

9

A POTENCIAL DESARTICULAÇÃO ENTRE A LIBERDADE ECONÔMICA E PRIVACIDADE DIGITAL EM CONDUTAS ANTICOMPETITIVAS: ESTUDOS DE CASOS SOBRE ACESSO A DADOS PESSOAIS DOS CONSUMIDORES EM SITUAÇÕES DE ABUSO DE POSIÇÃO DOMINANTE¹

The potential disarticulation between economic freedom and digital privacy verified in anti-competitive conducts: case studies about the access to consumer personal data in situations of abuse of dominant position

Jacqueline Salmen Raffoul²

Centro Universitário de Brasília (Ceub) – Brasília/DF, Brasil

RESUMO ESTRUTURADO

Objetivo: com a economia digital, diferentes áreas jurídicas estão cada vez mais interligadas, de modo que a atuação concorrencial, preventiva ou repressiva quanto a direitos econômicos, pode refletir no bem-estar do consumidor, em relação a direitos civis, inclusive no âmbito da privacidade. Dentro

Editor responsável: Prof. Dr. Victor Oliveira Fernandes, Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), Brasília, DF, Brasil.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5250274768971874>. **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-5431-4142>.

1 **Recebido em:** 05/09/2024 **Aceito em:** 11/06/2025 **Publicado em:** 25/06/2025

2 Doutoranda e Mestre pelo Centro Universitário de Brasília (Ceub), com doutorado sanduíche na Universidade Paris 1 Panthéon- Sorbonne. Sócia do Carvalho, Machado e Timm. Foi professora assistente de Relações Internacionais no Insuper. Ex-consultora jurídica do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento no Cade. Foi servidora Pública no Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon).

E-mail: jsalmenraffoul@gmail.com **Lattes:** <http://lattes.cnpq.br/9867374892040322>

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6538-7961>



RAFFOUL, Jacqueline Salmen. A potencial desarticulação entre a liberdade econômica e privacidade digital em condutas anticompetitivas: estudos de casos sobre acesso a dados pessoais dos consumidores em situações de abuso de posição dominante. **Revista de Defesa da Concorrência**, Brasília, v. 13, n. 1, p. 194-208, 2025.

desse contexto, o presente artigo avalia a potencial desarticulação entre direitos civis e econômicos considerando em especial a utilização indevida de dados pessoais de consumidores, em situação de abuso de posição dominante. O presente estudo, assim, aborda a possibilidade de harmonização de interesses e direitos aparentemente opostos no âmbito da competência do Cade.

Método: utilizou-se da pesquisa documental, incidente sobre a Lei do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência e a Lei Geral de Proteção de Dados. Além disso, o artigo também se baseou em pesquisa jurisprudencial e bibliográfica, inclusive com a utilização dos institutos jurídicos de abuso de posição dominante. Ademais, é feito o estudo de três casos concretos a partir dos instrumentos analíticos mencionados e em duas situações diferentes de condutas consideradas anticompetitivas.

Conclusões: a suposta desarticulação histórica entre direitos econômicos e de privacidade não procede no contexto atual. Por meio da atuação de autoridades concorrenciais, é possível compatibilizar os interesses e prerrogativas envolvidos como meio de promover o bem-estar do consumidor no ambiente digital.

Palavras-chave: privacidade digital; condutas anticompetitivas; liberdade econômica; desarticulação; dados pessoais.

STRUCTURED SUMMARY

Objective: with the digital economy, different legal areas are increasingly interconnected. For such reason, competitive, preventive or repressive actions regarding economic rights can reflect on consumer well-being, in relation to civil rights, including privacy. Within this context, this article evaluates the potential disarticulation between civil and economic rights, mainly considering misuse of consumers' personal data, in situations of abuse of a dominant position. The present study, therefore, evaluates the possibility of harmonizing apparently opposing interests and rights within the scope of Cade's competence.

Method: documentary research was used, focusing on the Brazilian Competition Defense System Law and the General Data Protection Law. Furthermore, the article was also based on jurisprudential and bibliographical research, including the use of legal institutes of abuse of dominant position. Furthermore, three concrete cases are studied using the mentioned analytical instruments and in two different situations of conduct considered anti-competitive.

Conclusions: the supposed historical disarticulation between economic and privacy rights does not apply in the current context. Through the actions of competition authorities, it is possible to reconcile the interests and prerogatives involved as a means of promoting consumer well-being in the digital environment.

Keywords: digital privacy; anticompetitive conducts; economic freedom; disarticulation; personal data.

Classificação JEL: k21; k38

Sumário: 1. Introdução; 2. As barreiras relacionadas aos dados pessoais como conduta anticompetitiva; 3. O abuso de posição dominante amparado nos dados pessoais; 4. Considerações Finais; Referências bibliográficas

1 INTRODUÇÃO

Segundo Bacares (2015), a promulgação separada entre o Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos (PIDCP) e o Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais (PIDESC) gerou dificuldades entre os interesses opostos relativos à pauta dos direitos humanos e do liberalismo econômico. Para a autora, não é possível afirmar que há uma visão homogênea e coerente quanto aos valores de mercado, as liberdades econômicas e os direitos humanos. Assim, os valores tutelados nesses sistemas de proteção dos direitos humanos são diferentes e trazem ambiguidades concretas.

Para melhor visualizar o contraste, é relevante observar o objeto de cada área. A liberdade econômica se relaciona à ideia de que o papel básico do Estado é a garantia da propriedade e do cumprimento dos contratos, de modo que a sua medida está ligada à liberdade dos indivíduos em participar voluntariamente de transações (Haan; Sturm, 2000). Por outro lado, no âmbito dos direitos humanos, a liberdade econômica pode ser restringida quando atinge a intimidade e a vida privada dos cidadãos, de modo que o uso dos dados pessoais dos consumidores por empresas seria restrito, ainda que esteja amparada no direito contratual por meio dos termos e condições de uso.

Haveria, como reflexo atualmente, a necessidade de preservar o direito à privacidade no ambiente digital, por meio da liberdade (Rigaux, 1990), do respeito à dignidade e à intimidade (Moya, 2019), bem como da proibição de intromissão alheia desautorizada na vida dos indivíduos. Portanto, compreende-se a privacidade digital como o desdobramento do direito à privacidade no mundo virtual, especialmente com a proteção dos dados pessoais dos indivíduos.

É relevante ponderar que a privacidade e a proteção de dados pessoais não são o mesmo, embora complementares no ambiente digital (Fernandes, 2023). Pode-se afirmar que a proteção de dados pessoais se refere a obrigações positivas, enquanto a privacidade a obrigações negativas (Corte, 2020, p. 37). Instrumentos como a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) autorizam o uso dos dados em determinadas circunstâncias e mediante a observância de certas condições. Por exemplo, é possível que haja o tratamento de dados pessoais com o devido consentimento do usuário. Por outro lado, a privacidade está geralmente ligada a uma obrigação negativa e engloba aspectos que excedem os dados pessoais. Por exemplo, não se pode ler o conteúdo do *e-mail* de terceiro, que pode abarcar questões de foro íntimo, sem que haja autorização para isso.

Nesse contexto, as situações concretas demonstram que podem ocorrer desarticulações entre a liberdade econômica e o direito humano à privacidade, como o presente artigo abordará no campo das condutas anticompetitivas concorrenciais. Com a economia digital, as divisões entre as searas jurídicas persistem, mas a intersecção é cada vez mais observada nessa era digital.

Como exemplo, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) participou de tratativas com a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), Ministério Público Federal (MPF) e Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) sobre a alteração proposta na política de privacidade do *WhatsApp*, que teria repercussões nas três áreas – concorrencial, proteção de dados pessoais e consumerista. Em síntese, as autoridades manifestaram preocupação com o compartilhamento de informações dos consumidores com empresas, como o Facebook e outros relevantes grupos econômicos. Por isso, houve recomendação conjunta (PGR-00193357/2022) (MPF, 2022) desses órgãos públicos para mitigar os efeitos concorrenciais negativos e resguardar os direitos dos consumidores, titulares dos dados pessoais. O caso demonstra como os direitos envolvidos podem estar em conflito e, ao mesmo tempo, interligados no meio digital.



Ao refletir sobre a desarticulação de interesses econômicos e de resguardo da intimidade dos cidadãos em âmbito concorrencial, não se busca alterar a competência de análise do Cade. Portanto, o presente artigo não defende que o enfoque do Cade deve ultrapassar as questões concorrenciais. Entretanto, ao demonstrar o conflito de interesses, entende-se que os reflexos da atuação das autoridades concorrenciais, restritas ao seu âmbito de competência, podem contribuir para resguardar aspectos da privacidade, como consequência possível da proteção aos dados pessoais dos consumidores tutelada por outras leis e por outros órgãos que deve ser respeitada inclusive pelo Cade.

Assim, parte-se de uma pressuposta desarticulação entre a liberdade econômica e o direito humano à privacidade digital em condutas anticompetitivas relacionadas a dados pessoais de consumidores, mas que não é absoluta ou permanente, sendo fundamental observar o caso concreto para ser solucionada.

Em especial, neste artigo, o conflito de interesses econômicos e de privacidade digital dos consumidores é analisado em situações em que há conduta anticompetitiva³. Para a solução concreta do referido conflito de interesses, é preciso primeiramente observar que existem plataformas que possuem quantidades significativas de dados, porém as violações concorrenciais não representam ameaças à privacidade dos consumidores. Tais casos são especialmente discutidos no âmbito da colusão algorítmica⁴⁻⁵, por exemplo. O foco, de um modo geral, está no preço praticado pelas empresas concorrentes e o papel dos dados dos consumidores não aparece de forma objetiva.

Do ponto de vista metodológico, foram selecionados dois tipos legais que objetificam condutas anticompetitivas que demonstram a aparente desarticulação entre a liberdade econômica e o direito humano à privacidade digital, listadas a seguir: (i) a imposição de barreiras relacionadas à utilização de dados pessoais por novas empresas digitais e; (ii) o abuso de posição dominante amparado nos dados pessoais, em que as empresas já consolidadas e com expressivo poder de mercado utilizam-se de dados pessoais para impor condições abusivas a concorrentes.

As condutas serão abordadas em dois tópicos distintos. No primeiro, sobre os dados pessoais como conduta anticompetitiva, busca-se abordar como podem representar barreiras no contexto concorrencial, ainda que haja o amparo na LGPD para justificar determinadas medidas entre empresas concorrentes. No segundo, sobre o abuso de posição dominante, será exposta a relação com o acúmulo de dados. Ambos não são ilícitos concorrenciais de forma isolada, mas podem configurar infrações em determinados casos, especialmente ligados à inobservância da privacidade digital dos consumidores.

3 Para melhor compreensão, o Cade (2016a, p. 11) considera que uma conduta anticompetitiva pode ser “qualquer prática adotada por um agente econômico que possa, ainda que potencialmente, causar danos à livre concorrência, mesmo que o infrator não tenha tido a intenção de prejudicar o mercado”. No contexto da proteção de dados pessoais, as condutas anticompetitivas serão abordadas de forma exemplificativa ou não exaustiva. Sabe-se que existem outras além das listadas neste artigo, porém a intenção é apenas ilustrar a desarticulação entre a privacidade digital e a liberdade econômica.

4 Na nota técnica nº 27/2015/CGAA6/SGA2/SG/CADE do Processo Administrativo nº 08012.001286/2012-65, o Cade define colusão como “qualquer forma de coordenação ou acordo entre concorrentes para aumentar preços ou reduzir a quantidade ofertada de produtos, de modo a obter lucros mais elevados”. A colusão pode ser tácita ou expressa, mediante a coordenação direta entre os concorrentes. Para a doutrina, existem três condições para que ocorra a colusão: (i) uma política em comum entre os concorrentes; (ii) uma forma de monitoramento da política em comum e; (iii) retaliações ou punições para eventual violação da referida política (Carugati, 2020). No ambiente digital concorrencial, o acesso a dados pessoais permite a identificação dos hábitos de consumo e padrões de comportamentos dos consumidores, o que pode aumentar a personalização de preços e a colusão por algoritmos (Gata, 2021). No estudo Algorithms and Collusion, a OCDE explica que algoritmos são uma sequência de regras que podem ser executadas exatamente da mesma forma para uma determinada tarefa (OECD, 2017).

5 Todos os processos públicos do Cade mencionados neste artigo podem ser consultados em: <https://x.gd/LCxGO>.

Espera-se que o presente artigo contribua para demonstrar como a atuação do Cade é relevante para incentivar a livre e lícita concorrência no ambiente digital, em situações relacionadas ao uso de dados pessoais de consumidores. Simultaneamente, ao apontar a desarticulação entre direitos civis e econômicos, este artigo considera que exista compatibilidade entre os normativos jurídicos em questão. A ideia é justamente a complementariedade, que deve ser alcançada por meio da interpretação para a observância do bem-estar do consumidor, objeto de análise também do direito da concorrência.

2 AS BARREIRAS RELACIONADAS AOS DADOS PESSOAIS COMO CONDUCTA ANTICOMPETITIVA

As barreiras à entrada são definidas pelo Cade (2016b, p. 27) como “qualquer fator em um mercado que coloque um potencial competidor em desvantagem com relação aos agentes econômicos estabelecidos”. Ainda que a definição do Cade seja mais abrangente, a doutrina possui conceitos de escopos variados. Segundo Bain (1956), as barreiras à entrada teriam efeitos diferentes para novas e estabelecidas empresas. Para as novas, representariam a dificuldade de entrar no mercado. Com isso, as empresas estabelecidas teriam mais lucro em suas atividades. Já para Stigler (1983), as barreiras seriam custos para a entrada em determinado mercado, que seriam arcados apenas pelas novas empresas.

Ao aplicar o entendimento do Cade (2016b) sobre as barreiras à entrada, nota-se que o conceito é amplo abarcando “qualquer fator” limitante de acesso ao mercado, por exemplo, a falta de acesso aos dados pessoais dos consumidores, devido à existência de controle quanto a tais dados (Khan, 2017). Pelo potencial dano à concorrência, as barreiras à entrada podem ser consideradas práticas anticompetitivas, ainda que inexistam a intenção em prejudicar o mercado. No entanto, ainda que seja possível notar a inter-relação entre os dados pessoais e o direito da concorrência, cite-se que dessa conduta nem sempre existirão violações ou riscos à privacidade dos consumidores.

Para ilustrar, o procedimento nº 08700.004201/2018-38, envolvendo uma instituição financeira (IF) e uma *fintech*, pode ilustrar o aspecto prático dos conceitos teóricos. A desarticulação se verifica por meio da suposta proteção aos dados pessoais dos consumidores da IF, que desejavam compartilhar seus dados com a *fintech*, mas não conseguiam por imposições de segurança. O caso ilustra como a liberdade individual, ligada à privacidade, não foi observada. A repercussão no contexto concorrencial expõe a dificuldade do exercício da atividade econômica pela *fintech* e, simultaneamente, do interesse individual do consumidor que desejava compartilhar os seus dados (Costa-Cabral, 2017).

Em 2018, a Superintendência-Geral (SG) do Cade instaurou Inquérito Administrativo em face da IF por supostas infrações cometidas em desfavor da *fintech*⁶. Ao analisar o caso concreto, a SG verificou que as informações dos consumidores da IF, ou os seus dados pessoais bancários, seriam barreiras à competitividade da *fintech*. Por isso, a redução das barreiras geraria maior possibilidade de escolha aos consumidores e mais efetividade de concorrência.

Ocorre que, no caso em apreço, não existia violação à privacidade dos consumidores, pois eles gostariam de compartilhar os dados para utilizar o aplicativo; a autonomia quanto à disponibilização dos dados pessoais estaria no escopo do direito civil, dentro das liberdades individuais, coerente

6 Nota técnica nº 17/2019/CGAA2/SGA1/SG/CADE do Inquérito Administrativo nº 08700.004201/2018-38.



com a liberdade econômica e com a autodeterminação para a tomada de decisão (Frazão, 2019). Não houve questionamento da finalidade dos dados, pois o que havia era a dificuldade imposta pela IF, por razões de segurança, para que os dados fossem, de fato, compartilhados com a *fintech*. Tais razões repercutem na esfera econômica, demonstrando a desarticulação entre as áreas.

Assim, a percepção do Cade se deu em razão da necessidade de acesso aos dados bancários por meio da *fintech*, que se trata de plataforma de dois lados ou bilateral, tendo em vista que dois grupos distintos poderiam interagir. O aplicativo realizava a classificação de risco dos usuários, baseada em movimentações financeiras, bem como permitia a oferta de serviços de créditos de instituições financeiras aos consumidores da *fintech*. Assim, os consumidores poderiam comparar as ofertas recebidas e optar pelo mais conveniente.

Para realizar as atividades propostas, a *fintech* necessitava do consentimento dos consumidores para ter acesso às suas informações bancárias de outras instituições financeiras. No entanto, a IF exigia a autenticação de dois fatores, que consistia na imposição de uma senha aleatória, gerada por *token*, para o acesso ao *internet banking*, e o envio de autorizações individuais dos titulares à IF para que fosse “liberado” o acesso de terceiros sobre as informações bancárias.

A IF justificava a imposição da autenticação de dois fatores como avanço tecnológico e segurança da informação. No entanto, o Cade verificou que a *fintech*, que buscava o acesso aos dados, representava um negócio para utilizar a tecnologia para melhorar serviços financeiros. Assim, a justificativa da IF iria de encontro à melhoria nos serviços tecnológicos, pois, conforme a situação concreta, inviabilizaria a atuação da *fintech*.

Antigamente, os serviços financeiros se concentravam apenas nos grandes bancos, porém as *fintechs* passaram a fragmentar a indústria financeira com formas convenientes de ofertar tais serviços aos consumidores, o que poderia influenciar o comportamento de instituições financeiras. O Cade, na referida Nota Técnica⁷ pontuou que, justamente por ser uma *fintech*, era comum a dependência de informações bancárias para a prestação e o desenvolvimento de serviços adequados aos consumidores.

O aparente cuidado com a segurança e a privacidade dos consumidores, marcado pela autenticação de dois fatores, representou para o Cade uma barreira à entrada. Nota-se que a finalidade do compartilhamento era legítima e nunca foi questionada pelas autoridades. Contudo, a suposta forma de proteger os consumidores, na verdade, dificultava o aumento da competição com novas empresas no mercado que desejam receber os referidos dados pessoais de seus igualmente clientes.

Percebe-se a desarticulação pela inobservância da vontade dos consumidores, representada na autonomia quanto aos seus dados pessoais. Ainda que buscassem compartilhar as suas próprias informações pessoais, que a IF possuía com a *fintech*, eram impedidos supostamente por razões de segurança. Portanto, quanto ao aspecto pessoal dos consumidores, não se verificou a plena liberdade na tomada de decisão. De forma reflexa, a concorrência foi prejudicada, pois foi dificultada a entrada de nova empresa devido à barreira imposta.

A Corte Interamericana de Direito Humanos (CIDH, 2010), ao considerar os aspectos da privacidade dos consumidores no caso *Fontevicchia y D'amico Vs. Argentina*, reforça a posição do Cade ao confirmar o papel da liberdade individual de tomar decisões, o que está intimamente ligado

7 Nota técnica nº 17/2019/CGAA2/SGA1/SG/CADE do Inquérito Administrativo nº 08700.004201/2018-38.

à privacidade digital. O Estado tem o papel de se abster de atuar em certas situações para garantir a privacidade, evitando ingerências arbitrárias. O citado julgado da CIDH, ainda que em esfera de atuação independente e diversa, reforça a atuação do Cade, tendo em vista que confirmou a autonomia dos consumidores quanto aos seus dados pessoais, prezando pela liberdade individual no contexto digital.

Assim, ao analisar a materialidade da conduta, o Cade se posicionou no sentido de que a prática da IF tinha dois efeitos: (i) dificultar a atuação da *fintech* e de outras instituições privadas no mercado e; (ii) dissuadir potenciais entrantes no mercado pela dificuldade de obtenção de insumos essenciais para o desenvolvimento de suas atividades.

As dificuldades que serviram como indícios da conduta anticompetitiva investigada foram ainda mais notórias quando o Cade analisou o poder de mercado da *fintech*, referente ao mercado alvo da prática, e da IF. O mercado da *fintech* foi considerado como “mercado nascente”, com inovação célere a ponto de dificultar a sua delimitação. O Cade afirmou se tratar de “marketplace de produtos financeiros, especificamente de organização de informações bancárias e oferta de crédito pessoal”.

Nesse contexto, ao analisar o poder de mercado da IF, o Cade considerou como nacional o mercado geográfico. Quanto ao produto, mencionou o *market share* em relação aos valores depositados à vista e a quantidade de contas correntes abertas. No que concerne à participação de mercado de depósitos à vista, observou que a IF era a terceira instituição financeira com maior participação no setor bancário. E, quanto às contas correntes, verificou que a IF era a segunda instituição financeira com maior participação no setor bancário.

Na ocasião, notou-se o substancial nível de concentração da IF, que viabilizaria práticas anticompetitivas, e a existência de elevadas barreiras à entrada. Nesse contexto geral, o Cade concluiu que a IF possuía posição dominante no mercado financeiro nacional e poderia prejudicar a concorrência. Como desdobramento, o Cade e a IF celebraram Termo de Compromisso de Cessação (TCC). A IF se comprometeu em cessar a prática de negar o compartilhamento das informações pessoais de seus clientes, quando devidamente autorizado, e pagou aproximadamente R\$ 23,8 milhões em contribuição pecuniária.

A análise do caso citado pode ser ainda mais aprofundada à luz do estudo *The Commercial Use of Consumer Data* (estudo), elaborado pela *Competition & Market Authority* (CMA) (CMA, 2015), instituição responsável pela defesa da concorrência no Reino Unido, que apresentou o tema de forma conjunta. O estudo compilou as conclusões de projeto da CMA de revisão factual, a respeito da coleta e do uso dados dos consumidores.

A CMA (2015) verificou que uma possível barreira estratégica à expansão ou à entrada consiste na permissão de que os dados pessoais dos consumidores sejam vendidos ou usados por outros. Em contextos em que os dados pessoais são importantes para o processo de produção e sem substitutos disponíveis, tais barreiras podem se constituir por meio da decisão de venda ou uso. Isso foi observado pelo Cade⁸ no modo como a IF passou a impor a autenticação de dois fatores, pois os dados pessoais não poderiam ser substituídos, assim como apontado pela CMA.

Ainda nesse contexto, a CMA verificou que o padrão de armazenamento e compartilhamento dos dados pessoais dos consumidores poderia constituir barreira à entrada e à expansão. Isso

8 Nota técnica nº 17/2019/CGAA2/SGA1/SG/CADE do Inquérito Administrativo nº 08700.004201/2018-38.



ocorreria pela possibilidade de alteração na interface do modo de fornecimento de dados ou da alteração de algum formato. A consequência de tais mudanças seria o aumento de custos para concorrentes menores. No caso da *fintech*, não houve a mensuração dos custos, mas certamente haveria algum impacto. Tal conclusão se baseia, principalmente, na análise do Cade quanto ao poder de mercado da IF em face da *fintech*.

Segundo a CMA (2015), as empresas que já estão estabelecidas podem se beneficiar do modo como permitem o acesso aos dados pessoais por outras empresas. Considerando a relevância que os dados pessoais possuem para a produção de bem ou oferta de serviço, tais empresas podem ter vantagens por meio dos valores cobrados para o acesso aos dados, sendo necessário o consentimento dos consumidores. No entanto, o consentimento pode nem sempre ser respeitado, como ocorreu no precedente do Cade, representando um risco à autonomia quanto aos dados pessoais.

Outro meio de obter vantagem competitiva é a restrição em relação ao acesso aos dados pessoais. Com a impossibilidade ou o acesso restrito de outros concorrentes quanto aos dados pessoais coletados internamente, existem benefícios para as empresas estabelecidas no mercado de dados. Ao observar que os consumidores da IF desejavam compartilhar os dados, tendo em vista que havia o consentimento com a *fintech*, o desrespeito à vontade dos consumidores resultou em vantagens competitivas à IF.

Considerando que apenas elas terão o acesso completo, poderão ofertar melhores produtos e serviços do que outros concorrentes. No caso de mercados de dois lados, segundo a CMA (2015), as barreiras se potencializam pela presença de empresas já estabelecidas e pela natureza dos mercados. Justamente isso acontecia com a *fintech*, plataforma de dois lados, que funciona como *marketplace* de serviços de empréstimo pessoal aos consumidores por meio de ofertas realizadas por instituições financeiras.

No caso das pequenas empresas no mercado de dados, que buscam viabilizar que consumidores tenham mais acesso aos seus dados pessoais, é particularmente desafiador não ter acesso aos dados. Nota-se, em tal contexto, mais uma forma de barreiras à entrada e à expansão. Essas barreiras também estão presentes para as empresas que atuam como intermediárias, como ocorre com *sites* que realizam a comparação de preços, aplicando-se à *fintech*, que realizava a comparação dos custos dos empréstimos de diferentes instituições financeiras aos consumidores. Sem o devido acesso aos dados, as barreiras se fazem presentes (CMA, 2015).

Observa-se que as barreiras diminuem ou inexistem em outros contextos. Por exemplo, não ter acesso aos dados não se mostrou um problema para o *marketing* direto, conforme a pesquisa realizada pela CMA (2015). Isso ocorre pela possibilidade de contornar a falta de acesso de outras maneiras, como por meio da aquisição de dados de intermediários. Assim, essas empresas poderiam compreender o perfil dos consumidores e atuar com o *marketing* direto.

Portanto, é necessário observar a situação concreta para verificar o que pode ou não ser uma barreira à entrada. Da mesma forma, o caso prático poderá determinar se existe ou não a real relação entre a privacidade dos consumidores, ainda que envolva dados pessoais. No caso do IF/*fintech*⁹, o que se notou foi a ameaça à liberdade individual e à autonomia quanto aos dados pessoais dos consumidores, o que se relaciona com a privacidade digital. Isso ocorria pelo poder de mercado da IF

9 Nota técnica nº 17/2019/CGAA2/SGA1/SG/CADE do Inquérito Administrativo nº 08700.004201/2018-38.

e foi devidamente solucionado por meio da atuação do Cade, que cumpriu o papel regulatório e, de forma indireta, resguardou aspectos relevantes da privacidade digital dos consumidores.

Observou-se, no caso concreto descrito, a relação entre o poder de mercado e a capacidade de impor barreiras à entrada de competidores que ainda não são estabelecidos no mercado. Curiosamente, os dados pessoais dos consumidores podem ser resguardados com excesso de proteção, além da desejada pelos próprios consumidores. No caso em tela, o intuito era de compartilhar os dados pessoais com a fintech, o que foi limitado pela IF. Assim, a liberdade individual, intrinsecamente ligada à privacidade digital e à autonomia quanto aos dados pessoais, pode ser comprometida pelas barreiras impostas em razão do poder de mercado. Desse modo, o presente item demonstrou como a desarticulação de direitos civis e econômicos pode ocorrer, por meio de caso prático concorrencial.

3 O ABUSO DE POSIÇÃO DOMINANTE AMPARADO NOS DADOS PESSOAIS

A posição dominante de uma empresa no mercado não é, por si só, fator para configurar a prática de conduta anticompetitiva, tendo em vista que se refere ao controle de parcela substancial do mercado (Cade, 2016a). Segundo o art. 36 da Lei de Defesa da Concorrência (LDC), há a presunção de posição dominante com o controle de 20% do mercado relevante em questão, com a possível alteração do percentual pelo Cade em setores específicos. A consequência prática da posição dominante é a possibilidade de que a empresa com tal poder altere as condições de mercado, de forma deliberada e unilateral em prejuízo aos valores sociais juridicamente tutelados e com os efeitos citados no art. 36 da LDC (Cade, 2016a; Forgioni, 2016), ainda que inexista fator volitivo (Pereira Neto; Casagrande, 2016).

Do modo similar, o acúmulo de dados pessoais de consumidores não é ilícito, de forma isolada. Por exemplo, os dados acumulados aperfeiçoam os mecanismos de pesquisa e podem gerar inovação. No entanto, podem também representar ferramentas para o abuso de posição dominante (Khan, 2017), sem a observância da legislação aplicável e da privacidade do consumidor.

Quando as empresas utilizam a posição dominante para prejudicar a concorrência, há o exercício abusivo do poder de mercado (Martins; Santos, 2020) e a configuração de conduta anticompetitiva (Cade, 2016a). Sem definição direta de conceito na LDC, a jurisprudência do Cade e de outras jurisdições é relevante para compreender os aspectos levados em consideração para que se configure a prática (Martins; Santos, 2020), bem como estudos específicos sobre o abuso de posição dominante no contexto de dados pessoais, como o Guia elaborado pela *Japan Fair Trade Commission* (JFTC, 2019), que é a autoridade japonesa de direito da concorrência.

O estudo da JFTC (2019) explora como os dados pessoais podem contribuir para o abuso de posição dominante e foi explorado em publicação do Cade sobre proteção de dados pessoais e direito da concorrência (Raffoul, 2021). Na publicação do Cade, foram citadas as seguintes situações observadas pela JFTC no contexto da aquisição injustificável de dados pessoais: (i) a falta de informação sobre a finalidade do uso dos dados pessoais aos consumidores; (ii) a aquisição dos dados pessoais além do escopo de finalidade de uso; (iii) a ausência de cuidado no gerenciamento dos dados pessoais adquiridos e; (iv) a indução aos consumidores para que forneçam mais informações.

Para ilustrar como o estudo da JFTC (2019) se aplica e se confirma a casos práticos, dois precedentes podem ser utilizados para visualizar o abuso de posição dominante no contexto dos dados pessoais: (i) o caso Facebook, na Alemanha e; (ii) o caso iFood, no Brasil. Tais precedentes serão



avaliados conforme os critérios citados pela JFTC e com a finalidade de verificar a (in)existência de violação à privacidade dos consumidores.

No primeiro caso, o *Bundeskartellamt*, autoridade alemã de defesa da concorrência, considerou que o Facebook abusou da posição dominante por desrespeitar a proteção aos dados pessoais dos consumidores por meio dos termos e condições de uso (Carugati, 2020). Neste caso, é perceptível a relação entre os dados pessoais dos consumidores e o abuso de posição dominante, com consequentes reflexos na privacidade.

Em 2016, o *Bundeskartellamt* iniciou a investigação com a finalidade de averiguar a potencial violação ao abuso do poder de mercado do *Facebook*, com mais de 90% do mercado de *social network* na Alemanha, por meio da violação da proteção dos dados pessoais (Carugati, 2020). O caso reflete a interligação entre concorrência, consumo e proteção de dados, tendo em vista que a investigação avaliou se os consumidores estavam devidamente informados sobre o tipo e a quantidade de dados coletados. Assim, em 2017, o *Bundeskartellamt* verificou que a coleta de dados de terceiros (*third-party*) era abusiva (JFTC, 2019).

Como bem apontado no estudo da JFTC (2019), o caso Facebook apurou se os consumidores eram, de fato, informados sobre a finalidade do uso de seus dados, pois se tratou de um dos itens de investigação do *Bundeskartellamt*. No estudo da JFTC (2019), um dos exemplos apresentados foi a coleta de dados relativos à navegação em *websites* sem a devida informação aos consumidores. O critério da JFTC aplicado ao caso do *Bundeskartellamt* pode ser visualizado pela possível ausência de informação dos consumidores sobre os dados de terceiros, que também desconheciam a coleta.

Visualiza-se, assim, outro fator elencado pelo JFTC (2019), referente à aquisição dos dados pessoais além do escopo de finalidade de uso. Os consumidores que possuem contas no *Facebook* concordam com os Termos de Uso para a utilização da plataforma. No entanto, a mesma concordância não se verifica em pessoas que optaram por não abrirem ou manterem contas no Facebook. Portanto, nota-se que houve a aquisição dos dados pessoais para além do escopo da finalidade de uso, em consonância com o Guia da JFTC.

No caso em comento, o *Facebook* coletava dados dos consumidores em redes sociais distintas, como o *Instagram* e o *WhatsApp*. Em seguida, os dados eram ligados ao *Facebook* (Carugati, 2020). O caso reforça a percepção que os consumidores não têm ciência de todos os dados que são coletados e explorados ou mesmo para qual finalidade são destinados (Rochelandet, 2010).

Embora não houvesse proibição sobre a combinação de dados de aplicativos distintos, os consumidores deveriam ter consentido para que isso ocorresse. Por isso, em 2019, o *Facebook* foi proibido de continuar a combinar os dados das diferentes redes sociais (Carugati, 2020). Portanto, houve violação à privacidade dos consumidores, tendo em vista a ausência de consentimento de compartilhamento de seus dados pessoais.

Nesse contexto, no caso *Benedik v. Slovenia*, a European Court of Human Rights (ECHR, 2018) abordou os aspectos da proteção dos dados pessoais e da privacidade no âmbito das telecomunicações *online*. Dentre os fatores avaliados, a ECHR analisou a razoabilidade das expectativas quanto à privacidade na esfera da *internet*. No caso em apreço, ainda que não existisse a proibição de compartilhamento, seria razoável que os consumidores tivessem a expectativa que as suas informações pessoais seriam compartilhadas apenas se houvesse o devido consentimento.

A atuação do *Bundeskartellamt* confirmou que, por meio de termos e condições de uso injustos, à luz dos instrumentos jurídicos de proteção de dados pessoais, teria ocorrido a violação à proteção de dados pessoais, tendo em vista a impossibilidade de que os consumidores negociassem as cláusulas (Carugati, 2020). Verificou-se que os dados pessoais eram essenciais para o domínio econômico do *Facebook* e que a violação da proteção dos dados pessoais aumentava a sua posição dominante.

Consequentemente à violação dos instrumentos jurídicos de proteção dos dados pessoais, o *Facebook* teria obtido mais volume e variedade de dados pessoais (Carugati, 2020). O reflexo na defesa da concorrência consistiu na violação das leis aplicáveis pelo aumento da posição dominante por meio da violação da privacidade dos consumidores (Carugati, 2020). Outro impacto concorrencial consistiu na vantagem competitiva injusta pelo aumento de barreiras à entrada (Carugati, 2020), previamente estudadas, considerando que dificilmente novas empresas teriam a mesma condição de concorrência por não terem acesso à mesma base de dados pessoais.

Depreende-se que os dados pessoais dos consumidores tinham ligação direta com o abuso de posição dominante do *Facebook*, com possível reflexo na privacidade. Portanto, a atuação da autoridade concorrencial pode ter refletido, ainda que indiretamente, na proteção do direito humano à privacidade digital. Mesmo não sendo o objetivo do direito antitruste, a inibição de comportamentos ligados a dados pessoais, como fontes de condutas anticompetitivas, pode resultar na proteção de direitos humanos.

Em redes sociais como o *Facebook*, os consumidores compartilham os seus dados pessoais, mas também aspectos de suas vidas íntimas. A depender do grau de exposição, é viável tornar pública informações sobre estado civil, religião e relacionamentos, por exemplo. Quando as decisões são tomadas de forma ciente das finalidades de uso, é presumido que a autonomia do consumidor foi respeitada. No entanto, o desconhecimento equivale a uma zona cinzenta, onde os consumidores não são capazes de enxergar o que realmente ocorre com os seus dados pessoais e informações privadas.

Apesar disso, cumpre notar que nem sempre a atuação antitruste refletirá, ainda que indiretamente, na proteção da privacidade digital dos consumidores. Ainda que se trate de plataforma digital, com significativo acesso aos dados pessoais dos consumidores, não há relação que, por si só, reflita a privacidade digital. O caso que ilustra bem tal delimitação é o precedente analisado pelo Cade que versa sobre acordos de exclusividade do iFood, Agência de Restaurantes Online S.A., que resultou na celebração de Termo de Compromisso de Cessação (TCC) sobre supostas infrações à ordem econômica no âmbito de *marketplaces* de *delivery online* de comida (Termo [...], 2023).

O processo teve início com denúncia do Rappi Brasil Intermediações de Negócios Ltda. (Rappi), plataforma semelhante e concorrente, que também prestava o serviço de pedido/entrega de comida.¹⁰ Segundo o Rappi, o iFood abusaria da posição dominante de mercado com a imposição de contratos de exclusividade aos restaurantes parceiros, que teriam tratamento diferenciado caso aderissem a tais condições. Isso também representaria um meio de discriminação no tratamento de restaurantes exclusivos. As consequências anticompetitivas seriam o fechamento de mercado para os concorrentes e o incremento de barreiras à entrada com estipulações contratuais de longo prazo e multas pela rescisão da exclusividade.

O Cade confirmou a existência de posição dominante, citando os dados apresentados pela

10 Nota Técnica nº 4/2021/CGAA1/SGA1/SG/CADE no Procedimento Preparatório nº 08700.004588/2020-47.



Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), que também representou contra o iFood perante o Cade em outro processo, indicando o percentual de 86% da participação de mercado do iFood. Os dados apresentados pelo Rappi também foram considerados, porém não divulgados, por terem sido considerados restritos. De qualquer modo, o Cade verificou que o percentual superava os 20% exigidos pela LDC.

O caso é relevante por reforçar a proximidade do direito da concorrência com os dados pessoais de consumidores, porém sem demonstrar qualquer risco perceptível à privacidade digital. Explica-se. O iFood é uma plataforma de múltiplos lados em um mercado digital. Apesar da ausência de consenso sobre a definição de plataforma de múltiplos lados, sabe-se que os fornecedores são frequentemente denominados “plataformas”, pois viabilizam a interação de usuários de diversos lados (OECD, 2018). No caso do iFood, os consumidores do aplicativo podem interagir com os restaurantes por meio do aplicativo e o contrário também se aplica.

Os efeitos concorrenciais são verificados por meio dos efeitos de rede. Se considerarmos os consumidores como grupo “A”, observaremos que a utilização da plataforma pelo grupo “B”, dos restaurantes, se torna atrativa pelo potencial de usuários adeptos ao aplicativo. No caso do iFood, tal percepção se confirma pela significativa participação de mercado, indicada em 86% pela Abrasel. Por isso, a imposição de cláusulas de exclusividade era prejudicial à concorrência.

Cumprir notar que a caracterização de plataforma multilateral tem relação com os dados pessoais dos consumidores, tendo em vista a presença de personalização dos serviços ofertados e barreiras à entrada ligadas à economia de escala e escopo, como o controle da base de dados¹¹. Nesse cenário, existem efeitos de rede de produtos, com a dificuldade de coordenação da migração em massa dos consumidores.

Verifica-se que existe a relação entre as características do iFood com os dados pessoais dos consumidores, especialmente pela possibilidade de personalização dos serviços ofertados. No entanto, não se identifica qualquer reflexo na privacidade dos consumidores, tendo em vista que os dados pessoais não são utilizados para finalidades distintas do proposto. O que ocorreu foi que a concentração dos dados pessoais no iFood garante vantagens concorrenciais, que viabilizou a imposição de cláusulas de exclusividade, prejudicando a concorrência.

Desse modo, observa-se que o direito da concorrência pode ser um instrumento para resguardar a privacidade dos consumidores, ainda que de forma indireta, como ocorreu no caso *Facebook*. No entanto, isso nem sempre acontecerá, tendo em vista que pode ocorrer o abuso de posição dominante relacionada aos dados pessoais, sem que a privacidade dos consumidores seja ameaçada, como se verificou no caso iFood.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo abordou a desarticulação prática entre direitos civis e direitos econômicos, especificamente quanto ao acesso à informação pessoal de consumidores por empresas. Para isso, inicialmente explicaram-se as dificuldades decorrentes da promulgação separada do PIDCP e do PIDESC, demonstrando diferentes enfoques entre interesses econômicos dos direitos humanos e o liberalismo econômico.

11

Nota Técnica nº 4/2021/CGAA1/SGA1/SG/CADE no Procedimento Preparatório nº 08700.004588/2020-47.

No decorrer deste estudo, a questão foi delimitada no âmbito concorrencial, com a devida ressalva que não se busca propor que o enfoque do Cade seja alterado para questões além do antitruste. No entanto, no ambiente digital, nota-se a intersecção ente diversas áreas distintas, como foi abordado quanto a proteção de dados pela LGPD, direito do consumidor e direito da concorrência.

Nesse contexto, o presente artigo demonstrou a existência de potenciais conflitos entre direitos civis, delimitados na privacidade digital, como reflexo da personalidade, com os direitos econômicos, na esfera concorrencial. Para isso, situações concretas envolvendo a imposição de barreiras à entrada no mercado e o abuso de posição dominante, envolvendo o acesso aos dados pessoais dos consumidores, foram apresentadas como condutas anticompetitivas aptas a ilustrar a potencial desarticulação.

No caso das barreiras à entrada, houve a análise de caso do Cade, envolvendo uma IF e uma fintech. Observou-se que o excesso de cuidado da IF, com os dados pessoais dos consumidores, foi considerado uma forma de barreira à entrada da fintech, que dependia do compartilhamento dos dados pessoais. Não foram observadas ameaças à privacidade dos consumidores, que tinham interesse em compartilhar os seus dados, mas não conseguiam por questões de segurança. Apesar disso, notou-se o reflexo na autonomia de vontade quanto aos dados pessoais, o que demonstra a oposição com questões econômicas, de competição, apontadas pelo Cade. Para reforçar os pontos apresentados, foi exposto estudo da CMA sobre a relação dos dados pessoais com as barreiras à entrada, que se potencializam pela presença de empresas estabelecidas.

No tocante ao abuso de posição dominante amparado em dados pessoais, dois casos concretos foram utilizados para ilustrar a desarticulação. As situações apresentadas demonstraram que condições abusivas podem ocorrer, baseadas nos dados pessoais, no caso de empresas mais consolidadas. No entanto, os casos concretos nem sempre demonstram a ligação dos dados pessoais com a privacidade dos consumidores, embora possam ocorrer, como em situações envolvendo o consentimento quanto ao compartilhamento de informações pessoais. Ainda assim, o posicionamento das autoridades concorrenciais pode beneficiar o consumidor e, indiretamente, proteger os seus dados pessoais e a sua privacidade, conforme a situação fática.

À vista das considerações realizadas, entende-se que a desarticulação não significa que os direitos civis e econômicos sejam incompatíveis; trata-se de conflito meramente aparente, que deve ser solucionado com razoabilidade e proporcionalidade no caso concreto, sendo certo que nenhum desses direitos é absoluto. Para que haja o bem-estar do consumidor, é preciso que os direitos aparentemente opostos, por interesses diversos, sejam harmonizados. Por meio dos incentivos das autoridades concorrenciais, com medidas preventivas e repressivas, é possível resguardar direitos econômicos, como foco imediato, e direitos civis, como consequências indiretas.

REFERÊNCIAS

BACARES, Diana Carolina Olarte. **L'articulation du droit international des investissements et des droits de l'homme**: le cas de l'Amérique latine. Orientador : Hervé Ascensio. 2015. Tese (Doutorado em Direito Internacional) – Faculdade de Direito de Sorbonne, Universidade de Sorbonne, Paris, 2015. Disponível em: <https://x.gd/vozrj>. Acesso em: 4 fev. 2024.

BAIN, Joe. S. **Barriers to New Competition**. Cambridge: Harvard University Press, 1956.



RAFFOUL, Jacqueline Salmen. A potencial desarticulação entre a liberdade econômica e privacidade digital em condutas anticompetitivas: estudos de casos sobre acesso a dados pessoais dos consumidores em situações de abuso de posição dominante. **Revista de Defesa da Concorrência**, Brasília, v. 13, n. 1, p. 194-208, 2025.

CARUGATI, Christophe. **Competition law and economics of big data: a new competition rulebook**. 2020. Tese (Doutorado em Economia) - Université Paris II Panthéon – Assas, Paris, 2020.

COMPETITION AND MARKET AUTHORITY (CMA). **The commercial use of consumer data**: report on the CMA's call for information. Londres: CMA, 2015. Disponível em: <https://x.gd/03ihV>. Acesso em: 5 maio 2023.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (Cade). **Cartilha do Cade**. Brasília: Cade, 2016a. Disponível em: <https://x.gd/Y6dQc>. Acesso em: 31 jan. 2023.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (Cade). **Guia de análise de atos de concentração horizontal**. Brasília: Cade, 2016b. Disponível em: <https://x.gd/KMsLt>. Acesso em: 10 fev. 2024.

CORTE INTERAMERICANA DE DIREITOS HUMANOS (CIDH). **Fontevicchia y D'amico Vs. Argentina**. Argentina: Corte Interamericana de Derechos Humanos, 2010. Disponível em: <https://x.gd/r5vnG>. Acesso em: 4 dez 2023.

CORTE, Lorenzo Dalla. A right to a rule: on the substance and essence of the fundamental right to persona data protection. In: HALLINAN, Dara *et al.* (edit.). **Data Protection and Privacy: data protection and democracy**. Oxford: Hart Publishing, 2020. p. 27-58.

COSTA-CABRAL, Francisco; LYNSKEY, Orla. Family ties: the intersection between data protection and competition in EU Law. **Common Market Law Review**, Londres, v. 54, n. 1, p. 11-50, 2017. Disponível em: <https://x.gd/R76Ff>. Acesso em: 25 nov. 2024.

EUROPEAN COURT OF HUMAN RIGHTS (ECHR). **Case of Benedik v. Slovenia**. Fourth Section. Strasbourg: European Court of Human Rights, 2018. Disponível em: <https://x.gd/GrF3E>. Acesso em: 25 nov. 2024.

FERNANDES, Víctor. Restrições à privacidade: um problema antitruste? In: MENDES, Laura *et al.* (coord.). **Tratado de proteção de dados pessoais**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2023. p. 775-794.

FORGIONI, Ana Paula. **Os fundamentos do antitruste**. 9. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

FRAZÃO, Ana. Direitos básicos dos titulares de dados pessoais. **Revista do Advogado**, São Paulo, v. 144, p. 33-46, nov. 2019. Disponível em: <https://x.gd/ySyuM>. Acesso em: 17 nov. 2024.

GATA, João E. A collusion between algorithms: a literature review and limits to enforcement, **European Review of Business Economics**. Lisboa, v. 1, n. 1, dez. 2021. Disponível em: <https://x.gd/yS7TC>. Acesso em: 17 nov. 2024.

HAAN, Jakob de; STURM, Jan-Egbert. On the relationship between economic freedom and economic growth. **European Journal of Political Economy**, [s. l.], v. 16, n. 2, p. 215- 241, jun. 2000. Disponível em: <https://x.gd/cHjvR>. Acesso em: 10 jul. 2023.

JAPAN FAIR TRADE COMMISSION (JFTC). **Guidelines concerning abuse of a superior bargaining position in transactions between digital platform operators and consumers that provide personal information, etc.** Tokyo: JFTC, 2019. Press Release 2019. Disponível em: <https://x.gd/5LyYl>. Acesso em: 8 jan. 2024.

KHAN, Lina M. Amazon's antitrust paradox. **The Yale Law Journal**, Connecticut, v. 126, n. 3, Jan. 2017, p. 564-907. Disponível em: <https://x.gd/SDxCn>. Acesso em: 18 nov. 2024.

MARTINS, Ciro Silva; SANTOS, Laura Soares Miranda dos. Abuso de posição dominante segundo a jurisprudência do Cade. **Revista de Direito da Concorrência**, Brasília v. 8, n. 2, p. 164-176, dez. 2020. Disponível em: <https://x.gd/LiMQL>. Acesso em: 14 fev. 2024.

MOYA, Federico Arnau. La jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos em materia de derechos de la personalidad. *In*: CASTRO, Luis Martínez Vázquez; TORTAJADA, Patricia Escribano (coord.). **Internet y los derechos de la personalidad**. Valencia: Universitat Jaume I, 2019. p. 11-47.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL (MPF). **Ata Conjunta ANPD, CADE, MPF, SENACON nº 008/2022/AC/3CCR/MPF**. PGR-00193357/2022. Brasília, DF: Ministério Público Federal, 2022. Disponível em: <https://x.gd/wrX5t>. Acesso em: 29 nov. 2024.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). **Algorithms and collusion: Competition Policy in the Digital Age**. Paris: OECD, 2017. Disponível em: <https://x.gd/NnLLZ>. Acesso em: 26 nov. 2024.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). **Rethinking antitrust tools for multi-sided platforms 2018**. Paris: OECD, 2018. Disponível em: <https://x.gd/ldhoo>. Acesso em: 10 fev. 2024.

PEREIRA NETO, Caio Mário da; CASAGRANDE, Paulo Leonardo. **Direito concorrencial**. São Paulo: Saraiva, 2016.

RAFFOUL, Jacqueline Salmen. **Benchmarking internacional sobre as instituições de Defesa da Concorrência e de Proteção de Dados**: Documento de Trabalho nº 002/2021. Brasília: Conselho Administrativo de Defesa Econômica, 2021. Disponível em: <https://x.gd/lyRNA>. Acesso em: 25 nov. 2024.

RIGAUX, François. **La protection de la vie privée et des autres biens de la personnalité**. Bruxelles: Etablissements Emile Bruylant, 1990.

ROCHELANDET Fabrice. **Économie des données personnelles et de la vie privée**. Paris: La Découverte, 2010.

STIGLER, George. J. **The organization of industry**. Chicago: University of Chicago Press. 1983.

TERMO De Compromisso De Cessação: Cade celebra acordo com iFood em investigação de exclusividade no mercado de marketplaces de delivery on-line de comida. **Conselho Administrativo de Defesa Econômica**, Brasília, 8 fev. 2023. Disponível em: <https://x.gd/oApmb>. Acesso em: 10 jul. 2023.

