

I ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

**DIREITO ECONÔMICO, EMPRESARIAL, DIGITAL,
INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO I**

VALTER MOURA DO CARMO

LIVIO AUGUSTO DE CARVALHO SANTOS

SINARA LACERDA ANDRADE CALOCHE

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG - Minas Gerais

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Secretário Executivo - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - Unimar/Uninove - São Paulo

Representante Discente - FEPODI

Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. Aires José Rover - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF - Distrito Federal (suplente)

Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP - São Paulo (suplente)

Secretarias:

Relações Institucionais

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - Ceará

Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM- Distrito Federal

Relações Internacionais para o Continente Americano

Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG - Goiás

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Relações Internacionais para os demais Continentes

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB - Paraíba

Eventos:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch (UFSM - Rio Grande do Sul) Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho (Unifor - Ceará)

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta (Fumec - Minas Gerais)

Comunicação:

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro (UNOESC - Santa Catarina)

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho (UPF/Univali - Rio Grande do Sul)

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara (ESDHC - Minas Gerais)

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

D597

Direito econômico, empresarial, digital, inovação e empreendedorismo e direito do consumidor I [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Sinara Lacerda Andrade; Livio Augusto de Carvalho Santos; Valter Moura do Carmo – Florianópolis: CONPEDI, 2020.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-123-4

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Constituição, cidades e crise

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais – Anais de pôsteres. 2. Direito econômico. 3. Inovação. I Encontro Virtual do CONPEDI (1. : 2020 : Florianópolis, SC, Brasil).

CDU: 34



I ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO ECONÔMICO, EMPRESARIAL, DIGITAL, INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO I

Apresentação

É com grande satisfação que introduzimos o grande público na presente obra coletiva, composta por pôsteres criteriosamente selecionados, para apresentação e debates no Grupo de Trabalho intitulado “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo”, durante o I ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI, realizado através de plataformas digitais, entre os dias 23 e 30 de junho de 2020, sobre o tema CONSTITUIÇÃO, CIDADES E CRISE.

Os aludidos trabalhos, de incontestável relevância para a pesquisa jurídica no Brasil, demonstram notável rigor técnico, sensibilidade e originalidade, em reflexões sobre o tema das relações de consumo, à luz da responsabilidade civil; dignidade humana; isonomia; igualdade, justiça social, liberdade, sustentabilidade; proteção do consumidor nos crimes cibernéticos; vulnerabilidade infantil e as redes sociais, novos paradigmas de consumo, criptomoedas; compliance e a Lei Geral de Proteção de Dados.

Evidente que questões da contemporaneidade implicam num olhar atento para o direito das relações de consumo, mas, ainda, extrapolam tal viés, com claro impacto nos segmentos ambiental, social e econômico, envolvendo as figuras do Estado, do consumidor e da empresa, demandando uma análise integrada e interdisciplinar. Os temas tratados são de extrema relevância e muito contribuem para a pesquisa científica jurídica

Nessa obra, a autora Rayenne dos Santos Lima Cruz dedicou-se ao estudo da “RESPONSABILIDADE CIVIL DA INDÚSTRIA DO TABACO”. Com uma temática inovadora, os autores Jennifer Cristina de Carvalho e Kayc Muller Alves Ribeiro, investigaram a “APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NOS CONTRATOS DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS SEXUAIS?” O autor Sandro Eduardo Roussin Soares, debruçou-se sobre “O INSTITUTO JURÍDICO DA RESPONSABILIDADE CIVIL OBJETIVA NA PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR SOB A ÓTICA DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS.” O objeto de pesquisa da autora Jéssica Rodrigues Siqueira Portela, foi “PUBLICIDADE E PÚBLICO INFANTIL: A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO CONTEÚDO, O CONSUMISMO E A RESPONSABILIDADE CIVIL.” A responsabilidade civil, também foi a temática abordada pelo autor, Cristofer Paulo Moreira Rocha Silva, com a pesquisa intitulada a “RESPONSABILIDADE CIVIL PELO DANO TEMPORAL

PROVOCADO AO CONSUMIDOR.” A investigação do “CLEANTECHS”, DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E OS NOVOS PARADIGMAS DE CONSUMO”, foi a escolha da autora Patrícia Tereza Pazini para desenvolver sua pesquisa. “A ATA NOTARIAL COMO MEIO DE PROVA DIGITAL”, foi o objeto de investigação dos autores Laura Secfém Rodrigues e Flávio Barros Braga Juanes. A pesquisa intitulada, “A NOTÍCIA SISCOMEX IMPORTAÇÃO NÚMERO 17 FRENTE AO PRINCÍPIO DA CARTULARIDADE” foi a escolha desenvolvida pelos autores Gabriel Pessotti da Silva e Juliane Tedesco Andretta. A autora Amanda Cristina Paulin, examinou as “AS CRIPTOMOEDAS COMO FORMA DE INTEGRALIZAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL DE SOCIEDADE ANÔNIMA DE CAPITAL ABERTO E A RESPONSABILIDADE PATRIMONIAL DO SÓCIO EM EVENTUAL EXECUÇÃO JUDICIAL”. “COMPLIANCE E A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS” foi o pôster apresentado pelas autoras Carla Izolda Fiuza Costa Marshall e Vanessa Dos Santos Gallo. “CONTRATOS DE OPÇÃO DE COMPRA E M&A: O CONFLITO ENTRE A CLÁUSULA DE NÃO ALICIAMENTO E O PRINCÍPIO CONSTITUCIONAL DO ARTIGO 5, XIII” foi a abordagem escolhida pela autora Veronica Lagassi e, por fim, com o tema “DADOS PESSOAIS E DIREITOS FUNDAMENTAIS: UMA EXTENSÃO DA PROTEÇÃO DA PESSOA HUMANA” os autores Rossana Marina De Seta Fisciletti e Marcus Vinicius Sant Ana de Castro, encerraram os debates jurídicos do nosso Grupo de Trabalho.

Em sua abordagem, nota-se que os autores utilizaram referenciais teóricos refinados sobre a complexidade, sociedade de consumo, sociedade de risco, sociedade da informação, sociedade em rede, globalização, diálogo das fontes etc., o que realça o aspecto acadêmico, científico e técnico do evento.

Nesse prisma, a presente obra coletiva, de inegável valor científico, demonstra tecnicidade, por meio de uma visão lúcida e avançada sobre questões do direito das relações de consumo, suas problemáticas e sutilezas, sua importância para a defesa de uma sociedade equilibrada e das gerações futuras, pelo que certamente logrará êxito junto à comunidade acadêmica.

Boa leitura!

Prof. Me. Livio Augusto de Carvalho Santos

Prof^a. Dr^a. Sinara Lacerda Andrade

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo

DIREITO DA CONCORRÊNCIA EM FACE DOS MERCADOS DIGITAIS

Sérgio Henrique Cafrune Bernardes Coelho

Resumo

INTRODUÇÃO

A justificativa deste estudo será pesquisar aspectos econômicos e jurídicos da concorrência e como ela sofre influência das novas formas de negócio em uma sociedade digital, limitando àqueles negócios que utilizando de dados pessoais dos usuários para criar vantagem no mercado.

PROBLEMA DE PESQUISA

A sociedade nos tempos atuais está cada dia mais “digital” de modo que grande parte dos negócios e grande partes das empresas atuam em mercados de tecnologia ou oferecem produtos por meio digital, nesse cenário, como o Direito da Concorrência deve se comportar na busca de mercado saudável para vendedores e compradores?

OBJETIVO

O objetivo desta pesquisa é analisar as novas interações nos modelos atuais de mercado, sobretudo os atuantes em meios digitais, e como o Direito da Concorrência deve se portar frente às novas formas de consumo, existentes na sociedade moderna.

MÉTODO

Para a obtenção dos resultados desejados neste trabalho, o método de abordagem a ser descrito será o dedutivo, que abarca a teoria e fatos concretos exemplificativos, concomitantemente, visando abranger os resultados apresentados.

RESULTADOS ALCANÇADOS

O mercado, em termos de estruturas, pode comportar-se de diversas formas, as mais conhecidas são as polarizadas, de um lado um ambiente de concorrência perfeita, no qual vários compradores e vários vendedores competem no mesmo mercado, do outro no modelo totalmente concentrado, apenas um vendedor domina todo o mercado, tem-se um monopólio, ou apenas um comprador atua naquele mercado, chamado monopsônio.

Em verdade, esses modelos são apenas teóricos, visto que no mundo real os mercados mais

concentrados são dominados por algumas empresas que concorrem entre si, embora pequena, existe uma certa concorrência. Do outro lado, os mercados mais concorridos não se comportam de forma perfeita, onde o preço de venda do produto é o mesmo do custo marginal de produção, por existirem diversos fatores e falhas que impedem isso.

De acordo com informações contidas no Manual da Federação da Indústrias do Estado de São Paulo – FIESP (2018, p. 17), um mercado concorrido pode sofrer alterações em sua estrutura de modo a se tornar mais concentrado, eliminando parte da concorrência que ali compete. No mesmo sentido, Masso (2013, p. 204) destaca que a causa disso são os atos de concentração, que se entendem por operações de concentração econômica, manifestadas de diversas formas em vários setores da economia como a fusão, incorporação, cartel, holding, joint venture, colusão, ajustes, acordos, entente, integração, grupo de sociedades, agrupamento de sociedades, constituição de sociedade controladora, entre outras.

Na visão de Forgioni (2016, p. 268), a concentração econômica traduz-se como a distribuição de riqueza restrita a poucos atores do mercado, o que aumenta o poder econômico desses agentes, dando-lhes uma vantagem competitiva. Essa vantagem pode é denominada como posição dominante no mercado, ou posição monopolista, onde mesmo o agente não atuando sozinho no mercado ele pode agir de modo indiferente e independente da existência ou do comportamento de seus concorrentes, adotando práticas que não adotaria caso houvesse concorrência real, como aumento dos preços ao limite e oferta de produtos sem qualidade.

O direito da concorrência tem como objetivo impedir que os atos de concentração levem as empresas ao status de dominante de modo abusivo, prejudicando o mercado como um todo, sobretudo o consumidor.

Nas palavras de Taufick (2014), porém, existem certos cenários onde estruturas concentradas de mercado sejam mais eficientes que aquelas totalmente de concorrência perfeita, pois com maior poder econômico também podem vir maiores investimentos em pesquisa e tecnologia, diminuição dos custos de produção, que acarretaria em diminuição dos preços para os consumidores, dentre outras coisas. É p que se vê no mercado de tecnologia, incluindo o mercado digital, são estruturas quase que completamente concentradas, onde poucas empresas concorrem dentro do mesmo mercado a nível mundial.

O mercado digital, em grande parte, é caracterizado por ter um modelo de negócios dominante de custo zero para os consumidores, é o caso das redes sociais, que, em sua imensa maioria, oferecem o produto sem custos ao consumidor.

Explicando esse fenômeno, Saito (2016, p. 90-92) esclarece que os agentes que atuam nesse mercado e oferecem o produto a custo zero fazem pois tem uma expectativa de retorno maior

do que se houvesse custo ao consumidor. Aqui, para a obtenção de retorno financeiro o agente oferece seu produto basicamente de três formas distintas: por meio de venda casada, em um negócio de dois lados ou através de múltiplas versões do mesmo produto e destaca:

A comercialização conjunta de bens, ou venda casada, a empresa condiciona a venda de um produto a contra de outro produto, geralmente envolvendo alguma integração entre eles, por exemplo caso do navegador Internet Explorer que é vendido em conjunto com o sistema operacional Windows, ambos da Microsoft (SAITO, 2016, p. 92).

Prossegue Saito (2016, p. 93) destacando que, em outro modelo, na plataforma de dois lados, o agente conecta dois grupos distintos de consumidores, onde pelo menos um dos grupos valoriza a presença do outro, o faturamento nesse modelo nos mercados a preço zero é obtido de um único lado da plataforma. O mais comum é que esse modelo seja financiado por publicidade, como por exemplo no Facebook, que oferece o serviço de rede social gratuito, obtendo vantagem econômica dos anúncios e produtos complementares.

Por fim, no modelo de várias versões do mesmo produto, o agente oferece uma versão simplificada a preço zero e outra versão, completa, mediante o pagamento de um valor estipulado. É o que acontece com as plataformas de streaming como o Spotify.

Dessarte, o direito antitruste nos tempos atuais enfrenta grandes desafios ao analisar os mercados digitais, pois estes geralmente oferecem seus produtos aos clientes com custo baixo ou zero. Assim torna-se mais complicado analisar quais condutas são anticompetitivas e quais condutas são simplesmente eficientes, exigindo uma análise mais aprofundada que basear-se somente do preço pago pelo consumidor. Pois embora o consumidor possa se beneficiar de imediato com o custo baixo ele poderá ter prejuízos futuros com um mercado completamente concentrado, sobretudo na (não) possibilidade de escolha do produto a ser consumido, ficando obrigado vinculado a um produto apenas.

Palavras-chave: Antitrust, Concorrência, Mercados digitais, Direito econômico, Direito concorrencial

Referências

FIESP. Direito Concorrencial manual de práticas concorrencias. São Paulo: [s.n.], 2018.

FORGIONI, P. A. Os fundamentos do antitruste. 9. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MASSO, F. D. Direito econômico esquematizado. 2. ed. São Paulo: Método, 2013.

SAITO, L. Antitruste e novos negócios na Internet. Condutas anticompetitivas ou exercício regular do poder econômico? Dissertação (Mestrado em Direito Comercial) - Faculdade de Direito - USP. São Paulo, 237.p . 2016.

TAUFICK, R. D. Introdução ao direito da concorrência. Brasília: SEAE, 2014.