

XII CONGRESSO RECAJ-UFMG

ESTADO, GOVERNANÇA, DEMOCRACIA E VIRTUALIDADES

VALTER MOURA DO CARMO

WILSON DE FREITAS MONTEIRO

MARCO ANTÔNIO SOUSA ALVES

E79

Estado, governança, democracia e virtualidades [Recurso eletrônico on-line] organização XII Congresso RECAJ-UFMG: UFMG – Belo Horizonte;

Coordenadores: Valter Moura do Carmo, Marco Antônio Sousa Alves e Wilson de Freitas Monteiro – Belo Horizonte: UFMG, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-369-6

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

Tema: As novas fronteiras tecnológicas do acesso à justiça e os direitos fundamentais digitais em perspectiva crítica.

1. Direito e Tecnologia. 2. Acesso à justiça. 3. Direitos fundamentais digitais. I. XII Congresso RECAJ-UFMG (1:2021: Belo Horizonte, MG).

CDU: 34



Faculdade de Direito da UFMG
Programa de Pós-Graduação em Direito

skema
BUSINESS SCHOOL

XII CONGRESSO RECAJ-UFMG

ESTADO, GOVERNANÇA, DEMOCRACIA E VIRTUALIDADES

Apresentação

É com muita alegria que o Programa RECAJ-UFMG – Acesso à Justiça pela Via dos Direitos e Solução de Conflitos da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Minas Gerais, a SKEMA Business School Brasil e o Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito – CONPEDI tornam público à comunidade científica o conjunto dos oito livros produzidos a partir das discussões dos Grupos de Trabalho do XII Congresso RECAJ-UFMG, que teve por tema central “As novas fronteiras tecnológicas do acesso à justiça e os direitos fundamentais digitais em perspectiva crítica”.

As discussões nos Grupos de Trabalho ocorreram em ambiente virtual ao longo dos dias 25 e 26 de novembro de 2021, dentro da programação que contou com grandes nomes nacionais e internacionais da área, além de cento e quarenta e dois pesquisadoras e pesquisadores inscritos no total, provenientes de treze Estados da federação (Alagoas, Amazonas, Bahia, Distrito Federal, Espírito Santo, Minas Gerais, Piauí, Paraná, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Sergipe e São Paulo). Marcando um momento em que a terrível pandemia da COVID-19 finalmente dá sinais de apaziguamento, o que somente foi possível por conta da ciência, da vacinação em massa e do trabalho valoroso de todos os profissionais do Sistema Único de Saúde, o evento trouxe, após hiato de quase dois anos, painéis científicos presenciais na nova (e bela) sede da SKEMA Business School Brasil no bairro Savassi em Belo Horizonte-MG.

Os oito livros compõem o produto principal deste congresso, que há mais de uma década tem lugar cativo no calendário científico nacional. Trata-se de coletânea composta pelos cento e seis trabalhos aprovados e que atingiram nota mínima de aprovação, sendo que também foram submetidos ao processo denominado double blind peer review (dupla avaliação cega por pares) dentro da plataforma PublicaDireito, que é mantida pelo CONPEDI. Os oito grupos de trabalho geraram cerca de seiscentas páginas de produção científica relacionadas ao que há de mais novo e relevante em termos de discussão acadêmica sobre diversos temas jurídicos e sua relação com a tecnologia: Acesso à Justiça e Tecnologias do Processo Judicial; O Direito do Trabalho no século XXI; Estado, Governança, Democracia e Virtualidades; e Tecnologias do Direito Ambiental e da Sustentabilidade. No dia 26, serão abordados os seguintes temas: Formas de Solução de Conflitos e Tecnologia; Direitos Humanos, Gênero e Tecnologias do Conhecimento; Inteligência Artificial, Startups, Lawtechs e Legaltechs; e Criminologia e cybercrimes.

Os referidos Grupos de Trabalho contaram, ainda, com a contribuição de vinte e quatro proeminentes pesquisadores ligados a renomadas instituições de ensino superior do país, dentre eles alguns mestrandos e doutorandos do próprio Programa de Pós-graduação em Direito da UFMG, que indicaram os caminhos para o aperfeiçoamento dos trabalhos dos autores. Cada livro desta coletânea foi organizado, preparado e assinado pelos professores e pós-graduandos que coordenaram os trabalhos.

Nesta esteira, a coletânea que ora se apresenta é de inegável valor científico. Pretende-se, com esta publicação, contribuir com a ciência jurídica e com o aprofundamento da relação entre a graduação e a pós-graduação, seguindo as diretrizes oficiais da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES. Importante lembrar, ainda, da contribuição deste congresso com a formação de novos pesquisadores na seara interdisciplinar entre o Direito e a tecnologia, uma vez que o número de graduandos que apresentaram trabalhos de qualidade foi expressivo. Destaca-se a presença maciça de pesquisadores do Estado do Amazonas, especialmente os orientandos do Professor Doutor Valmir César Pozzetti vinculados à Universidade Federal do Amazonas e à Universidade Estadual do Amazonas.

O Programa RECAJ-UFMG, que desde 2007 atua em atividades de ensino, pesquisa e extensão em acesso à justiça pela via dos direitos e soluções de conflitos, nos últimos anos adota linha investigativa a respeito da conexão entre o acesso à justiça e a tecnologia, com pesquisas de mestrado e doutorado concluídas. Em 25 de junho deste ano, celebrou um termo de cooperação técnica com o Grupo de Pesquisa Normative Experimentalism and Technology Law Lab – NEXT LAW LAB da SKEMA Business School Brasil, que prevê o intercâmbio permanente das pesquisas científicas produzidas pelo NEXT LAW LAB e pelo Programa RECAJ-UFMG na área do Direito e Tecnologia, especialmente as voltadas ao estudo do acesso tecnológico à justiça e a adoção da inteligência artificial no campo do Direito. Desta parceria nascerá, seguramente, novos projetos importes para a comunidade científica deste campo.

Com o sentimento de dever cumprido, agradecemos a todas as pesquisadoras e pesquisadores pela inestimável contribuição e desejamos a todos uma ótima e proveitosa leitura!

Belo Horizonte-MG, 28 de novembro de 2021.

Prof. Dr^a. Adriana Goulart de Sena Orsini

Coordenadora do Programa RECAJ-UFMG

Prof^a. Dr^a. Geneviève Daniele Lucienne Dutrait Poulingue

Reitora – SKEMA Business School - Campus Belo Horizonte

Prof. Dr. Edgar Gastón Jacobs Flores Filho

Coordenador dos Projetos de Direito da SKEMA Business School Brasil

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara

Professor da SKEMA Business School Brasil e Pós-doutorando vinculado ao Programa RECAJ-UFMG

**A FEDERAL TRADE COMMISSION CONTRA O FACEBOOK: INTERFACES
ENTRE DIREITO À PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DA CONCORRÊNCIA**
**THE FEDERAL TRADE COMMISSION AGAINST FACEBOOK: INTERFACES
BETWEEN RIGHT TO PRIVACY AND COMPETITION POLICY**

Mariana Moutinho Fonseca ¹

Resumo

O presente trabalho pretende investigar a atuação da Federal Trade Commission (FTC), agência reguladora responsável pela proteção ao consumidor e pela defesa da concorrência nos Estados Unidos, na regulação das plataformas digitais. Com base em uma análise dos casos da FTC contra o Facebook, busca-se compreender de que forma a agência está coordenando essas duas competências.

Palavras-chave: Federal trade commission, Privacidade, Competição

Abstract/Resumen/Résumé

This work seeks to investigate the role of the Federal Trade Commission (FTC), a regulatory agency responsible for consumer protection and promotion of competition in the United States, in the regulation of digital platforms. Based on the analysis of FTC cases against Facebook, I aim to understand how the agency is coordinating those two competences.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Federal trade commission, Privacy, Competition

¹ Mestre em Direito pela Universidade de Brasília (UnB). Especialista em Regulação na Agência Nacional de Telecomunicações.

1. Introdução

As plataformas digitais têm desempenhado um protagonismo na sociedade de informação, com um modelo de negócio baseado na extração, armazenamento e processamento de quantidades massivas de dados pessoais em troca do acesso a serviços digitais de intermediação entre conjuntos de usuários distintos, porém interdependentes, ou entre usuários e empresas (OCDE, 2019). Tais serviços de intermediação são providos em troca de acesso a dados dos usuários por meio de um extensivo aparato de vigilância privada, a partir dos quais essas empresas constroem perfis psicológicos detalhados com base em informações adquiridas da vida cotidiana de seus usuários para então tomar decisões relacionadas a acesso a crédito, customização de produtos e serviços, sugestões de consumo e uma série de outras decisões capazes de influenciar nossas vidas (SOLOVE, 2004), ou vendê-las em mercados futuros comportamentais (ZUBOFF, 2019). Por outro lado, há uma grande concentração de grandes bases de dados nas mãos de poucas companhias, graças a um intenso processo de concentração ocorrido nas últimas décadas nesse mercado, bem como, por conta de características que lhe são próprias, como a forte sensibilidade a efeitos de rede. Nesse sentido, autoridades públicas ao redor do mundo e entidades da sociedade civil vem se debruçando sobre os desafios regulatórios trazidos por esse novo modelo de negócio.

Nos Estados Unidos, a *Federal Trade Commission* (“FTC”) emerge como possivelmente a mais relevante autoridade regulatória federal no debate sobre regulação de plataformas digitais, devido à sua missão dualística com a missão de proteger consumidores americanos, por meio do combate a práticas enganosas e injustas que possam lhes causar danos e pela salvaguarda da justa competição, de modo a evitar práticas econômicas abusivas relacionadas à dominação de mercados e incentivar a inovação. O presente trabalho busca investigar a atuação da FTC na regulação das plataformas digitais no âmbito de suas competências relacionadas à privacidade do consumidor e à proteção da concorrência. A partir do estudo mais aprofundado dos casos abertos pela Comissão contra o Facebook, busca-se compreender como esses dois campos de atuação tem se relacionado.

2. A atuação da Federal Trade Commission na regulação de plataformas digitais

A FTC é uma agência federal estadunidense. Como agência independente, a FTC possui maior autonomia do Poder Executivo em comparação às denominadas agências executivas, com seus cinco comissários sendo escolhidos pelo Chefe do Executivo e aprovado pelo Senado Federal para um mandato de sete anos. A remoção desses

comissários somente pode ocorrer mediante justificativa (“*for cause*”), o que garante uma relativa proteção contra pressões políticas.

Diferentemente de outras agências reguladoras, como a *Environmental Protection Agency* (“EPA”) ou a *Food and Drug Administration* (“FDA”), cujo arcabouço regulatório baseia-se na edição de regulamentos, a FTC tem adotado uma política regulatória fortemente assentada na atividade de *enforcement*, com a abertura de casos contra empresas potencialmente violadoras do FTC Act e de outras leis cuja fiscalização é de competência da Comissão, em detrimento do exercício de seu poder regulamentar. Devido à ampla autoridade conferida especialmente pela Seção 5 do *Federal Trade Commission Act* (FTC Act), que autoriza a Comissão a agir contra aqueles que praticam métodos desleais de competição (“*unfair methods of competition*”) bem como práticas desleais e enganosas em relação ao consumidor (“*unfair and deceptive practices*”). Em verdade, uma significativa parte da atuação da FTC tem tido fundamento jurídico na Seção 5 do FTC Act. A FTC vem desempenhando um papel chave no debate americano sobre regulação de plataformas digitais. O duplo mandato para proteção dos consumidores e da concorrência dá à agência uma posição privilegiada desse complexo mercado e representa uma oportunidade para o desenvolvimento de políticas regulatórias mais coordenadas e consistentes.

Apesar de não haver uma lei geral de proteção de dados nos Estados Unidos, a FTC vem atuando de forma crescente na defesa da privacidade com fundamento no amplo mandato garantido pela Seção 5 do FTC Act para o combate de práticas desleais e enganosas que podem causar danos ao consumidor. A linguagem aberta do dispositivo em questão tem permitido a constante evolução de quais práticas seriam consideradas como tais e, com isso, uma crescente expansão da autoridade da Comissão, inclusive com a chancela do Poder Judiciário¹. Além disso, a FTC é responsável pelo *enforcement* de leis setoriais específicas de proteção à privacidade como o *Children’s Online Privacy Protection Act* (“COPPA”) e o *Fair Credit Reporting Act* (“FCRA”). A partir da abertura de sucessivos casos para investigação de violações à privacidade desde os anos 1990s, a FTC vem desenvolvendo uma rico e complexo corpo de acordos de privacidade (“*consent orders*”) firmados com as empresas desviantes que se assemelha ao *common law* (SOLOVE, HARTZOG, 2014). Caso haja descumprimento dos termos dessas *consent*

¹ Veja, por exemplo, o caso *FTC v. Wyndham Worldwide Corp.* em que a Corte de Apelações do Terceiro Circuito concluiu que a FTC tinha competência para regulação de cibersegurança com fundamento na Seção 5 do FTC Act.

orders, a FTC pode aplicar sanção de multa à empresa desviante. Se nos primórdios de sua atuação em matéria de privacidade a FTC tinha como foco principal o *enforcement* das promessas feitas por empresas em suas políticas de privacidade disponíveis em seus *websites*², mais recentemente a Comissão vem entendendo que devem ser dadas condições aos consumidores condições para que eles façam escolhas de privacidade mais conscientes, o que inclui detalhamento mais claro e simples sobre coleta, manipulação de dados compatíveis com as expectativas dos consumidores³, escolhas de design que não os coloquem em erro⁴ e investigações relacionadas a vazamentos de dados pessoais⁵. Pela ampliação de sua competência ao longo das últimas décadas, a FTC tem sido vista como uma autoridade de proteção de dados pessoais *de facto* nos Estados Unidos em âmbito federal (SOLOVE, HARTZOG, 2014; HOOFNALGE, 2016).

Ademais, a FTC atua, juntamente com o *Department of Justice* (“DOJ”), na proteção da concorrência no mercado estadunidense. A Comissão, em particular, é responsável pela análise *ex ante* de operações societárias que possam implicar uma maior concentração de mercado, também atuando em investigações de práticas anticompetitivas, como discriminação de preço, restrições horizontais e métodos desleais de competição. Apesar do mandato amplo conferido pelo *FTC Act* para atuação contra práticas anticompetitivas, a Comissão historicamente ao longo do século XX teve uma atuação antitruste tímida, particularmente no que diz respeito ao enquadramento de condutas como métodos desleais de competição previsto na Seção 5 do *FTC Act*, o que é creditado à interpretação ampla do *Sherman Act* e do *Clayton Act* desenvolvida nas cortes à época, de modo que a maior parte dos processos antitrustes tinham como fundamento essas duas leis (KOVACIC, WINERMAN, 2010). Essa também é a visão de Tim Wu (2016) e Terrell McSweeney (2017), para os quais a Comissão teria seguido, nas últimas décadas, uma política de autocontenção em matéria de antitruste, devido ao receio de agir contra “falsos-positivos” e, com isso, limitar inovação e a criação de novos modelos de negócios. Nesse sentido, se a FTC, por um lado, enveredou esforços para expandir sua autoridade em matéria de privacidade online dos consumidores, o mesmo não ocorreu no campo da concorrência. Com efeito, os comissários da FTC, até a abertura do caso contra o Facebook em 2020, vinham sendo bastante conservadores ao lidar com a indústria

² **In the Matter of GeoCities** File No. 9823015 e **In the Matter of Eli Lilly** File No. 0123214.

³ **In the Matter of Sears Holding Management Corporation** File No. 0823099e **FTC v. Vizio, Inc. and Vizio Inscape Services, LLC**, Case 2:17-cv-00758

⁴ **In the Matter of Facebook, Inc** No. 0923184.

⁵ **In the matter of Uber Technologies, Inc.** File No. 1523054.

tecnológica, dada a dinamicidade dos mercados digitais e acelerado ritmo de inovação. Em verdade, desde a ação do DOJ contra a Microsoft nos anos 1990 não se viu outro “*big case*” em matéria de direito antitruste contra gigantes da tecnologia. O processo contra a Microsoft não levou à quebra do grupo econômico, mas viabilizou a emergência de outros atores como Google, Facebook e Amazon que agora, ironicamente, são acusados de adotarem práticas anticompetitivas. Embora tenha aberto uma investigação contra o Google em 2011 para apurar se a ocorrência de alterações na página de resultados do Google era danosa a buscadores concorrentes, em particular buscadores verticais⁶. Estes alegavam que o Google removia da primeira página de resultados esses buscadores e dava ênfase em seus próprios serviços, além de mostrar conteúdos de concorrentes como resenhas sobre restaurantes e produtos sem a devida compensação, uma prática conhecida como “*scraping*”⁷. No entanto, a FTC considerou que as mudanças de design, apesar de terem causado impacto negativo em concorrentes, não ocorreram de forma propositada, mas em decorrência de melhorias implementadas pelo buscador do Google para aprimorar a experiência dos seus usuários. Nada obstante, determinou que o Google deveria se abster de replicar informações extraídas desses buscadores.

Similarmente, a FTC autorizou uma série de fusões e aquisições, sendo as mais proeminentes a aquisição pelo Google da DoubleClick, uma empresa que operava no mercado de propaganda digital, e as aquisições do WhatsApp e do Instagram pelo Facebook. Tais casos levantaram questões sobre consequências para a privacidade dos usuários, tendo em vista a possibilidade de agregação de um amplo volume de dados por um mesmo grupo econômico, levando a novas possibilidades de processamento de dados e, conseqüentemente, novas possíveis inferências e busca de padrões sobre os usuários dos serviços (OKULIAR, OHLHAUSEN, 2015). Os efeitos da concentração de grandes bases de dados nas mãos de poucas empresas de tecnologias foi objeto de debate no caso Google/DoubleClick. No entanto, a FTC decidiu pela viabilidade da aquisição por considerar a DoubleClick não eram competidores diretos no mercado de propaganda digital e que tal mercado tenderia a crescer nos anos seguintes⁸. No que diz respeito à privacidade, a Comissão entendeu de forma majoritária que esta matéria não era afeta à

⁶ Buscadores verticais, como Catho, Kayak e Trovit, focam em buscas relacionadas a um tipo específico de conteúdo, ao passo que buscadores ditos horizontais cobrem qualquer tipo de busca, sendo alguns deles o próprio Google, Bing e Yahoo.

⁷ **In the Matter of Google Inc.**, File No. 111-0163 (Statement of the Federal Trade Commission Regarding Google’s Search Practices).

⁸ **Google/DoubleClick**. File No. 071-0170 (Statement of Federal Trade Commission).

análise antitruste, embora, em voto vencido, a Comissária Harbour tenha expressado preocupações quanto à exacerbação de efeitos de rede com a combinação de grandes bases de dados, pela criação de uma vantagem competitiva exacerbada em relação a outros buscadores e pelos potenciais danos à privacidade de consumidores, uma vez que plataformas digitais operam em mercados de múltiplos lados, sendo necessário observar como essa operação impactaria em cada um dos lados⁹. Os últimos anos, contudo, foram marcados por um crescente questionamento sobre o acúmulo de poder sobre o fluxo de informações nas mãos de poucas plataformas digitais, particularmente pela influência no exercício da liberdade de expressão, manipulação de informações e, em última análise no regime democrático, levando autoridades regulatórias ao redor do mundo a serem pressionadas a buscar soluções. Nesse contexto, considera-se que a análise dos três casos abertos pela FTC contra o Facebook ao longo da última década – dois em matéria de privacidade e um em matéria de direito antitruste - auxilia a compreender essa nova abordagem no que diz respeito à regulação de plataformas digitais.

3. A FTC contra o Facebook: um estudo de caso

A primeira investigação aberta contra o Facebook tornou-se pública em 2011, tendo como alvo principal a coleta e o compartilhamento de dados de usuários com aplicativos desenvolvidos por terceiros, mas acessados por meio da rede social. De acordo com a Comissão, o Facebook violou a seção 5 do *FTC Act* ao descumprir os termos de sua política de privacidade e agir em consonância com informações trazidas na própria página de configurações de privacidade e postagens no blog da rede social, ao dar ciência sobre os dados que poderiam ser objeto desse compartilhamento, além de alguns desses aplicativos coletarem mais dados do que necessário para seus objetivos. A FTC e o Facebook celebraram um acordo em que a companhia se comprometeu a adotar uma série de medidas como o estabelecimento de um amplo programa de privacidade e realização de avaliações periódicas por agentes independentes pelo período de vinte anos, período no qual a Comissão monitoraria o cumprimento da *consent order*¹⁰.

No período de 2012 e 2018, a FTC não empreendeu nenhuma medida adicional contra o Facebook. No entanto, com o escândalo da Cambridge Analytica, em que dados de usuários do Facebook através do aplicativo “This is Your Digital Life” foram indevidamente processados para fins políticos no contexto das eleições presidenciais dos EUA em 2016, a FTC abriu uma nova investigação contra o Facebook. A Comissão

⁹ **Google/DoubleClick**, File No. 071-0170 (Dissenting Statement of Commissioner Pamela Jones Harbour).

¹⁰ **In the Matter of Facebook, Inc.**, Docket No. C-4365, File No. 0923 184 (decision and order).

concluiu que, em verdade, a empresa de Mark Zuckerberg estava ciente sobre os riscos de permitir acesso amplo de dados de usuários a aplicativos desenvolvidos por terceiros, mas nada fez a respeito por conta das vantagens financeiras envolvidas¹¹. Além disso, foi observado que os potenciais usos desses dados compartilhados não foram informados de forma clara aos usuários da rede social. Tais evidências levaram a FTC concluir que havia ocorrido descumprimento da *consent order* assinada anos antes, levando a Comissão a aplicar em 2019 uma multa no valor de 5 bilhões de dólares americanos, a mais alta já aplicada pela Comissão. Em que pese o valor inédito da multa aplicado a uma plataforma digital pelo governo estadunidense, esses casos revelam uma dificuldade das autoridades regulatória de compelir grandes plataformas digitais readequarem suas condutas, sendo necessária a adoção de medidas de melhorias na atividade de monitoramento, o que poderia implicar, por exemplo, maior alocação de recursos e pessoal, uma vez o corpo técnico da Comissão para lidar com esse tipo de demanda é escasso.

Um ano após a aplicação da multa bilionária ao Facebook, em dezembro de 2020, a FTC ajuizou ação em que acusa o Facebook de práticas anticompetitivas para fins de manter uma posição de monopólio no mercado de redes sociais, por meio da aquisição do WhatsApp e do Instagram por um preço muito superior ao valor de mercado, que conseguiram alcançar grande popularidade com o uso cada vez mais disseminado de smartphones, enquanto o Facebook tinha dificuldades em competir nesse novo meio.¹² Devido a existência de fortes efeitos de redes no mercado de redes sociais, os custos para os usuários migrarem para outra plataforma se tornam maiores, à medida que vão construindo uma rede de contatos e acumulando postagens na rede mais acessada pelo público. Embora a FTC não tenha endereçado diretamente o debate sobre a concentração de base de dados como um problema do direito antitruste, é certo que através da aquisição dessas duas empresas o Facebook substancialmente aumenta seu acesso efetivo e potencial a dados de usuários, possibilitando melhorias no algoritmo da rede social e nos mecanismos de análise de dados e, assim, garantindo vantagem competitiva (STRUCKE, GRUNES, 2015). Por outro lado, a posição monopolista do Facebook no mercado de redes sociais é danosa aos consumidores, que restariam privados de serviços de melhor qualidade e da diminuição de ofertas de práticas de privacidade. Nesse sentido, com o ajuizamento da ação antitruste contra o Facebook, parece haver uma mudança de postura

¹¹ **In the Matter of Facebook, Inc.**, FTC File No. 092 3184 (decision and order).

¹² **In the Matter of Facebook, Inc.**, Civil Action No. 19-cv-2184.

em relação ao caso Google/DoubleClick, com o reconhecimento da necessidade de um olhar mais atento sobre o domínio das plataformas.

4. Conclusão

A FTC tem se consolidado como autoridade de proteção de dados pessoais de facto a nível federal nos Estados Unidos, tendo ao longo das últimas décadas expandido o seu escopo de atuação, embora ainda enfrente algumas limitações para o desenvolvimento de uma política regulatória mais eficaz nessa seara. Por outro lado, percebe-se uma mudança de posicionamento por parte da Comissão quanto à regulação das plataformas digitais pelo direito antitruste, em particular a existência de um grande volume de dados em posse de um único grupo econômico. A postura da FTC nos casos abertos contra o Facebook leva a crer que a Comissão considera existir uma relação entre problemas de privacidade e de práticas anticompetitivas, que precisam ser regulados de forma conjunta.

5. Referências

HOOFNAGLE, Chris Jay. **Federal Trade Commission privacy law and policy**, New York: Cambridge University Press, 2016.

KOVACIC, William E.; WINERMAN, Marc, Competition policy and the application of section 5 of the Federal Trade Commission Act, **Antitrust Law Journal**, v. 76, n. 3, p. 929–950, 2010.

MCSWEENEY, Terrell, FTC 2.0: keeping the pace with online platforms, **Berkley Technology Law Journal**, v. 32, p. 1027–1050, 2017.

OKULIAR, Alexander P.; OHLHAUSEN, Maureen K., Competition, consumer protection, and the right [approach] to privacy, **Antitrust Law Journal**, v. 80, n. 1, p. 121–156, 2015.

ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **An introduction to online platforms and their role in the digital transformation**. Paris: OECD Publishing, 2019, p. 11. Available at <<https://doi.org/10.1787/53e5f593-en>>. Last access on Jun. 1 2021.

SOLOVE, Daniel J. **The Digital Person: Technology and Privacy in the Information Age**. 1 ed., New York: New York University Press, 2004.

SOLOVE, Daniel J.; HARTZOG, Woodrow. The FTC and the new common law of privacy, **Columbia Law Review**, v. 114, n. 3, p. 583–676, 2014.

STUCKE, Maurice E; GRUNES, Allen P, **No mistake about it: the important role of antitrust in the era of big data**, University of Tennessee Legal Studies Research Paper No. 269, 2015. Available at https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2600051.

WU, Tim, **Section 5 and ‘unfair methods of competition’: protecting competition or increasing uncertainty?**, Columbia Law & Economics Working Paper No. 542; Columbia Public Law Research Paper No. 14-508, 2016, Disponível em: https://scholarship.law.columbia.edu/faculty_scholarship/1961.

ZUBOFF, Shoshana. **The Age of Surveillance Capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power**. 1. ed, New York: PublicAffairs, 2019.