preocupação ainda se mostre incipiente. Consequentemente, a responsabilização das plataformas digitais permanece como um tema que suscita questionamentos e exige novos contornos para o seu enfrentamento, revelando uma atuação ainda predominantemente reativa no Brasil. Nesse contexto, a proteção do consumidor não deve ser compreendida de forma dissociada da preservação de um ambiente concorrencial adequado, uma vez que a própria livre concorrência constitui instrumento de proteção aos consumidores.

Não se deixa de compreender, contudo, que muitas das tecnologias empregadas pelas plataformas digitais e os modelos de negócios delas decorrentes integram a própria dinâmica do mercado, constituindo instrumentos legítimos de inovação, eficiência e promoção de serviços. O problema surge quando determinados modelos passam a explorar, de forma indiscriminada, dados e técnicas de direcionamento e engajamento capazes de interferir excessivamente nas escolhas dos consumidores. Nesse contexto, mecanismos de engajamento tóxico, personalização excessiva e manipulação comportamental passam a ser questionados, sobretudo diante da assimetria informacional existente entre plataformas e usuários.

A transparência algorítmica, aliada ao respeito ao arcabouço legal, especialmente ao constitucional, mostra-se, portanto, relevante instrumento de proteção contra abusos comerciais e formas de manipulação capazes de comprometer a autonomia e a liberdade de escolha do consumidor. Sob o prisma democrático, mostra-se necessário encontrar uma linha tênue entre a promoção da inovação, a proteção da liberdade de expressão e da livre concorrência e o enfrentamento da concentração de poder econômico e informacional nas plataformas digitais, de modo a evitar tanto a ausência de mecanismos de controle quanto intervenções excessivas que possam comprometer esses próprios direitos.

## 6. REFERÊNCIAS

ATHAYDE, A.; GUIMARÃES, M. *Bumbeblee* antitruste? A inteligência artificial e seus impactos no direito da concorrência. In: FRAZÃO, A.; MULHOLLAND, C. (coord.). **IA e Direito: ética, regulação e responsabilidade**. 2. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020. P. 437-461.

BAGNOLI, Vicente. **Direito econômico e concorrencial.** 8. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Thomson Reuters Revista dos Tribunais, 2020.

BAGNOLI, VICENTE. **Direito econômico e concorrencial: o poder econômico e seus limites jurídicos.** 9. ed., rev. atual. e ampl. São Paulo, SP: Revista dos Tribunais, 2022. 636 p. ISBN 9786559910298.

BARBOSA, Allan Fuezi. A regulação de plataformas digitais no Brasil: é possível uma abordagem preventiva? ***Revista do IBRAC***, São Paulo, n. 2, 2023. Disponível em: https://revista.ibrac.org.br/revista/article/view/204. Acesso em: 20 ago. 2025.

BARBOSA, V. J. M.; PENEREIRO, S.; KASTRUP, G. "*My Game, My Rules*? O *Enforcement* Concorrencial do Brasil e do Mundo Relacionado ao *SelfPreferencing*". **Revista do IBRAC**, v.1, p. 25-40, 2023. Disponível em: https://revista.ibrac.org.br/index.php/revista/article/view/4.Acesso em: 23 ago. 2025.

BECKER, Bruno Bastos; MATTIUZZO, Marcela. Plataformas digitais e a superação do antitruste tradicional: mapeamento do debate atual. In: PEREIRA NETO, Caio Mário da Silva (org.). **Defesa da concorrência em plataformas digitais.** São Paulo: FGV Direito SP, 2020. p. 40-83. (Coleção Acadêmica Livre). Disponível em: https://repositorio.fgv.br. Acesso em: 29 ago. 2025.

BERGQVIST, Christian; RINGELING, Camilla; CAMACHO, Mariana. Conluio por inteligência artificial: devemos nos preocupar? **Revista de Defesa da Concorrência**, Brasília, v. 12, n. 2, p. 11-31, 2024.

BITTAR, Eduardo. **Metodologia da Pesquisa Jurídica** - 18ª Edição 2024. 18. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Jur., 2024. E-book. p.211. ISBN 9788553622320. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553622320/. Acesso em: 20 abr. 2025.

BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. **Processo Administrativo nº 08012.010483/2011-94.** Voto-vogal da Conselheira Paula Farani de Azevedo Silveira. Brasília, DF: CADE, 2019.

BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. **Recurso Voluntário nº 08700.009932/2024-18.** Representante: Mercado Livre. Representada: Apple Computer Brasil Ltda. Relator: Conselheiro Victor Oliveira Fernandes. Julgamento: 2025.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 5 out. 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br . Acesso em: 20 mar. 2025.

BRASIL. **Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011**. Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência [...]. Brasília: Presidência da República, 2011. Disponível em: http://www.planalto.gov.br . Acesso em: 18 abr. 2025.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 11 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 20 mar. 2025.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Secretaria de Reformas Econômicas. **Plataformas digitais no Brasil: fundamentos econômicos, dinâmicas de mercado e promoção de concorrência.** Brasília, DF: Ministério da Fazenda, 2024a. Disponível em: http://gov.br/fazenda/sre. Acesso em: 29 out. 2025.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Secretária de Reformas Econômicas. **Plataformas Digitais: aspectos econômicos e concorrenciais e recomendações para aprimoramentos regulatórios no Brasil**. Brasília, DF: Ministério da Fazenda, 2024b. Disponível em: https://www.gov.br/fazenda/pt-br/central-de-conteudo/publicacoes/relatorios/sre/relatorio-plataformas-consolidado.pdf. Acesso em: 19 set. 2025.

CHIARELLO DE SOUZA PINTO, FELIPE; GARCIA, L. R. Desafios internacionais da aplicação da inteligência artificial no Direito. **Revista Justiça do Direito**, [S. l.], v. 35, n. 2, p. 6-29, 2021. DOI: 10.5335/rjd.v35i2.13040. Disponível em: https://seer.upf.br/index.php/rjd/article/view/13040. Acesso em: 27 abr. 2025.

FRANZOLIN, Cláudio José; LOPES, Maria Clara Giassetti Medeiros Corradini. Determinismo algorítmico e direito de escolha do consumidor e o agravamento de sua vulnerabilidade. **Pensar – Revista de Ciências Jurídicas**, Fortaleza, v. 31, e16724, 2026. DOI: https://doi.org/10.5020/2317-2150.2026.16724.

FRAZÃO, Ana; GOETTENAUER, Carlos. Algoritmos de precificação e direito concorrencial. **Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM**, Santa Maria, RS, v. 17, n. 1, e40973, jan./abr. 2022. ISSN 1981-3694. Disponível em: https://periodicos.ufsm.br/revistadireito/article/view/40973. Acesso em: 20 abr. 2025.

GONÇALVES, Priscila Brolio, COUTINHO, Diogo R., KIRA, Beatriz. Vírus e Telas: o direito econômico das plataformas digitais na pandemia de COVID-19. **Revista Direito e Práxis**, 2020, no prelo. Disponível em: https://www.e-publicacoes.uerj.br . Acesso em: 11 fev. 2026

GRIEBELER, Patrícia. **O caso Google Shopping: a defesa da concorrência na economia digital.** 2021. Monografia (Bacharelado em Ciências Econômicas) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2021.

HOVENKAMP, Herbert. *Antitrust and self-preferencing.* ***Antitrust***, v. 38, n. 1, p. 5-11, 2023. American Bar Association. Disponível em: https://ssrn.com/abstract=4526022. Acesso em: 20 abr. 2025.

KHAN, Lina M. Amazon's Antitrust Paradox. **Yale Law Journal**, [s. l.], v. 126, n. 3, p. 710-805, 2017.

KHOURI, Paulo R. Roque A. **Direito do Consumidor na Sociedade da Informação**. São Paulo: Grupo Almedina, 2022. E-book. p.17. ISBN 9786556276380. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556276380/. Acesso em: 18 abr. 2025.

KIRA, Beatriz; COUTINHO, Diogo Rosenthal. Ajustando as lentes: novas teorias do dano para plataformas digitais. **Revista de Defesa da Concorrência**, Brasília, v. 9, n. 1, p. 83–103, 2021. DOI: 10.52896/rdc.v9i1.734. Disponível em: https://revista.cade.gov.br/index.php/revistadedefesadaconcorrencia/article/view/734. Acesso em: 29 nov. 2025.

LATINI, Lucas Maldonado Diz. Paralelismo "inteligente": o uso de sistemas de IA para a prática de condutas anticompetitivas. **Revista Jurídica Profissional**, v. 2, n. 1, p. 29–39, 2023. Disponível em: https://periodicos.fgv.br/rjp/article/view/86862. Acesso em: 22 abr. 2025.

LOWE, Luther. *The age of AI is a time for antitrust*. **Fast Company**, set. 2023. Disponível em: https://www.fastcompany.com/90960038/ai-antitrust-google-doj. Acesso em: 20 abr. 2025.

MARTINS, Fernando Rodrigues; LIMA, Thainá Lopes Gomes. Da vulnerabilidade digital à curiosa "vulnerabilidade empresarial": polarização da vida e responsabilidade civil do impulsionador de conteúdos falsos e odiosos na "idade" da liberdade econômica. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 29, n. 128, p. 119-161, mar. 2020.

MUCELIN, Guilherme; BERGSTEIN, Laís; MARTINI, Sandra Regina. Precificação discriminatória no novo paradigma tecnológico do mercado de consumo: a tutela do consumidor e a defesa da concorrência contra práticas abusivas com o uso de dados pessoais. **Revista Direito Mackenzie**, São Paulo, v. 14, n. 3, p. 1-20, 2020. ISSN 2317-2622. Disponível em: http://dx.doi.org/10.5935/2317-2622/direitomackenzie.v14n314119 . Acesso em: 22 abr. 2020.

OCDE. **Concorrência algorítmica**. Mesas Redondas da OCDE sobre Documentos de Política de Concorrência, n. 296, Publicações da OCDE, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1787/cb3b2075-en. Acesso em: 17 abr. 2025.

RENZETTI, Bruno Polonio; OLIVEIRA, Daniele Eduarda de. *Is there a Brazilian experience with remedies in digital markets? An empirical analysis of decisions by Cade.* **Revista de Defesa da Concorrência**, Brasília, v. 13, n. 1, p. 36-56, 2025. Disponível em: https://revista.cade.gov.br/index.php/revistadedefesadaconcorrencia/article/download/1933/1029. Acesso em: 2 jan. 2026.

SAITO, Carolina. Self-preferencing apenas em mercados digitais? ***JOTA***, 21 dez. 2022. Disponível em: https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/self-preferencing-apenas-em-mercados-digitais-21122022. Acesso em: 2 nov. 2025.

SALOMÃO FILHO, Calixto. **Direito Concorrencial**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. E-book. p.44. ISBN 9786559640836. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559640836/. Acesso em: 19 abr. 2025.

SANTOS, Guilherme Menezes dos. **Poder de mercado e dados pessoais: desafios ao direito concorrencial e à proteção do consumidor na economia de plataforma**. 2026. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, Brasília, DF, 2026. Disponível em: https://repositorio.idp.edu.br//handle/123456789/5657. Acesso em: 1 jul. 2026.

SARLET, Ingo W.; SARLET, Gabrielle B S.; BITTAR, Eduardo C B. **Inteligência artificial, proteção de dados pessoais e responsabilidade na era digital.** Editora Saraiva, 2022. E-book. ISBN 9786555599527. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555599527/. Acesso em: 18 abr. 2025.

SILVA, Rafaela Iansen Miranda. **Regulação das redes sociais: os limites da moderação de conteúdo dentro de um ambiente democrático.** São Paulo, SP: Revista dos Tribunais, 2026. 136 p. ISBN 9786526036822.

SILVA, Sivaldo Pereira da. Democracia, inteligência artificial e desafios regulatórios: direitos, dilemas e poder em sociedades datificadas. **E-legis**, Brasília, n. 33, p. 226-248, set./dez. 2020. ISSN 2175-0688.

YALE SCHOOL OF MANAGEMENT. Digital Platforms and Antitrust. **Yale Student Digital Platform Theo ries of Harm**, 2020. Disponível em: https://bit.ly/3ycT5sO. Acesso em: 02 fev. 2026.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância: A luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

**Contatos:** flaviaemanuelli_@outlook.com e felipe.chiarello@mackenzie.br