

**ENEI**

Encontro Nacional de Economia Industrial e Inovação

FACE-UFMG

Inovação, Sustentabilidade e Pandemia

10 a 14 de maio de 2021

Um Novo Paradigma de Multinacionais? Novas Relações de Poder na Era do Capitalismo Digital

Lucas Leonardo Ribeiro Pacheco (UFMG);

Fernanda Cimini (UFMG);

Resumo:

O presente trabalho procura explorar a dinâmica do novo capitalismo digital quando comparadas às multinacionais tradicionais. A partir de um estudo bibliográfico e das relações de poder entre setor privado e os governos, verificou-se que as empresas de tecnologia apresentam o desenvolvimento de um novo paradigma no contexto da economia política internacional. Em razão disso, utilizando de novas correntes teóricas e analisando essas corporações à luz de estudos de casos e dos acontecimentos recentes, foi observado como as empresas do capitalismo digital se diferenciam das multinacionais tradicionais na sua interação com os governos. Foi constatado, em suma, que as gigantes da tecnologia são grandes defensoras do status quo e atuam politicamente com a finalidade de evitar que mudanças de regulamentação ocorram, utilizando, para isso, amplamente de seu poder estrutural, baseado no seu modelo de negócios e no poder de plataforma.

Palavras-chave:

Multinacionais; Capitalismo Digital; Empresas de Tecnologia; Plataforma.

Abstract:

The present work seeks to explore the dynamics of the new digital capitalism when compared to traditional multinationals. From a bibliographic study and the power relations between the private sector and governments, it was found that technology companies present the development of a new paradigm in the context of the international political economy. As a result, using new theoretical trends and analyzing these corporations in the light of case studies and recent events, it was observed how companies of digital capitalism differ from traditional multinationals in their interaction with governments. In short, it was found that the technology giants are great defenders of the status quo and act politically to prevent regulatory changes from occurring, using widely from their structural power for this purpose, that are based on their business model and the platform power."

Keywords:

Multinationals; Digital Capitalism; Technology Companies; Platform.

Código JEL:

F23

Área Temática:

Políticas públicas e regulação

1. INTRODUÇÃO

Os chefes executivos Jeff Bezos (Amazon), Tim Cook (Apple), Mark Zuckerberg (Facebook) e Sundar Pichai (Google) foram convocadas para testemunhar frente ao parlamento estadunidense em uma ouvidoria inédita desde os anos 70. O encontro teria como objetivo embasar o debate sobre as possíveis novas necessidades de regulamentação das grandes empresas de tecnologia¹. Esse debate ganhou projeção durante a pandemia SARS-CoV-2, em 2020, tendo em vista que as gigantes da tecnologia, diferente de outros setores, não sofreram o impacto da crise; ao contrário, ostentaram lucro, tendo a Amazon como maior expoente². Esse cenário, somado a um histórico de acusações de truste contra as quatro corporações, levariam a um quadro mais complexo no que tange à regulamentação dessas empresas multinacionais (EMNs).

Devido a isso, a pauta principal do encontro realizado em 29 de julho de 2020 seria o comportamento dessas corporações em relação a práticas anti-competitivas, ligadas ao seu poder de monopólio, incluindo estratégias de aquisições e de eliminação de competidores, além de outras questões, como o domínio e uso de dados dos usuários, neutralidade de rede e disseminação de *fake news*. A frase *"Simply put, they have too much power"*³, dita por David Cicilline, membro da câmara dos representantes dos estados unidos, reproduz a preocupação por parte dos governantes em relação a essas empresas. Por sua vez, os CEOs das gigantes de tecnologia, que possuem, em conjunto, um valor estimado em 5 trilhões de dólares⁴, negaram as acusações, como declara Zuckerberg *"We compete hard. We compete fairly. We try to be the best"*⁵.

A atualidade desse tema não está restringida ao contexto Norte Americano e nem às questões de monopólio, mas se estende globalmente e incorpora diversos outros debates. No caso brasileiro, por exemplo, as relações do capitalismo digital, especialmente após o caso Snowden⁶, levaram a construção do Marco Civil da Internet em 2014, e a mais recente Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD),⁷ que entrou em vigor em agosto de 2020. Na Europa, em 2016 formulou-se o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD), fruto de uma preocupação gradual com o domínio dessas empresas, que veio à tona após o acontecimento de Cambridge Analytica, empresa privada que buscava influenciar em resultados políticos, como eleições e Brexit, através de uso de dados dos usuários do Facebook, Google e Twitter. Tais modificações, entre muitas outras, demonstram que essas empresas apresentam grande papel em transformações políticas e um poder estrutural criado pelo seu modo de operação. Dado esse contexto vale questionar: o que faz dessas multinacionais tão especiais? Tendo em mente que diversas EMNs apresentam capacidades e comportamentos similares a essas empresas no que tange temas como antitruste, elevada concentração de mercado e poder de monopólio, o que especificamente as diferencia e por que observá-las de maneira distinta é relevante?

Desse modo, o trabalho parte da hipótese de que a principal diferença no que tange o poder de influência sobre os estados entre as EMNs tradicionais e as empresas do capitalismo digital está no poder da plataforma como fonte de poder estrutural. O artigo está dividindo em três seguimentos, aparte de introdução e considerações finais. O primeiro busca apresentar o modelo de operação dessas empresas e suas diferenças das EMNs tradicionais, além de discutir a respeito de sua fonte de poder. Em seguida,

¹ MCNAMEE, Roger. **A historic antitrust hearing in Congress has put big tech on notice**. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/jul/31/big-tech-house-historic-antitrust-hearing-times-have-changed>>. Acesso em: 29/09/2020.

² GOVINDARAJAN, Vijay. **Tech Giants, Taxes, and a Looming Global Trade War**. Disponível em: <<https://hbr.org/2020/08/tech-giants-taxes-and-a-looming-global-trade-war>>. Acesso em: 29/09/2020.

³ EURONEWS. **Top tech CEOs Facebook, Amazon, Google and Apple told they 'have too much power'**. Disponível em: <<https://www.euronews.com/2020/07/29/tech-giants-facebook-amazon-google-and-apple-face-off-with-congress>>. Acesso em 07/01/2020.

⁴ VITORIO, Tamires. **Amazon, Apple, Facebook e Google negam monopólio em audiência nos EUA**. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/amazon-apple-facebook-e-google-negam-monopolio-em-audiencia-nos-eua/>>. Acesso em: 29/09/2020.

⁵ ROMM, Tony. **Amazon, Apple, Facebook and Google grilled on Capitol Hill over their market power**. Disponível em: <<https://www.washingtonpost.com/technology/2020/07/29/apple-google-facebook-amazon-congress-hearing/>>. Acesso em: 07/01/2020.

⁶ G1. **Entenda o caso de Edward Snowden, que revelou espionagem dos EUA**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/07/entenda-o-caso-de-edward-snowden-que-revelou-espionagem-dos-eua.html>>. Acesso em: 07/01/2020.

⁷ BRASIL. **Lei nº 13.853, de 2019**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm>. Acesso em: 29/09/2020.

utiliza-se de uma revisão da bibliografia afim de comparar as correntes clássicas de multinacionais com trabalhos contemporâneos que estudam as firmas do capitalismo digital, procurando compreender de que forma essas corporações modificam as concepções tradicionais. Por fim, é analisado de quais maneiras as regulações tem operado em relação a essas companhias, observando o sistema presente e indagando sobre o futuro.

2. O CAPITALISMO DIGITAL

Antes de avançar no debate teórico, é importante entender quem são essas empresas e como operam seus negócios. Conhecidas por diversos nomes como as “gigantes da tecnologia”, “gigantes da web”, “a gang dos quatro”, “os mestres da economia digital”, “os quatro cavaleiros do apocalipse”, “GAFAM” (incluindo aqui a Microsoft), “os quatro”, entre muitos outros (BUSTOS; CASTILLO, 2019), Google, Amazon, Facebook e Apple são observados como enormes aglomerados tecnológicos passíveis de admiração de investidores e usuários. Essas companhias chegaram a obter os maiores valores de mercado de capitais da história e uma presença extraordinária na vida de seus usuários, sendo grande parte das conexões, produtos e serviços utilizados todos os dias globalmente.

Ao examinar de maneira simplista, essas EMNs não parecem apresentar muitas similaridades entre si. Ainda assim, apesar de atuarem em negócios distintos, as empresas do GAFAM compartilham profundas similaridades, sendo possível destacar entre as várias características que as unem sua centralidade como representantes do capitalismo digital e das plataformas. Isso significa, como apresentado por autores como Evans (2017) e Moore e Tambini (2018), que essas EMNs compartilham os seguintes traços : a) excessivos valores de mercado; b) capacidade de gerar grandes riquezas utilizando poucos recursos, como baixa necessidade de mão de obra; c) não necessitam de grandes investimentos físicos (baixo *sunk cost*⁸); d) são passíveis de rápidas mudanças, inclusive em nível global pela dinâmica intrínseca de seu funcionamento; e) competem por atenção e publicidade, sendo frequentemente palco de inovações disruptivas; f) possuem uma alta relação com os dados e informações de seus usuários; g) são todas baseadas na costa leste americana; h) possuem controle significativo dos mercados digitais nos quais diversos *stakeholders* dependem, como outras companhias e consumidores; i) tem fundadores e CEOs dominantes; j) operam por modelos baseados em monetização não somente de seus serviços, mas também do seu poder de mercado, levando à atuação como cobrança de usuários e anunciantes; k) utilizam muitos produtos que não são rivais ou excludentes entre si, visto que usuários de plataforma podem utilizar várias dessas e transitar entre elas a baixo custo; l) atuam muitas vezes através de “bens de experiência”, de maneira que *“users need to try them and learn about them (from personal experience, experts, and peers) to judge their quality”* (MOORE; TAMBINI, 2018, P. 24); m) criam dinâmicas de redes (tanto diretas como indiretas), de forma que quanto mais usuários utilizam destes serviços mais benéfico será para todos, sendo ainda necessário um número mínimo para seu funcionamento, tendo como exemplo o modelo de vendas entre usuários da Amazon ou a vantagem de mais pessoas em uma rede de comunicações como o Facebook, de modo que:

“Larger platforms are more valuable to their participants to the extent they can connect more of each type of user with more of each other type of user. Telecommunications networks became more valuable to their participants as they expanded their reach because people who wanted to make calls could reach more people who could receive calls and vice versa.” (EVANS, 2017, P. 6)

Com respeito aos investimentos em inovação, cabe destacar que essas EMNs, através do acesso a quantias imensas de capital, operam em dinâmicas que somente são possíveis pelas posições nas quais consolidaram, sendo essa atuação perceptível pelas incessantes criações de novos produtos e serviços (GALLOWAY, 2017). Relacionado a isso, é importante ressaltar aqui a grande relevância dos CEOs nesse arranjo, tendo em mente que em todas essas EMNs, os ocupantes deste cargo são observados como celebridades/gênios, não somente sendo responsáveis pela atração de capital dessas companhias, mas também como promotores de ideias revolucionárias como grandes oportunidades e como as companhias do futuro. Como resultado dessa narrativa, essas EMNs não somente obtêm ganhos na relação com seus

⁸ Sunk Cost: Custos irrecuperáveis, como construção de edifícios, sugerindo que a recuperação de seus valores não é possível de maneira simples, fazendo com que seja mais custoso abandonar um investimento do que mantê-lo

usuários, tendo como grande exemplo dessa dinâmica Steve Jobs, mas também conquistam a capacidade de realizar investimentos em setores ou inovações que outras firmas não teriam aptidão: um caso exemplar são as entregas de compras através de drones⁹, que seriam consideradas insensatas sem a organização que essas empresas foram capazes de desenvolver.

Ademais, a estruturação de todos esses fatores leva essas corporações a operarem no que é chamado por Moore e Tambini (2018) de dinâmica de “*winner- take- all*”, de forma que essas EMNs desenvolvem padrões e infraestruturas que as colocam em posição central, resultando no domínio de pelo menos uma plataforma ou serviço. Esse tipo de arranjo cria uma gama de benefícios complementares à plataforma principal ou controle sobre novos mercados, diminuindo as chances de sua substituição (MOORE; TAMBINI, 2018) e permitindo a extensão de seu domínio para outros produtos. Exemplo dessa dinâmica pode ser visto na Google, que possui diversos serviços complementares ligados à sua plataforma principal, como o Maps, Drive, Youtube, Gmail, entre outros. Em razão deste modelo de ação, essas EMNs concorrem em níveis nos quais outras empresas muitas vezes não são capazes de acompanhar.

Aliado a isso, o negócio dessas EMNs favorece o estabelecimento do “*Switching Costs and Lock-In*”, que se resume nos custos de troca ao abandonar essas plataformas, tendo fatores como o tempo de adequação a um novo software, as conexões já previamente estabelecidas, ferramentas que são fruto de personalização, construção de reputação ou status (avaliações na Amazon, por exemplo), etc., de modo que tais elementos não impendem a troca, mas desestimulam movimentos de substituição dessas empresas (MOORE; TAMBINI, 2018).

Sendo assim, essas EMNs compõem ecossistemas com “super estruturas”, responsáveis por conectar diferentes partes da economia digital, onde cada parte envolve milhões ou bilhões de usuários (BUSTOS; CASTILLO, 2019). Posto isso, ao invés de competirem afim de estabelecer um monopólio, cada uma das firmas do GAFAM procuram desenvolver lideranças em sua própria plataforma. Dessa maneira, pode-se observar essas empresas baseadas em uma plataforma central ligada a outras complementares, que acabam por serem conectadas, criando ainda dependência daqueles *stakeholders* ligados a elas (WALTON, 2012).

Nesse modelo, como colocado por Bustos e Castillo (2019), a competição se dá por ecossistemas e não por produtos, como Facebook e Google que não competem por ferramentas de busca ou redes sociais, mas sim pela publicidade direcionada para os usuários por meio da inteligência de dados. Esse tipo de operação tem permitido que essas empresas sejam capazes de aprofundar seu poder estrutural, inibindo novos competidores e ao mesmo tempo conquistando espaço antes reservado às mídias comuns.

Outra estratégia para manutenção de seus ecossistemas, para além da constante inovação, é aquisição de potenciais concorrentes, como a compra do Youtube pela Google ou o Instagram e WhatsApp pelo Facebook. Essas EMNs tratam com prontidão o surgimento de novos participantes em mercados de seu interesse, sejam elas startups ou companhias consolidadas, seja para incorporação ou para eliminação (BUSTOS; CASTILLO, 2019), tendo como exemplo a retaliação ao Snapchat após não aceitar a proposta de compra do Facebook. Ademais, cabe argumentar inclusive que a compra do WhatsApp e Instagram pelo Facebook, que não retornam lucros imediatos, seria simplesmente para manter sua centralidade no ecossistema de comunicações, reforçando seu domínio. Assim, essas companhias somente veriam real competição entre elas mesmas, de forma que “*The Four are engaged in an epic race to become the operating system for our lives. The prize? A trillion-dollar-plus valuation, and power and influence greater than any entity in history.*” (GALLOWAY, 2017, P. 17).

Tratando agora a respeito de sua principal fonte de poder, podemos definir aqui a grosso modo que este é relacionado a seu acesso aos dados, de modo que essas EMNs procuram manter seu acesso a estas fontes através da garantia da manutenção do *status quo* das legislações sobre privacidade. Um exemplo claro desse arranjo está na criptografia moderna, as quais permitem a essas EMNs garantir a restrição do acesso aos dados de seus usuários pelo governo, de maneira que essas corporações justificam medidas como proteção contra uso indevido de dados pelo estado ou outros grupos, omitindo que os maiores interessados na utilização dessas informações são elas mesmas. Portanto, é possível sintetizar que a salvaguarda que essas empresas procuram nas disputas por privacidade é baseada em sua necessidade de garantir a manutenção do *status quo* na sua relação com os dados de seus usuários.

Em síntese, argumenta-se que “*the essence of GAFAM resides in the search, compilation and management of Big Data.*” (BUSTOS; CASTILLO, 2019, P. 812). Ainda que exista uma variação quanto ao grau de dependência na utilização de dados, todas se beneficiam amplamente do acesso às informações de seus usuários, seja por efeitos de rede, custo de substituição, desenvolvimento do sistema e outros,

⁹ BLOOMBERG. **Amazon recebe autorização para testar entrega por drone nos EUA.** Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/negocios/amazon-recebe-autorizacao-para-testar-entrega-por-drone-nos-eua/>>. Acesso em: 22/10/2020).

sendo o mais óbvio, o objetivo de marketing. Esse acesso permite o desenvolvimento de mapas com precisão superior aos de GPS ou a compreensão das preferências dos seus usuários, bem como das suas demandas atuais e futuras.

Mediante o exposto, esse arranjo coloca essas EMNs em posição de acesso a informações superior aos próprios governos, fazendo com que essas corporações assumam uma posição singular de poder, de modo a serem tão presente na infraestrutura das economias que acabam por fazer com que:

“A ligação de dependência entre algumas dessas plataformas e o consumidor é tão forte que podemos hoje equiparar a serviços públicos. Muitos canais governamentais, inclusive, utilizam de plataformas como Facebook e WhatsApp para comunicação entre cidadão e administração pública.” (PIGATTO, 2020, P. 19)

Isso posto, as plataformas oferecidas por essas empresas poderiam até ser consideradas como algo similar a *public goods*, ou seja, um bem que tem efeitos, de maneira geral, alinhados ao interesse comum, apresentando resultados benéficos para todos ou a maioria dos membros de uma comunidade. Uma especificidade deste tipo de bem (que também se aplica a essas EMNs) é que o uso por uma pessoa não impede o acesso nem reduz a disponibilidade para outras (não-excludente e não-rival), de forma que os usuários não podem ser impedidos de acessar e/ou usá-los por não pagarem por eles. Comumente, *public goods* são de titularidade do Estado, necessários ao desempenho de funções públicas, de maneira que a consolidação dessas EMNs em tal papel gera ganhos claros para seu domínio estrutural.

3. O CONTRAPONTO COM EMNS TRADICIONAIS: FONTE DO PODER ESTRUTURAL

Os estudos de economia política internacional chamam atenção para diferentes formas de poder: instrumental e estrutural. O primeiro diz respeito à capacidade de um agente convencer o outro a realizar algo que ele não faria caso contrário, seja por meio de coerção direta ou lobby. Já o poder estrutural, diz respeito à capacidade dos agentes moldar e determinar as estruturas da economia política global, criando incentivos e constrangimentos para o jogo econômico e político (STRANGE, 1987).

A partir dessa definição, tem-se como hipótese que a principal diferença entre as multinacionais tradicionais e as do capitalismo digital está em seu poder estrutural, que não somente advém de fonte diferentes, senão também que coloca um novo desafio para os estados, especialmente, em questões de regulação.

3.1 O poder das multinacionais tradicionais

Segundo Gilpin (2001), as empresas multinacionais podem ser caracterizadas por sua atuação em competições oligopolistas ou de mercados imperfeitos, ou seja, não são tomadoras de preços, mas sim definidoras, de forma a alterar o funcionamento dos mercados. São três as principais teorias que explicam a sua atuação: i) *Vernon's Product Cycle Theory*, que aponta os ciclos de um produto, de maneira que uma mercadoria inicialmente competiria em mercado nacional e posteriormente seria estendida para outros países, de modo que para atender as necessidades de manutenção de monopólio sob tal bem, essas firmas atuariam internacionalmente afim de evitar o desenvolvimento de uma concorrência estrangeira, preservando seus ganhos privilegiados; ii) *Dunning's and the Reading School's Eclectic Theory*, que destaca o papel da evolução tecnológica e da globalização sobre o desenvolvimento das multinacionais, tornando possível uma coordenação e capacidade administrativa não acessíveis anteriormente; e iii) *Porter's Strategic Theory* que se baseia na ideia de estratégia da firma, de modo que a atuação internacional estará relacionada a cadeia de valor, que influencia por sua vez de qual maneira a corporação organizará seus recursos pelos países tendo como base sua estratégia de competitividade, atuando sob questões como a demanda das empresas por mão de obra, serviços técnicos, localização estratégica para recursos, entre outros interesses.

Apesar dessas teorias descreverem a atuação das EMNs, elas não se dedicam a explorar as relações de poder. Ao avançarmos em âmbito mais próximo à economia política, temos as *teorias marxistas* que observam, em primeiro momento, a atuação de tais empresas à luz das exigências do sistema capitalista, isso é, firmas que buscam lucro e crescimento, de forma que tal comportamento levaria essas organizações a buscar atuação internacional. Como consequência, tem-se o desenvolvimento desigual em nível mundial,

permitindo às empresas de países mais avançados explorar e gerar lucros nas economias atrasadas, tendo de incentivo para expansão internacional fatores como, por exemplo, mão de obra barata em regiões mais pobres. Essa corrente dialoga com a vertente teórica dependencista latino-americana, que analisa o poder das multinacionais como resultado da competição dos estados do norte ao explorar os países do sul global.

Finalmente, temos também a “*teorias centradas no estado*” que concebem poder das multinacionais como uma concessão dos estados-nacionais, cuja atuação só é possível em um cenário político favorável. Essas teorias ressaltam que essas as EMNCs não podem ser analisadas exclusivamente por visões de mercado ou de estratégias das próprias firmas, uma vez que essas empresas dependem da manutenção de um arranjo internacional baseado em economias abertas e de liberalismo econômico. Nessa visão, a atuação dessas empresas se resume em firmas nacionais competindo ao redor do mundo, vendo estas como dependentes e inseparáveis de seus países de origem. Contudo, essas teorias não permitem entender as origens dos conflitos entre essas empresas e seus países de origem.

A principal abordagem que trata do poder das EMNs é a apresentada por Peter Dicken (2015), que busca observar os estados como agentes interessados em atração do investimento direto externo (IED). Nessa perspectiva, as firmas adquirem seu poder por meio da competição entre os países, que ampliam a capacidade de negociação dessas companhias. Posto isso, nesse sistema, caberia aos Estados definir os termos de acessos aos mercados e as regulamentações sob as quais as empresas atuarão, de modo que as multinacionais utilizam do seu poder de barganha com o objetivo de maximizar suas vantagens de flexibilização das regulamentações, ganho de subsídios, recebimento de benefícios fiscais, etc. Assim, quanto mais um país necessita renunciar suas exigências para atrair tais empresas, menor será seu poder de barganha. No entanto, devido à relação criada com o *Sunk Cost*, após o investimento inicial ser realizado, a balança do poder de barganha passa a ser facilitada ou mais benéfica para o Estado.

Nesse ponto, deve ser realizado uma breve sumarização da atuação prática dessas corporações, de maneira que Dicken (2015) sugere que multinacionais se resumem em uma competição de firmas nacionais em nível mundial e a expansão internacional ocorre em detrimento de duas finalidades, as que buscam atingir novos mercados e as que procuram ativos, como mão de obra mais barata ou proximidade a recursos naturais. Ademais, características básicas dessas corporações, que mesmo que variem em formas e tamanhos, se assemelham em: i) Serem um conglomerado de conexões complexas, tanto administrativas e produtivas; ii) Estão espalhadas através de diversas jurisdições e culturas. Devido a isso, afim de facilitar seu comportamento nos diferentes contextos em que a firma se inclui através do globo, o país de origem influencia diversas características da conduta dessas corporações e mantém-se como referencial nesse sistema complexo advindo da atuação em variados ambientes. Além disso, Dicken (2015) apresenta que multinacionais não são agentes tão globais como se é comumente compreendido e “*that the notion of the ‘global’ corporation is something of a myth.*” (DICKEN, 2015, P.168), definindo a atuação dessas companhias muito mais regionalmente. Ademais, busca discutir que a dinâmica intrínseca da organização dessas corporações entre Sede-Filiais demonstra a atuação realizada no exterior como uma mera expansão não autônoma, sendo coordenada com base em seu país de origem, tendo como fator claro dessa prática o P&D, que se localiza predominantemente no país natal (COHN, 2008).

3.2 O poder das multinacionais tradicionais

Prosseguindo para as teorias que têm como objetivo entender mais precisamente o funcionamento dessas novas corporações, entramos nas discussões a respeito do poder de plataforma. Aqui, vale ressaltar que não se nega as teorias tradicionais, mas sim busca-se compreender o que faz dessas companhias especiais entre as demais EMNs como, por exemplo a quase ausência de *Sunk Cost* nessas empresas e o “poder de plataforma”.

Em primeiro lugar, ao discutir essas companhias é necessário delinear ao que se refere “plataforma”, visto a ambiguidade e diversas formas de compreensão no termo. Entre as interpretações mais populares, vale destacar a de Culpepper e Thelen (2019), resumindo-as em empresas que atuam em papel intermediário, de modo conectarem requerentes a provedores, não sendo necessariamente elas as fornecedoras de tais serviços. Outros autores, como Gorwa (2019), estabeleceriam essa relação como:

The term [plataform] was then strategically deployed by certain companies, allowing them to brand themselves as platforms that facilitate access to user-generated content, but do not create it, and therefore should not be held liable for it (Gillespie, 2010). In recent years, the term has been adopted as shorthand both for the services provided by many technology companies, as well as the companies themselves (Srnicek, 2016). Acréscimo nosso (GORWA, 2019, P. 856)

De todo modo, em termos gerais essas EMNs podem ser vistas como plataformas intermediárias e em razão desse aparato organizacional, tais companhias são capazes de atingir uma economia de escala sem necessitar de posição monopolista, de forma a se beneficiarem através da relação direta aos usuários, integrando parte cotiada de suas vidas, estando ainda conectadas a seus dados, hábitos e diversas outras informações (CULPEPPER; THELEN, 2019). Essa organização criaria então aos usuários, em certo nível, um grau de dependência com tais instituições, gerando tamanha conexão que desenvolve, por fim, relevância singular ao poder de plataforma.

Não obstante, a relação com os usuários é um dos pontos mais complexos no desenvolvimento desses debates, de modo que Culpepper e Thelen (2019) apresentam a dicotomia desses agentes como maior ameaça e principal origem de poder dessas empresas. Como maior ameaça, se foca aqui que essas EMNs dependem não somente dos usuários como consumidores, mas também como base do poder de plataforma, devido a pontos como acesso aos dados e a dinâmica de redes. Já sobre a base de poder, se constrói que ao defender seus interesses individuais e as praticidades trazidas por essas organizações, esses usuários acabam por influenciar movimentos políticos contra causas como regulamentações que ameacem as conveniências das plataformas, sendo esses atores formidáveis para aumentos de poder dessas firmas. Devido a isso, diferente de setores tradicionais que desenvolvem, de certo modo, uma competição Firma-Consumidor, as empresas de plataforma operam de maneira que o poder não é utilizado contra os usuários, como pode ocorrer em um caso monopolista, mas sim é configurado como benéfico ao público que desfruta das inovações e praticidades desse arranjo (CULPEPPER; THELEN, 2019). Tal disposição configura um sistema de confiança e até proteção a essas empresas por parte dos usuários, existindo um consenso na atuação dessas firmas, desde que esta possua um alinhamento de interesses do consumidor, de forma que:

Consumers are unlikely to mobilize around this issue since they themselves are complicit in it. To update the famous observation of Upton Sinclair, it is difficult to get a person to understand something when the cheapness of their goods and services depends on their not understanding it. (CULPEPPER; THELEN, 2019, P.303)

Ademais, os autores apontam que enquanto a visão do usuário for concebida não como cidadão, mas como consumidor, ocorrerá a priorização da conveniência e inovação acima de questões como a regulamentação.

Van Dijck; Nieborg; Poell, (2019), por sua vez, observaram o poder de plataforma em relação à concentração e às assimetrias de mercado, sinalizando que a grande dificuldade criada por esses atores está no ambiente normativo. Dessa maneira, os autores defendem a necessidade de ampliação das concepções jurídicas e regulatórias para a atuação dessas corporações, sendo as principais preocupações: a) Uso dos dados; b) Habilidade de direcionar o tráfego online; c) capacidade de exercer controle sobre partes chamadas de “complementares” interessadas e dependentes da plataforma, como anunciantes e jornais; d) desenvolvimento de uma estrutura governada por essas corporações sob a infraestrutura dos usuários, que se tornam cada vez mais dependentes dessas multinacionais; e) potencial de interferir em questões sociais e democráticas.

Devido a isso, e nas linhas de Baumgartner (2009), cabe destacar que essas EMNs do capitalismo digital utilizam de seu poder estrutural afim de defender o *status quo*, visto que são privilegiadas por uma condição de auto-regulação. Dessa forma, essas empresas foram e estão sendo capazes de garantir suas agendas de auto-regulação através de suas capacidades estruturais, como o domínio sob a infraestrutura de telecomunicações, dados pessoais, posição como um *public good*, etc.

4. REGULAÇÕES E O FUTURO DO CAPITALISMO DIGITAL

Após os escândalos de vazamento de dados de Snowden e Cambridge Analytica, o poder estrutural das EMNs do capitalismo digital começa a ser questionado, abrindo um amplo debate sobre o ambiente regulatório das plataformas. Pigatto (2020) destaca que entre os estados que procuram operar pela maior intervenção no ambiente digital, é perceptível a ineficiência das leis vigentes e da falta de conhecimento técnico tanto dos usuários como de legisladores sobre o funcionamento das plataformas, bem como dos impactos da atuação dessas companhias e a profundidade de seu poder, o que acaba por dificultar o debate. Essas características como um todo, uma vez mais, favorecem o *status quo*, de modo que o poder dessas empresas, aliada a despreparação estatal, garantem a manutenção do seu modelo de operação.

Interessante destacar que o debate atual sobre regulamentação vai muito além das problemáticas ligadas aos dados e monopólio, chegando a colocar em xeque questões como o funcionamento das

legislações trabalhistas e dos direitos do consumidor, entre diversas outras, tendo como exemplo claro desta o caso da Uber:

Uber not only evades the regulations traditionally applicable to car-forhire services; it also evades labor law by posing as an app that links independent drivers—a posture that nobody seriously believes. Yet despite all of this, Uber continues to sign up drivers and riders at a furious pace—myself included—because its basic service and simple app are vastly superior to the coddled, protected taxi model. Uber has recognized that if na industry is broken enough, consumers will conspire to violate the law in favor of a far preferable service. And, in the long run, do you really think Congress is going to fight both Wall Street and millions of consumers? (GALLOWAY, 2017, P. 149)

Dessa forma, as dinâmicas de operação dessas corporações por si mesmas já tornam profundamente mais complexa sua regulamentação, e o apoio dos consumidores acaba por dificultar ainda mais mudanças no cenário estabelecido. Em razão disso, estados buscam atualmente medidas para o novo paradigma trazido por essas companhias, contudo, até o momento, as empresas têm atingido com maestria seus propósitos, o sistema continua pouco regulamentado e as regulações que são formuladas tem grande parte dos danos a essas firmas mitigados pela relação de poderes estabelecida. Junto a isso, a narrativa de que o aumento de regulamentação pode ser uma ameaça à liberdade e à privacidade dos usuários tem sido amplamente difundida por essas corporações.

4.1 A Dualidade Da Regulação

Antes de adentrarmos na dicotomia sobre existência ou não da necessidade de aumento do aparato regulador sobre a atuação dessas EMNs, vale discutir como o sistema regulatório se encontra atualmente. Pigatto (2020) explora que o arranjo contemporâneo está dividido em três grandes ramos: a) Os que operam pelo modelo de auto-regulação e não interferência, que se baseia majoritariamente em livre mercado e se traduz nos moldes de regulação e operação estadunidense, que “consequentemente prioriza suas transnacionais que procuram manter esse status através de lobby e outras formas de pressão” (PIGATTO, 2020, P. 159); b) Os que procuram atuar com intervenções regulatórias, sendo estes mais recentes, utilizando-se de ferramentas legislativas afim de compensar o modelo de operação americano tendo o propósito de não comprometer seu sistema nacional ao atuar pelos moldes de livre regulação, tendo como exemplos o caso europeu e brasileiro; c) O sistema do oriente, que existe tanto em oposição como isolamento em sua forma de operação, de maneira a ser completamente distinto, contando com serviços nacionais, censura, imposição governamental, substituição das empresas do capitalismo digital por versões locais, etc., sendo o mais característico desse modelo a China, que é notavelmente um arquétipo de intervenção autoritária.

De qualquer modo, iniciamos aqui o debate pelas linhas que são favoráveis a auto-regulamentação nesse novo contexto, tendo aqui as discussões a respeito do monopólio infinito dessas corporações, que afirmam que o poder monopolista no sistema no qual essas EMNs atuam é instável, pouco seguro e relativamente fácil de ser substituído. Vale ressaltar inicialmente que muitos dos fatores que garantem o poder a essas empresas não são exclusivas a nenhuma dessas firmas, visto que não são excludentes entre si, ou se quer geram garantias de insubstituibilidade. Mesmo que o acesso a dados, como já discutido, garante enorme poder a essas corporações, ainda assim, não impede a sua substituição, tendo como exemplos aqui o Orkut, o MSN, que já foram substituídos, ou o Tinder, que mesmo dispondo de grande quantia de informações pessoais de seus usuários não atinge tal posição de poder (EVANS, 2017). Desse modo, mesmo que dados sejam uma enorme fonte de poder, a simples capacidade de coleta não deve ser vista como fator suficiente para assegurar uma posição de centralidade, de modo a ilustrar que o capitalismo digital não seria especialmente capaz de desenvolver barreiras infinitas para competição.

Junto a isso, tem-se como exemplo dentro da própria dinâmica das empresas digitais que a primeira “gang dos quatro” (Intel, Microsoft, Cisco e Dell) perderam sua centralidade ao serem substituídas pelos novos quatro (WALTON, 2012). Em razão disso, ao observar essas empresas como imparáveis e como necessárias de medidas de regulamentação, negligencia-se, na linha de Evans (2017), fatores como a própria dinâmica de atuação e o modelo de operação pelo qual essas companhias existem, de forma que características como competição de ecossistema, necessidade de inovações constantes, não primordialidade de economias escala, etc., colocariam essas empresas do capitalismo digital em cenário de competição que as obriga a concorrer entre si constantemente, tecendo um sistema que se auto regula em diversas características. Como resultado, e como já aconteceu previamente, essas empresas não se encontrariam em cenário de garantia eterna de monopólio, de maneira que:

None of these firms look remotely ready or able to settle into the quiet life of monopoly. More likely, they will be forces of competition, and disruption, throughout the economy, as the incipient revolutions in physical retail, transportation, and voice-activated platforms relying on artificial intelligence (to name just a few examples) show.

That doesn't mean that competition authorities should take naps. Like all firms, online platforms may engage in unlawful collusion or monopolization. They may attempt mergers and acquisitions that could harm competition. Some online firms may have significant market power in particular lines of commerce and abuse that market power, through unilateral or vertical practices, to squelch competition. Evidence-based analysis, sharply focused on whether there is harm to consumers, and an understanding of the history and economics of online rivalry, however, should inform vigilance over the digital economy. (EVANS, 2017, P. 5)

Entre os possíveis sucessores, diversas companhias são passíveis de assumir parte do controle do capitalismo digital, inclusive novas corporações. Recentemente, atenção especial tem sido dada às companhias asiáticas (GALLOWAY, 2017), seja pela nova concorrência entre companhias como Xiaomi e Apple ou Facebook e TikTok. Independente disso, os prazos são incertos e os concorrentes mais propícios ainda não são claros, mas a existência da expectativa de substituição é evidente.

Caminhamos agora para os argumentos contrários à auto-regulamentação e que observam aumento da regulação como uma necessidade. A princípio, vale destacar que estas linhas enfrentam algumas dificuldades centrais, sendo a primeira delas o sistema de auto-regulação estadunidense, visto que mesmo que essas EMNs atuem em um sistema global (contendo governanças nacionais, multinível, multisetorial, multilateral e multirregional), o fato de que grande parte dessas companhias do capitalismo digital sejam norte-americanadas é especialmente relevante para gerar incentivos à manutenção do sistema de não regulamentação em outros países (PIGATTO, 2020). Sendo assim, em suma, pela relação dessas EMNs com os EUA, existe um esforço estadunidense em privilegiar a atuação internacional dessas companhias em moldes de auto-regulação, de forma que essas firmas desfrutem desses benefícios advindos do alinhamento de seus interesses aos objetivos que o estado hegemônico almeja alcançar, sejam estes econômicos, centralidade de inovação e telecomunicações, etc.

Dado o contexto apresentado, os países que escolheram operar por um sistema de maior regulamentação buscam argumentar que sua atuação se baseia em compensar e garantir que o modelo de auto-regulação estadunidense seja reduzido em seus países, visto que “a preponderância de parte do setor privado, representado pelas grandes transnacionais de tecnologia, existe a partir da ‘permissão’ ou da não-regulação do Estado americano, o que demanda de outros países ações regulatórias” (PIGATTO, 2020, P. 101).

Ainda nessa linha, um segundo ponto é a não eficiência das novas regulamentações para modificar o comportamento dessas EMNs, destacando-se uma vez mais que as mudanças pouco afetaram as práticas dessas corporações. Além disso, mesmo quando colocadas em prática, acabam por gerar efeitos marginais para as gigantes da tecnologia, especialmente no curto prazo:

Em primeiro lugar, podemos observar que os valores de multas aplicadas, apesar de serem significativos para as autoridades de proteção de dados, são pequenos frente a receita que essas empresas possuem. Logo no início de 2019, o Google foi multado com base na GDPR em US\$57 milhões por uma autoridade francesa, por não esclarecer adequadamente aos usuários como os dados são coletados em seus serviços para apresentar anúncios personalizados (SATARINO, 2019). A receita da Alphabet em 2018 foi de US\$136,8 bilhões (ANNUAL..., 2019), enquanto o lucro líquido da empresa foi de US\$30,7 bilhões (CLEMENT, 2019), ou seja, a multa corresponde a 0,18% desse lucro anual. Outro fator da GDPR que contribui ainda mais para fortalecer o duopólio Google/Facebook é o fato de que o custo para essas empresas se adaptarem aos requisitos da legislação são baixos, frente ao que pequenas empresas e startups gastariam para ficar em conformidade com a lei. (PIGATTO, 2020, P. 91)

Sendo assim, aliado ao desinteresse dessas EMNs em mudar seus hábitos, existem inclusive desafios práticos para tais mudanças, de modo que os estados, mesmo sendo soberanos e capazes de normatizar o sistema sob o qual essas firmas operam, ainda não são capazes de acompanhar com prontidão as alterações

trazidas por essas corporações. Cabe ainda ressaltar uma vez mais que os *framings*¹⁰ regulamentativos operam de maneira que não são aptos à conceber conjuntamente as múltiplas adversidades trazidas simultaneamente por essas EMNs, que afetam temáticas como, por exemplo, legislação do consumidor, antitruste, leis trabalhistas, privacidade, entre outras, demonstrando que o arranjo institucional usualmente utilizado não é mais suficiente.

4.2 Sistema presente e o destino da regulamentação

Apesar das colocações acima, a partir de muitas análises, ambos extremos a respeito da regulação parecem não ser ideais, de maneira que o atual sistema de concorrência pode garantir que essas empresas tenham possibilidade de substituição e uma atuação em um sistema de auto-regulação entre si, mas ainda assim, esse arranjo não significa que nenhuma regulação deva ser estabelecida e que a livre atuação deva ser o caso (MOORE; TAMBINI, 2018). Entre os maiores prejudicados pelo sistema atual seriam aqueles que têm poucas capacidades de fazerem frente a essas EMNs, sendo esses os que são chamadas por Moore e Tambini (2018) como “vítimas da destruição criativa dessas corporações”, como pequenas empresas que são englobadas pelos seus ecossistemas, consumidores que sofrem, por exemplo, com violações de direitos de privacidade, aqueles que têm legislações flexibilizadas pelo modo de operação dessas companhias, entre outros. Sendo assim, muitas das medidas que são observadas como mais plausíveis seriam a adaptação das regulações para a nova dinâmica e nova realidade de atuação trazida por essas companhias, além de uma maior transparência em suas operações, permitindo melhora tanto para aos usuários como aos legisladores tomarem decisões com conhecimento sobre as informações e termos aos quais concordam.

Independente disso, enquanto esse sistema de regulação não for estabelecido e os elevados incentivos de manutenção do *status quo* se manterem, auxiliados pelo poderio dessas corporações, essas EMNs não precisam se preocupar em utilizar do seu poder instrumental para influenciar os termos de mudanças para o novo sistema mais regulado (apesar das ocorrências recentes como as novas legislações, suas mudanças não são grandes o suficiente para gerarem alterações significativas), visto que o modelo de auto-regulação tenderá a se manter enquanto essas empresas forem capazes de operar através do poder estrutural/plataforma. Não somente, como garantirão até o momento desse câmbio de paradigma suas capacidades em influência política, dominância em seus ecossistemas e nos valores de mercado, além da mais importante centralidade na dinâmica atual do capitalismo, na economia e na estrutura do sistema contemporâneo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As discussões sobre as empresas do capitalismo digital revelaram que essas companhias possuem um arranjo de atuação diferente das firmas tradicionais. Em termos gerais, se observa que essas EMNs, mesmo que apresentem características similares a multinacionais clássicas, manifestam diferenciações advindas em especial do seu modelo de operação, que garante a essas empresas um poder estrutural que é fruto, por exemplo, de sua relação próxima a seus usuários e seu acesso a extensas bases de dados, configurando o poder de plataforma, que é exclusivo a essas empresas. Ademais, visto que essas EMNs atuam em competição de ecossistemas, acabam por desenvolver um modelo de atuação novo, no qual pontos como inovação constante, dinâmica de redes e não necessidades de economia de escala são intrínsecos ao paradigma que desenvolveram. Importante notar também que os múltiplos papéis desempenhados por essas empresas, seja como meios de informação e notícias, redes de conexões pessoais ou agentes de telecomunicação, podem até mesmo ser considerados como bens públicos.

Por fim, no que diz respeito ao monopólio infinito e regulamentação, existe em ambos casos uma dicotomia entre aqueles que defendem maior ação governamental e os que observaram como desnecessário, visto o próprio sistema competitivo no qual essas firmas operam. Sobre o monopólio dessas firmas, vale dizer que essas EMNs, apesar de seus vários mecanismos de garantia de centralidade, não se encontram em posição de insubstituibilidade tendo em mente fatores como a alta competição por ecossistema entre as próprias empresas do capitalismo digital, a necessidade constante de inovação, baixas barreiras de entrada, dinâmica de redes, etc., de forma que a pergunta essencial não é se elas serão substituídas, mas sim por quem e quando. Já sobre as regulamentações, é possível afirmar a existência de

¹⁰ Processo de enquadramento, recorte, maneira ou forma como um problema é expresso.

uma fragmentação de modelos, de modo a serem separados especialmente entre aqueles que atuam mais próximos da auto-regulação e aqueles que procuram compensar a ausência de regulação com novas legislações. Independente disso, regulações não têm sido eficientes e essas firmas tem sido capazes de manter através da dinâmica de poder o *status quo* na maior parte dos casos, além de operar reduzindo os efeitos negativos das mudanças quando ocorrem, criando um paradigma que, somado a não prontidão estatal para lidar com os problemas criados pelo capitalismo digital, tende a ocorrência de poucas mudanças significativas que afetem negativamente essas firmas no futuro próximo.

Referências bibliográficas

BAUMGARTNER, FRANK; BERRY, JEFFREY; HOJNACKI, MARIE; KIMBALL, DAVID; LEECH, BETH. **Lobbying and Policy Change: Who Wins, Who Loses, and Why**. Chicago and London: The University of Chicago Press, 2009.

BUSTOS, JUAN; IZQUIERDO-CASTILLO, JESSICA. **Who Will Control The Media? The Impact Of GAFAM On The Media Industries In The Digital Economy**. p. 803–821, Revista Latina de Comunicación Social, 74 2019.

COHN, THEODORE H. **Global Political Economy**. 6. ed. Simon Fraser University: Pearson Education, Inc, 2008.

DICKEN, PETER. **Global Shift: Mapping The Changing Contours Of The World Economy**. Setima ed. New York: THE GUILFORD PRESS, 2015.

EVANS, DAVID S. **Why The Dynamics Of Competition For Online Platforms Leads To Sleepless Nights, But Not Sleepy Monopolies**. n. Revision of July, University College London 2017.

GALLOWAY, SCOTT. **The Four: The hidden DNA Of Amazon, Apple, Facebook, And Google**. New York: Portfolio/Penguin, 2017.

GILPIN, ROBERT. **Global Political Economy: Understanding The International Economic Order**. Princeton: Princeton University Press, 2001.

GORWA, ROBERT. **What Is Platform Governance? Information, Communication & Society**. p. 854–871, 2019.

MOORE, MARTIN; TAMBINI, DAMIAN. **Digital Dominance The Power of Google, Amazon, Facebook, and Apple**. United States of America: Oxford University Press, 2018.

PIGATTO, JAQUELINE. **O Papel Das Corporações Transnacionais Na Governança Global Da Internet: Google E Facebook Nas Discussões Sobre Neutralidade Da Rede E Política De Dados (2013-2018)**. São Paulo: 2020

STRANGE, SUSAN. **The Persistent myth of lost hegemony**. International Organization 41, 4, Autumn 1987.

THELEN, KATHLEEN; CULPEPPER, PEPPER D. **Are We All Amazon Primed? Consumers and the Politics of Platform Power**. v. 53(2), p. 288– 318, 2019.

VAN DIJCK, JOSÉ; NIEBORG, DAVID; POELL, THOMAS. **Reframing Platform Power Internet Policy, Internet Policy Review**. v. 8, p. 1–18, 2019.

WALTON, NIGEL. **Four-Closure: How Amazon, Apple, Facebook & Google Are Driving Business Model Innovation**. United Kingdom, University of Worcester 2012.