

GIOVANA FELIX TEODORO

**REGULAÇÃO, CONCORRÊNCIA E MERCADO DE MÍDIA NO BRASIL:
*A INTERNET COMO PORTA DE REENTRADA PARA O DIREITO ECONÔMICO***

Dissertação de Mestrado

Orientador: Professor Dr. Vinicius Marques de Carvalho

**FACULDADE DE DIREITO
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**

São Paulo

2019

GIOVANA FELIX TEODORO

**REGULAÇÃO, CONCORRÊNCIA E MERCADO DE MÍDIA NO BRASIL:
*A INTERNET COMO PORTA DE REENTRADA PARA O DIREITO ECONÔMICO***

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Direito, da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Direito, na área de concentração Direito Comercial, sob orientação do Professor Dr. Vinicius Marques de Carvalho.

**FACULDADE DE DIREITO
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**

São Paulo

2019

Catálogo na Publicação
Serviço de Processos Técnicos da Biblioteca da
Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo

Teodoro, Giovana Felix

Regulação, Concorrência e Mercado de Mídia no Brasil: A Internet Como Porta de Reentrada Para o Direito Econômico / Giovana Felix Teodoro. -- São Paulo, 2019.
128 p. ; 30 cm.

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Direito, Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

Orientador: Vinicius Marques de Carvalho.

1. Mídia. 2. Internet. 3. Concentração econômica. 4. Defesa da concorrência. 5. Regulação. I. Carvalho, Vinicius Marques de, orient. II. Título.

“Eu quero entrar na rede, promover um debate.”

(Gilberto Gil, *Pela Internet*, 1998).

“Estou preso na rede, que nem peixe pescado.”

(Gilberto Gil, *Pela Internet 2*, 2018).

Para a minha irmã Leticia.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AC – Ato de Concentração

ACC – Acordo em Controle de Concentrações

ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações

BrT – Brasil Telecom

CADE – Conselho Administrativo de Defesa Econômica

DISTV – Distribuição de Sinais de Televisão

DOJ – Department of Justice (Departamento de Justiça norte-americano)

EBC – Empresa Brasil de Comunicação

EC – European Commission (Comissão Europeia)

FCC – Federal Communication Commission

FTC – Federal Trade Commission

HHI – Índice Herfindahl-Hirschman

ICFJ – International Center for Journalists (Centro Internacional para Jornalistas)

MOM – Media Ownership Monitor

MPF – Ministério Público Federal

OEA – Organização dos Estados Americanos

PEC – Política Econômica para a Comunicação / Political Economy of Communications

SBDC – Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência

SBTVD-T – Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre

TIC – Tecnologia da Informação e Comunicação

UNESCO – Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

Gráfico 1. Levantamento ICFJ sobre consumo de notícias, outubro de 2018.....	40
Gráfico 2. Acesso à Internet no Brasil de 2008 a 2017.....	42
Gráfico 3. Brasileiros conectados à Internet e ao Facebook, 2015 a 2020.....	65
Tabela 1. Quadro Comparativo: Defesa da Concorrência v. Regulação Econômica.....	55
Tabela 2. Sites mais acessados no Brasil (2018)	111

RESUMO

TEODORO, Giovana F. **Regulação, Concorrência e Mercado de Mídia no Brasil: A Internet como Porta de Reentrada para o Direito Econômico**. 2019. 128 p. Dissertação de Mestrado – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

Sob a perspectiva do direito econômico enquanto técnica jurídica capaz de constantes adaptações para disciplinar estruturas econômicas também em transformação, este trabalho propõe a utilização da agenda do direito econômico para a Internet como ponto de partida para a elaboração de uma política econômica para o mercado de mídia brasileiro em sua totalidade, incluindo a “velha” e a “nova” mídia. Ao identificar que os meios de comunicação digitais retomam e reforçam desafios de adaptabilidade que tanto o direito antitruste quanto a intervenção regulatória tiveram dificuldade de superar já no contexto da mídia tradicional, a pesquisa busca demonstrar como soluções compartilhadas para o enfrentamento da concentração econômica na mídia e na Internet no Brasil podem ser elaboradas a partir da experimentação e da reformulação de paradigmas jurídicos de acordo com especificidades comuns a esses mercados, como a dificuldade de delimitar mercados relevantes, a complexidade do conceito de bem-estar do consumidor diante da relevância democrática do acesso à informação e do pluralismo de ideias, as dinâmicas de “preço-zero” e a necessidade de contar com um aparato normativo flexível o suficiente para que o interesse público prevaleça sobre o poder econômico privado concentrado que se reinventa e se perpetua em movimentos cíclicos no setor. A partir de tais sobreposições entre as demandas da Internet e do sistema de mídia como um todo para a aplicação eficaz do direito econômico e de seu potencial transformador, o trabalho conclui que a Internet permite não apenas a atualização do debate sobre a disciplina estatal das estruturas econômicas do mercado de mídia brasileiro, como também oferece uma janela de oportunidade singular para que o direito econômico reafirme sua posição dialética e relevante em face do mercado de mídia que, até aqui, se consolidou à revelia da elaboração de uma política econômica para as comunicações no Brasil.

Palavras-chave: mídia; Internet; concentração econômica; defesa da concorrência; regulação.

ABSTRACT

TEODORO, Giovana F. **Regulation, Competition and Media Markets in Brazil: The Internet as a Reopened Door to Economic Law.** 2019. 128 p. Masters Dissertation – Faculty of Law, University of Sao Paulo, Sao Paulo, 2019.

Based on the idea of economic law as a legal tool capable of continuous adaptation in order to rule over economic structures which are also in transformation, this dissertation suggests using the economic law agenda for the Internet as starting point for conceiving a political economy for the Brazilian market as a whole, comprising both the “old” and the “new” media. As it identifies that digital media outlets reinstate and reinforce the adaptability challenges that both antitrust and economic regulation have struggled to overcome in the context of traditional media, the research aims to demonstrate how shared solutions to face economic concentration in the media and in the Internet in Brazil can be articulated from experimentation strategies and based on the reformulation of legal paradigms according to the specificities that are common to both environments, such as the difficulty of defining relevant markets, the complexity of the consumer welfare standard given the democratic relevance of access to information and pluralism, zero-price market dynamics, and the need to have a legal framework that is flexible enough to allow the public interest to prevail over the concentrated (private) economic power that reinvents and perpetuates itself in cyclical patterns within the media industry. Based on such overlapping requirements of the Internet-based media and the media outlets in general to allow an effective application of economic law and the fulfillment of its transformative potential, the dissertation concludes that the Internet not only triggers an updated debate of media policy in the Brazilian context, but also offers a unique window of opportunity for economic law to reaffirm its dialectic and relevant role in shaping the economic configuration of the Brazilian media market which, thus far, has established itself in complete disregard of any kind of meaningful policymaking effort to create a political economy plan for communications in Brazil.

Key-words: media; Internet; economic concentration; competition law; regulation.

AGRADECIMENTOS

A trajetória do programa de mestrado é longa e, por mais que a atividade de pesquisa por vezes pareça solitária, ela só é possível quando percorrida junto a pessoas dispostas a caminhar conosco. Agradeço ao meu orientador, Professor Vinicius Marques de Carvalho, responsável por me oferecer a oportunidade de iniciar esta jornada, percorrê-la com afinco e alcançar muito mais do que eu esperava no caminho. Foi um privilégio poder escolhê-lo como orientador e, principalmente, “ser escolhida” como sua orientanda.

Agradeço também às Professoras Juliana Krueger Pela e Sheila Neder Cerezetti pelo curso extraordinário de metodologia e pesquisa em direito comercial que ofereceram de forma tão inovadora no programa de pós-graduação, e reforço meu agradecimento à Professora Sheila pelo aprendizado durante o período em que completei o PAE (Programa de Aperfeiçoamento de Ensino) sob sua supervisão. Sou grata também aos professores Roberto Augusto Castellanos Pfeiffer e Conrado Hubner Mendes, que enriqueceram significativamente o meu primeiro semestre como aluna do programa. Meu muito obrigada também ao Professor Vitor de Lima Blotta, pela recepção cuidadosa e atenta quando decidi aventurar-me pelas disciplinas da Escola de Comunicação e Arte (ECA) da USP e pelos comentários preciosos durante a etapa de qualificação, da qual participou também o Professor Alessandro Octaviani, que ofereceu apontamentos cruciais para a abordagem do direito econômico neste trabalho. Agradeço ao Professor Diogo Coutinho, pelo incentivo constante a uma pesquisa relevante e transformadora no campo jurídico, tanto no contexto de sua disciplina no programa de pós-graduação quanto no âmbito do Encontro Nacional de Pesquisa Empírica em Direito do qual tive a honra de participar.

Para além da Universidade de São Paulo, agradeço à generosidade sem igual do Professor João Feres Junior, da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, que abriu as portas do Laboratório de Mídia e Esfera Pública para mim e me ofereceu acesso irrestrito ao desenvolvimento do projeto Manchetômetro para o qual tive a honra de colaborar durante o mestrado. Se o estudo empírico do mercado de mídia brasileiro tem grandes desafios a serem vencidos, o Manchetômetro permitiu-me enxergá-los para além do Direito – uma contribuição de valor inestimável para minha formação acadêmica, profissional e humana.

Durante o período do mestrado na USP, tive o privilégio de complementar minha formação com o programa de LLM da Universidade de Columbia, nos EUA. A

oportunidade de ter aulas com o Professor Tim Wu nesse período foi um divisor de águas para a minha pesquisa e para o enfrentamento do meu tema de estudo. Agradeço aos amigos Thiago Reis e Julia Cruz por terem compartilhado de forma tão verdadeira o entusiasmo com cada pequena conquista rumo a esse projeto.

A minha mais sincera gratidão aos amigos e amigas que ultrapassam as fronteiras do universo acadêmico e me acompanharam por toda essa trajetória, incentivando-me a continuar, por vezes com a temida pergunta: “Gi, e seu mestrado?”. A graduação no Largo São Francisco me deu de presente um grupo de mulheres que continuaram ao meu lado no mestrado, na profissão, na vida. Ana Paula Nunes, Ana Lia Angeli, Amanda Fernandes, Camila Rocha, Lívia Ficker, Luísa Secco, Maria Fernanda Monteiro, Naiara Vilardi, Rafaella Brito e Sofia Kilmar: a inspiração e as (pequenas e grandes) vitórias de cada uma de vocês tornam mais leve esta e outras caminhadas. À Tamiris Britzki, o agradecimento é especial: contar com todo o seu cuidado e carinho no momento de depositar esta dissertação é um dos muitos grandes gestos que você já fez por mim e algo com que só uma amizade tão generosa como a sua poderia me presentear.

Agradeço à Bruna Trevelin pelo companheirismo incansável, à Thais De Laurentiis pelos conselhos sempre certos, e aos amigos de Campinas – Julia Latuf, Marina Norde, Renan Muniz, Antoniel Avelino e Milena Lumini – pela torcida de sempre, mesmo de longe. À Beatriz Bulla, o meu muito obrigada por insistir em questionar o que eu questiono da mídia, e renovar reiteradamente o meu voto de confiança no jornalismo sério, crítico e de qualidade. Ao Vitor Ido, amigo e inspiração constante, meu muito obrigada por ser exatamente tudo o que você é, por inteiro, o tempo todo: na leitura atenta deste trabalho, nas demonstrações de carinho inesperadas, e na amizade (literalmente) sem fronteiras.

Obrigada às minhas avós Adir e Izaura pelo carinho sem fazer esforço; ao meu “vô Zeca” (*in memoriam*) pela sabedoria das pequenas coisas. E a gratidão imensa, por fim, ao meu pai, à minha mãe e à minha irmã: sem o apoio e amor que recebo deles todos os dias, nenhum caminho seria possível.

Os erros que permanecem neste trabalho, tal como a incompletude desses agradecimentos, são inevitáveis. Pela falha nos agradecimentos, culpo as pessoas queridas ao meu redor, que não cabem no papel. Pelos demais erros, que persistiram mesmo com a contribuição de cada uma das pessoas aqui citadas, assumo total responsabilidade.

SUMÁRIO

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS.....	6
RESUMO.....	7
ABSTRACT.....	8
AGRADECIMENTOS	9
INTRODUÇÃO	12
1. A MÍDIA SEM A INTERNET E A MÍDIA SEM O DIREITO ECONÔMICO	21
1.1. Poder Econômico no mercado de mídia brasileiro	24
1.1.1. O Ciclo <i>made in Brazil</i>	26
1.2. O mercado de mídia brasileiro dentro e fora da Internet.....	33
1.2.1. Poder econômico redefinido: o novo petróleo e as novas refinarias	37
2. LEGITIMAÇÃO DO LUGAR DO DIREITO ECONÔMICO NO MERCADO DE MÍDIA.....	46
2.1. Defesa da concorrência, regulação e o caso AT&T/Time Warner	52
2.1.1. Entre falta de provas e falta de escopo: o antitruste na encruzilhada	57
2.2. A hora e a vez da defesa da concorrência no mercado de mídia brasileiro.....	63
2.2.1. Custos para o consumidor nos mercados de preço-zero	71
3. ANTITRUSTE E MERCADO DE MÍDIA ENTRE O VELHO E O NOVO	77
3.1. O velho debate sobre os objetivos do antitruste e suas novas polarizações	80
3.2. Velhos limites para uma nova teoria do dano.....	89
3.3. Antitruste e experimentação regulatória no novo mercado de mídia.....	98
4. PORTAS REABERTAS PARA O DIREITO ECONÔMICO	103
4.1. Internet e a nova grande mídia.....	106
4.1.1. Quem tem medo da Internet?.....	107
4.1.2. Mídia na agenda regulatória para a Internet no Brasil	113
CONCLUSÃO.....	117
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	120

INTRODUÇÃO

De forma quase acidental, a dicotomia entre o “velho” e o “novo” revelou-se como fio condutor do estudo aqui desenvolvido: a *velha* mídia, as *novas* plataformas digitais; os *novos* questionamentos que a economia digital traz para a aplicação de *velhos* critérios do direito antitruste; a *velha* resistência a *novas* formas de disciplina do poder econômico na mídia. E, sobretudo: o *novo* olhar para o direito que pode oferecer uma solução compartilhada para enfrentar os *velhos* e *novos* problemas do mercado de mídia brasileiro — este trabalho tem como objetivo investigar o papel da Internet na redefinição da relação entre o direito econômico e o mercado de mídia no Brasil. Apesar de ainda trazer o fetiche do *novo*, o debate sobre a disciplina da Internet pelo direito econômico parece trazer alguns *velhos* problemas que não foram enfrentados pelo direito econômico no contexto da mídia tradicional e, ao ressurgirem no contexto pós-Internet, podem reinaugurar o debate sobre a elaboração de uma política econômica nacional para as comunicações.

Como sugerem Meinrath, Pickard e Losey ao avaliarem o cenário norte-americano de formulação de políticas públicas para os meios de comunicação, estabelecer o paralelo entre os desafios do *policymaking* no contexto da mídia tradicional e da Internet não é algo novo. No entanto, devemos atentar à oportunidade de significativo aprendizado institucional quando o mesmo paralelo é estabelecido entre as *falhas* na formulação de políticas regulatórias para a mídia e os desafios regulatórios hoje postos para que a Internet desenvolva todo o seu potencial democrático:

Many have analogized the Obama administration's treatment of the Internet to circumvent traditional media to Franklin Delano Roosevelt's (FDR) use of radio during his fireside chats. However, many forget the more cautionary tale that this historical parallel exemplifies: FDR failed to seize the initiative to set the new media of broadcasting on a democratic course when he had a chance. As a result, the broadcast media became not only largely commercialized, but also largely inoculated against public interest regulation, never reaching its full democratic potential. To avoid a similar fate, we suggest a list of policy recommendations to steer our new digital potentials toward more democratic ends.¹

¹ MEINRATH, Sascha D. et al. **Digital feudalism: Enclosures and erasures from digital rights management to the digital divide**. In: *Advances in computers*, vol. 81, Elsevier, 2011, p. 464. Note-se que embora também de caráter propositivo, as recomendações deste trabalho debruçam-se sobre ferramentas específicas, notadamente a regulação e, sobretudo, o direito antitruste, justamente na medida em que estas se relacionam com a retomada do direito econômico e sua dinâmica particular para disciplinar o mercado de mídia

Por englobar ainda mais esferas econômicas, políticas e sociais do que a mídia tradicional,² a Internet assumiu relevância suficiente para tornar inadiável o debate sobre a disciplina de suas plataformas pelo direito econômico. Ocorre que o aproveitamento desse debate para discutir o papel do direito na efetivação de uma política econômica para a comunicação não é automático, apesar dos pontos de aproximação entre mídias digitais e não-digitais.³ Ao contrário: há correntes argumentativas que sugerem que a Internet representaria a superação da pauta pela intervenção da regulação econômica e da defesa da concorrência no mercado de mídia.⁴ O diagnóstico do presente trabalho é outro: a Internet oferece uma oportunidade para rever o papel do direito econômico nos meios de comunicação e corrigir o percurso que o afastou do mercado de mídia – isto é, o processo até aqui estagnado de formulação de uma política econômica para os meios de comunicação no Brasil poderia valer-se da Internet como porta de reentrada para o direito econômico nesse mercado.

brasileiro. Recomendações sobre o amplo espectro de políticas públicas que são necessários para a definição da política econômica para a mídia ultrapassam o escopo do presente trabalho.

² Ver, nesse sentido, as considerações de Eugênio Bucci em **A internet não é um meio de comunicação**, *O Estado de São Paulo*, 20 de outubro de 2011, p. A2. Nas palavras do autor, “Para efeitos da regulamentação e da regulação, a internet não cabe num regime. Ela é capaz de abrigar tantos regimes quanto a própria vida em sociedade - e, assim como a vida em sociedade, é maior que o direito positivo.” Ver também as observações de Cesar Bolaño sobre o papel da Internet na indústria cultural: “The Internet is not only an information and communications technology (ICT), nor it is not only some kind of new industry, but actually it is a space for the convergence of all industrialized cultural production. The Internet is the result of the development of new technologies and its interpretation through global expansion.” BOLAÑO, Cesar e VIEIRA, Eloy. **The Political Economy of the Internet: Social Networking Sites and a Reply to Fuchs**. *Television & New Media*, Sage Publications, 2014. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1527476414527137>

³ Como afirma Tim Wu, a mídia tradicional já trazia em suas relações de consumo o “mercado de atenção” que hoje caracteriza de forma mais evidente as relações de consumo dos usuários de plataformas online. A falha do antitruste em incorporar a análise da concorrência por atenção seria, também, um ponto em comum entre os dois tipos de indústria: “Many of the leading firms in the technology and media industries – Facebook, Google, the major television networks, and others – are driven by the attention brokerage (...). As large and acquisitive companies, they are also subject to antitrust scrutiny. However, as already suggested, the tools currently employed to try and understand the key issue of competitive effects are greatly hindered by a blind spot for the attentional markets that these actors compete in.” WU, Tim. **Blind Spot: The Attention Economy and the Law**, *Antitrust Law Journal*, 2017, pp. 24-25. Disponível em: https://scholarship.law.columbia.edu/faculty_scholarship/2029

⁴ Na maioria dos casos, esses argumentos foram desenvolvidos em momento anterior à consolidação das superplataformas. Exemplo dessa perspectiva pode ser verificado na decisão da Suprema Corte dos EUA no caso *Reno v. American Civil Liberties Union* de 1997. Segundo a opinião da Suprema Corte, “In *Southeastern Promotions, Ltd. v. Conrad*, (...), we observed that ‘[e]ach medium of expression... may present its own problems.’ Thus, some of our cases have recognized special justifications for regulation of the broadcast media that are not applicable to other speakers (...) the Court relied on the history of extensive Government regulation of the broadcast medium (...) the scarcity of available frequencies at its inception (...) and its ‘invasive’ nature (...) Those factors are not present in cyberspace.” (§869).

Não raro o sucesso da intervenção de políticas públicas no domínio econômico requer uma janela de oportunidade.⁵ No caso do mercado de mídia, como sugere Robert McChesney, essa dinâmica é pautada por dois conceitos específicos: a *política econômica da comunicação*⁶ como base normativa para confrontar a distribuição de poder econômico nos sistemas de mídia e o conceito de *momentos cruciais*⁷ como conjunto de circunstâncias que define a janela de oportunidade em questão.⁸

Segundo McChesney, a política econômica da comunicação teria duas frentes: (i) exame dos arranjos institucionais e estruturais que definem o mercado de mídia e o lugar da ação estatal nesse mercado, analisando como esses fatores definem o papel dos meios de comunicação na sociedade; e (ii) estudo de como as políticas públicas para a comunicação têm sido debatidas e formuladas, com ênfase na análise histórica de como essas políticas e sistemas de mídia foram estabelecidos ao longo do tempo.⁹ O autor afirma que, em função dessas características, a política econômica da comunicação é instrumento indispensável para entender como a Internet se desenvolveu na arena dos meios de comunicação, as principais questões a serem resolvidas e quais alternativas (em termos de políticas públicas) permanecem disponíveis. Desse modo, embora não ofereça a resposta

⁵ KINGDON, John W., e James A. Thurber. **Agendas, alternatives, and public policies**, vol. 45. Boston: Little Brown, 1984, pp. 165 e seguintes. Na definição dos autores, essa janela de oportunidade pode ser compreendida como “a favourable institutional, political and sometimes ideological setting that provides a temporary opening for affecting policy change”.

⁶ Para uma das primeiras discussões desse conceito, ver SMYTHE, Dallas W. **On the Political Economy of Communications**. *Journalism Quarterly*, 37(4), 1960. Na época, Smythe introduziu seu artigo justamente pontuando a dificuldade de abordar o mercado de mídia sob a perspectiva econômica devido às especificidades de seus produtos e formas de consumo: “the efforts to organize the field called ‘communications’ have been made mostly by sociologists and psychologists. Economists have generally avoided the field. For this there may be a number of explanations. Not the least probable is the fact that communications markets seldom exhibit the characteristics for which theories appropriate to standardized commodity markets were designed. Not only are communications markets oligopolistic; they deal in services, often of a subtle and fugitive kind, and difficult to define.” Id., p. 563. Como será analisado nos tópicos 1.2 e 3.1 *infra*, o mercado de mídia permanece desafiando os modelos de análise econômica tradicionais, exigindo de ferramentas como a defesa da concorrência uma avaliação adaptada às particularidades das dinâmicas de preço e exercício de poder de mercado verificadas nos meios de comunicação de massa.

⁷ “Critical junctures”, no termo em inglês. O conceito já havia sido discutido no contexto de políticas para o mercado de mídia em trabalho anterior de McChesney: MCCHESENEY, Robert W. **Communication revolution: Critical junctures and the future of media**. Nova York: New Press, 2007.

⁸ MCCHESENEY, Robert W. **Digital disconnect: How capitalism is turning the Internet against democracy**. Nova York: New Press (edição digital), 2013, pp. 63-68.

⁹ Id., pp. 63-64.

definitiva para o “problema da mídia”, a política econômica da comunicação seria o primeiro passo para iluminar o caminho a ser percorrido no setor.¹⁰

Sobre a ideia de um “momento crucial” no mercado de mídia, o qual seria favorável a mudanças mais substanciais no processo de elaboração de políticas públicas e na definição do modelo de intervenção estatal nesse mercado em geral, McChesney define três condicionantes: (i) surgimento de uma nova tecnologia que transforma o sistema de comunicações existente; (ii) descrédito e/ou deslegitimação do conteúdo midiático, sobretudo de caráter jornalístico; e (iii) crise política e institucional de grandes proporções com fortalecimento de movimentos sociais pela reforma da ordem vigente.¹¹ McChesney afirma que “momentos cruciais” para a definição de políticas econômicas para o mercado de mídia tendem a ocorrer quando ao menos duas dessas condições estão presentes e, com o avanço da “revolução digital” trazida pela Internet, a manifestação das duas primeiras condições é evidente nos EUA, enquanto a terceira condição referente à estabilidade da ordem política e social já se esboça no contexto norte-americano.¹²

A pesquisa aqui desenvolvida tem como ponto de partida o diálogo desses conceitos com o mercado de mídia brasileiro, com algumas adaptações.¹³ Primeiramente, há significativa sobreposição entre os aspectos que são creditados a essa chamada “política econômica da comunicação” e o debate sobre o papel do direito econômico no Brasil. Essa aproximação fica ainda mais evidente se retomarmos a definição de Comparato para a *finalidade* do direito econômico: “traduzir normativamente os instrumentos da política econômica do Estado.”¹⁴ Nesse sentido, se é possível pensar em uma política econômica para a mídia, esse debate passa pelo direito econômico, responsável por coordenar, no plano jurídico, as respostas do Estado para esse domínio econômico específico.¹⁵

¹⁰ Id., p. 64.

¹¹ Id., p. 67

¹² Id., p. 68.

¹³ Como McChesney reconhece em nota introdutória, seu trabalho parte de referenciais norte-americanos, embora boa parte das discussões levantadas ao longo do livro tenham aplicação global, sobretudo em face do caráter transnacional das políticas para a Internet e a economia digital supranacional que ela promove. MCCHESENEY, **Digital Disconnect**, op. cit., *Prefácio*.

¹⁴ COMPARATO, Fábio Konder. **O Indispensável Direito econômico**, *Revista dos Tribunais*, ano 101, v. 923, 2012, p. 52. Para Comparato, essa finalidade é justamente o que permite definir o direito econômico como disciplina autônoma.

¹⁵ Sobre a interdisciplinariedade da política econômica para a comunicação, incluindo o papel do Direito, ver BOLAÑO, César. La centralidad de la Economía Política de la Comunicación (EPC) en la construcción del

O papel do direito econômico no mercado de mídia está relacionado, ainda, à capacidade de transformação institucional que ele comporta.¹⁶ Novamente, há aqui um ponto de contato deste último com a ideia de política econômica da comunicação e seu caráter também transformador, o qual se opõe à passividade de outras abordagens que não enfrentam as estruturas do mercado de mídia criticamente, buscando sua transformação. Como explica McChesney, a política econômica da comunicação é distinta de estudos econômicos tradicionais ou do próprio direito das comunicações tradicional (“media law”) justamente devido ao pensamento crítico que a ela é inerente:

[the] critical or explicit normative basis distinguishes it from related fields (...) [which] regard themselves as neutral regarding the status quo, so they give little critical thought to the system as a whole. This neutrality generally resolves into a tacit acceptance of the status quo and the existing power structure as the appropriate one for a free society.¹⁷

Em linha com o conceito de direito econômico elaborado por Comparato, Diogo Coutinho descreve uma correlação entre a instrumentalidade do direito econômico e a formulação de políticas públicas que também dialoga com o entendimento acerca da política econômica para a comunicação enquanto instrumento apto a *transformar* estruturas:

o direito e, em particular, o direito econômico, como um elemento normativo e constitutivo das instituições econômicas que moldam e regulam a economia, pode (e deve) ser teleologicamente instrumentalizado para auxiliar na estruturação e modificação de políticas públicas destinadas a implementar e a fomentar, por meio de procedimentos democráticos, direitos individuais, econômicos e sociais.

Dito de outra forma, o **direito econômico pode ser compreendido**, com certos ganhos analíticos, **como uma “tecnologia” de construção**

campo académico de la Comunicación: una contribución crítica. *Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura*, n. 5, 2005, p. 13. Disponível em: <http://www.gepicc.ufba.br/enlepcc/pdf/CesarBolano.pdf>. Em síntese, afirma Bolaño: “Teoría macroeconómica, Teoría del Estado, Teoría Social, Antropología, cada una de esas disciplinas va a ofrecer instrumentos de análisis importantes para el esclarecimiento de los distintos aspectos abarcados en la regulación del conjunto, que se materializa, en cada situación histórica particular, en compromisos institucionalizados, determinantes de las políticas públicas de comunicación. Así, también el Derecho ejerce su papel.”

¹⁶ Nas palavras de Comparato, esta seria uma das principais utilidades do direito econômico concebido enquanto tradução normativa da política econômica do Estado: “Sob o aspecto teleológico, o surgimento do direito econômico representa um estímulo constante ao aperfeiçoamento das instituições jurídicas em função de seus objetivos concretos. A compreensão do Direito como técnica incita à crítica e à renovação incessante do direito positivo.” COMPARATO, **O Indispensável Direito Econômico**, op. cit., p. 52.

¹⁷ MCCHESENEY, **Digital Disconnect**, op. cit., pp. 63-64.

institucional pela qual arranjos institucionais são estruturados, postos em marcha, corrigidos ou ajustados quando necessário.¹⁸

Da definição acima, conectada à ideia de Comparato de que o direito econômico implica uma atuação sistemática e global do Estado sobre as estruturas do sistema econômico nacional, aperfeiçoando e transformando tais estruturas,¹⁹ extraem-se os pressupostos do que se entende como “entrada” do direito econômico no mercado de mídia brasileiro. Esses pressupostos resumem-se a dois aspectos principais, que orientam a percepção do direito econômico no presente trabalho: (i) o Estado pode se valer de técnicas normativas para transformar e aperfeiçoar as estruturas de determinado sistema econômico, sendo o mercado de mídia um desses sistemas; e (ii) nos termos aqui definidos, o direito econômico é descaracterizado quando se torna estático e inerte às transformações da realidade econômica que visa disciplinar, de modo que as correções e ajustes que o direito econômico pode exercer dependem da capacidade das técnicas jurídicas disponíveis de se reformularem constantemente.²⁰

É possível reconhecer que essa definição seria, na realidade, uma forma particular de operacionalizar o direito e, mesmo ausentes essas características, o direito econômico ainda estaria inserido no mercado de mídia brasileiro. Não estaria ele presente na vigência do artigo 220 da Constituição Federal que veta os monopólios e oligopólios nos meios de comunicação social?²¹ Como conciliar a ideia de que o direito econômico precisa

¹⁸ COUTINHO, Diogo R. **O direito econômico e a construção institucional do desenvolvimento democrático**. *REI - Revista Estudos Institucionais*, v. 2, n. 1, 2016, p. 224. Disponível em: <https://www.estudosinstitucionais.com/REI/article/view/36> (grifos nossos).

¹⁹ COMPARATO, O Indispensável Direito Econômico, op. cit., p. 46.

²⁰ Retomando a ideia de Comparato, trata-se do “Direito como técnica” que “incita à crítica e à renovação incessante do direito positivo”. Id., p. 52.

²¹ O capítulo V da Constituição Federal de 1988, dedicado exclusivamente ao tema da “comunicação social”, estabelece de forma clara princípios e regras que devem ser observados nos meios de comunicação do país, incluindo o tão expresso quanto ignorado veto ao monopólio e oligopólio no setor, enunciado no parágrafo 6º do artigo 220. Contudo, passados quase 30 anos desde o marco histórico em que “os representantes do povo brasileiro” instituíram o “Estado Democrático” e promulgaram a Constituição da República Federativa do Brasil, esse Estado Democrático permanece sem um diploma infraconstitucional que consolide a regulação dos meios de comunicação social (e sobretudo a questão da propriedade sobre esses meios). Associado a esse quadro, soma-se a atuação tímida seja da ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações) seja do CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) sobre o tema – atuação esta que reforça a ideia de que os termos da Constituição Federal seriam insuficientes para manter o direito econômico presente no mercado de mídia brasileiro. **Constituição Federal**, artigos 220 e seguintes. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm

“reentrar” no sistema de mídia brasileiro com a atuação recente do CADE em atos de concentração envolvendo o setor?²² A pesquisa aqui desenvolvida tem por base essa definição particular de um direito econômico (re)ativo, intervencionista e em constante transformação para pôr em marcha um *plano*,²³ uma política econômica específica – neste caso, a política econômica para a comunicação.²⁴

Com base nessas ponderações, o problema de pesquisa que norteia este trabalho resume-se à seguinte pergunta: as questões suscitadas pela Internet no âmbito do direito econômico podem informar a reformulação da agenda do direito econômico para o mercado de mídia brasileiro em sua totalidade? Definido nesses termos, o problema de pesquisa busca correlacionar a intervenção (ou sua ausência) do direito econômico na mídia tradicional com os questionamentos mais recentes acerca da necessidade de intervenção de tal disciplina no sistema de mídia brasileiro pós-Internet. Como resposta preliminar a esse questionamento, a *hipótese* que orienta este trabalho é a seguinte: a Internet retoma e

²² Para breve retrospectiva dos casos mais relevantes envolvendo a atuação do CADE no sistema de mídia brasileiro, ver FONSÊCA, Daniel. **Marco Regulatório do Sistema de Mídia Brasileiro - Estudo realizado para o Monitoramento da Propriedade da Mídia, MOM - Brasil 2017**, outubro de 2017, pp. 52-54. Versão em português disponível em: https://brazil.mom-rsf.org/fileadmin/Editorial/Brazil/MOM_Documento_legal_portugues.pdf. O estudo cita a atuação do CADE em atos de concentração envolvendo o setor de radiodifusão e jornalismo impresso, como na aprovação sumária do Ato de Concentração nº 08700.004769/2016-97 (venda, pelo Grupo RBS, de duas emissoras de televisão aberta, duas emissoras de rádio FM e quatro jornais impressos/online em Santa Catarina) e na aprovação com restrições (houve assinatura de Acordo em Ato de Concentração – ACC) no Ato de Concentração nº 08700.006723/2015-21 (para criação de joint venture entre as emissoras Rede TV!, SBT e Record). Pode ser acrescentado a esse rol o Ato de Concentração nº 08700.006426/2016-67, também aprovado em rito sumário e sem restrições que levou à venda, pelo Grupo Folha, de sua participação (50%) na propriedade do jornal Valor Econômico para o Grupo Globo, agora único proprietário do jornal Valor. Como aponta o próprio estudo preparado para o MOM, embora atue no setor de mídia com relativa frequência, o CADE “não o faz tendo como parâmetro preponderante uma análise do diagnóstico e do prognóstico da diversidade e da pluralidade que serão afetadas pelo evento avaliado. Essa compreensão vale não apenas para a televisão aberta, mas também para o rádio, para os veículos impressos (jornais e revistas) e para os portais jornalísticos na Internet.” Id., p. 52.

²³ Relevante retomar aqui a abordagem sobre o direito econômico de Gilberto Bercovici, ao revisitar o debate suscitado por Comparato e vincula-lo ao conceito de “dupla instrumentalidade” desenvolvido por Norbert Reich: “ao mesmo tempo em que oferece instrumentos para a organização do processo econômico capitalista, o direito econômico pode ser utilizado pelo Estado como um instrumento de influência, manipulação e transformação da economia, vinculado a objetivos sociais ou coletivos, incorporando, assim, os conflitos entre política e economia.” BERCOVICI, Gilberto. **O ainda indispensável direito econômico**. In: BENEVIDES, Maria V. de M. et al. (Org.). *Direitos humanos, democracia e república: homenagem a Fábio Konder Comparato*. São Paulo: Quartier Latin, 2009, p. 518.

²⁴ A ideia de planejamento e transformação associada ao conceito de direito econômico aqui utilizado também está presente na concepção de política econômica para a comunicação defendida por McChesney, sobretudo no que diz respeito à relevância da PEC para lidar com os sistemas de mídia na era pós-Internet: “Beyond simply figuring out a way to give consumers better deals or help firms figure out how to be more profitable, it [the PEC] can help us go large, to think about what type of cultural system digital technology makes possible.” MCCHESENEY, **Digital Disconnect**, op. cit., p. 73.

potencializa demandas pela intervenção do direito econômico já existentes no contexto da mídia tradicional e por isso oferece uma “porta de reentrada” para o direito econômico no mercado de mídia brasileiro como um todo – dentro e fora da Internet.

O destrinchamento dessa hipótese no presente trabalho se divide em quatro partes. Cada capítulo explora um “ponto de contato” específico para a análise das conexões entre as questões a serem enfrentadas pelo direito econômico nos meios de comunicação pós-Internet e as questões postas ao direito econômico no contexto da mídia tradicional.

No Capítulo 1, são abordados os pressupostos fáticos do problema de pesquisa. Esta primeira parte dedica-se, assim, ao breve mapeamento da reprodução cíclica da organização de meios de comunicação com base nos interesses privados dos agentes econômicos do setor em detrimento da consolidação de uma política econômica para a comunicação pensada a partir do paradigma do direito econômico. Ao mesmo tempo, introduzimos a discussão de como a Internet, ao alterar a distribuição de poder econômico na mídia tal como se dava no âmbito da mídia tradicional, oferece *momentum* para recuperar o debate sobre a intervenção da regulação e da defesa da concorrência no setor de comunicações. Em particular, nota-se como a Internet pode forçar a retomada de questionamentos sobre a aplicabilidade das ferramentas da análise antitruste às especificidades do mercado de mídia.

No Capítulo 2, são apresentados alguns obstáculos à intervenção do direito econômico no mercado de mídia, notadamente a dificuldade de legitimar a disciplina do poder econômico neste setor pela ação estatal. Ainda, a partir do recente caso AT&T/Time Warner (ato de concentração aprovado pelo CADE com restrições em 2018, e ainda em grau de recurso na justiça norte-americana)²⁵, discutimos obstáculos particulares à intervenção do direito antitruste nos sistema de mídia e como as recentes discussões sobre a necessidade de reformulação do antitruste coincidem com o desfecho do caso AT&T/Time Warner. As questões suscitadas no caso são utilizadas também como base para avaliar como a complementariedade entre concorrência e regulação se dá no contexto do mercado de

²⁵ CADE, Ato de Concentração nº 08700.001390/2017-14. Nos EUA, a decisão de primeira instância, a favor da operação, foi exarada pelo Juiz Richard Leon (Justiça Federal do Distrito de Columbia) em 310 F.Supp.3d 161 (D.D.C. 2018), 12 de junho de 2018.

mídia,²⁶ identificando o paralelo entre os termos dessa discussão no contexto da mídia tradicional e a retomada do debate no contexto pós-Internet.

O Capítulo 3 aprofunda a discussão sobre o papel do antitruste como ponte entre as discussões sobre a disciplina econômica do mercado de mídia antes e depois da Internet. Valendo-se das discussões recentes sobre qual deve ou não ser o papel do antitruste na economia digital, este capítulo discute os pontos de contato entre o debate sobre um novo enfoque para o antitruste e os desafios que a mídia tradicional já oferecia à intervenção do antitruste diante das especificidades do conceito de bem-estar do consumidor que esse mercado abriga. Esta parte do trabalho sugere alternativas para enfrentar tanto o debate sobre os objetivos do antitruste quanto os desafios para a consolidação de uma teoria do dano adequada. Reconhecendo as dificuldades em ambas essas frentes, apontamos a correlação entre antitruste e experimentação regulatória para justificar a instrumentalidade do antitruste nesse processo de reentrada do direito econômico no mercado de mídia.

No Capítulo 4, buscamos pontuar como o debate sobre a necessidade de intervenção regulatória diante da entrada da Internet no mercado de mídia já tem redefinido a postura não só dos agentes econômicos, mas também da sociedade civil em relação à formulação de uma agenda regulatória para o setor. Confirmando a aproximação entre as questões que a Internet suscita e as questões que afastaram o direito econômico do mercado de mídia tradicional, o capítulo final do trabalho pontua alguns riscos de captura nesse processo e, ao mesmo tempo, as vantagens dos novos modelos de construção legislativa que têm tido sucesso no contexto da Internet e podem ser aproveitados no processo de formulação da política econômica da comunicação para o mercado de mídia brasileiro em sua totalidade.

²⁶ Trata-se de debate clássico na área. Sobre o tema e sua aplicação nos meios de comunicação ver, por exemplo, FARACO, Alexandre Ditzel. **Regulação e direito concorrencial: as telecomunicações**. São Paulo: Livraria Paulista, 2003.

CONCLUSÃO

Conforme exposto no Capítulo 1, as mudanças estruturais trazidas pela entrada das plataformas online no mercado de mídia brasileiro, ao mesmo tempo em que não rompem com a reprodução cíclica de estruturas concentracionistas de poder de mercado que definiram o mercado de mídia brasileiro até este ponto, reconfiguraram a distribuição de poder econômico no setor de uma forma que a ação estatal não havia conseguido até hoje. Ao mesmo tempo, a permanência do poder de mercado privado como força dominante recuperou e reforçou questões que permaneciam sem resposta já no contexto da mídia tradicional.

No Capítulo 2, estabelecemos como o bloqueio à tutela pelo direito econômico no setor tem sido reiterado e, ao mesmo tempo, como esta questão e o debate sobre complementariedade entre regulação e concorrência podem, uma vez atualizados, servir tanto para a disciplina dos meios de comunicação de massa tradicionais quanto para repensar os limites regulatórios e concorrenciais ao poder econômico das plataformas digitais. Explorando os chamados mercados de “preço-zero”, verificamos como essa dinâmica de consumo já era uma questão de difícil enfrentamento pelo antitruste no âmbito da “velha mídia,” mas, tendo em vista os desafios ainda maiores da “nova mídia” nesse sentido, estaríamos mais preparados para pensar em ferramentas da defesa da concorrência capazes de endereçar os “outros custos” percebidos de forma cada vez mais intensa pelo consumidor/usuário das super-plataformas, mas cujo enfrentamento traria benefícios jurídicos compartilhados para a mídia dentro e fora da Internet.

Essa discussão tem relação direta com os desafios lançados para a atualização do direito antitruste como protagonista no processo de experimentação regulatória para as comunicações, digitais ou não. Indicando caminhos para superar o fetichismo do antitruste com a definição de objetivos e reconhecer as particularidades do conceito de “bem-estar do consumidor” no mercado de mídia, o Capítulo 3 sugere que a defesa da concorrência já estaria apta a enfrentar os desafios que as super-plataformas lhe proporcionam e, neste papel, poderia desempenhar protagonismo que se aplicaria ao mercado de mídia como um todo, abrindo o caminho para pensarmos as bases da intervenção estatal neste domínio econômico tão específico. Explorando outra ponte de conexão entre o direito econômico pensado para a Internet e o direito econômico que não foi pensado para a mídia tradicional, o Capítulo 4

reforça a ideia de uma janela de oportunidade única para definir agendas regulatórias de impacto, caminhando sobretudo para processos mais democratizantes na formulação de políticas públicas, ainda que a própria Internet e seu acesso não-universal revelem especificidades não negligenciáveis do cenário brasileiro, que acabam por reforçar a necessidade de pensar uma política econômica para a mídia como um todo e não exclusivamente para os meios de comunicação online.

Ao propor o direito econômico como ferramenta “indispensável”, Comparato buscava superar a desconexão entre a realidade social, econômica e política brasileira e a resposta jurídica do direito positivo, reivindicando o papel de um direito mais transformador e menos “esotérico” em relação às estruturas econômicas do país.³²³ O mercado de mídia brasileiro tem exigido essa mesma reflexão, mas, da forma como se estabeleceu, parece exigir respostas ainda mais dialéticas do que a proposta que Comparato apresentou em seu antigo chamado ao direito econômico. Nesse sentido, reconhecemos a relevância do debate dentro do enquadramento do direito econômico como ponto de partida, mas cientes de sua incompletude para abarcar toda a complexidade da formulação de uma política econômica para as comunicações no Brasil.

Se há incertezas quanto ao tempo que essa “porta” aberta pela Internet permanecerá aberta, concluímos este trabalho com otimismo: diante das inúmeras respostas que o direito tem buscado para interagir com a Internet, encontramos as circunstâncias ideais de um debate ainda dinâmico, diferentemente dos bloqueios à discussão acerca de papéis mais relevantes para a regulação e para o antitruste no mercado de mídia brasileiro que se consolidaram até aqui.³²⁴ Trata-se de uma abertura rara dessas estruturas à ação efetivamente transformadora de uma política econômica para o setor:

Policies are crucial to establishing media systems, and governments have the capacity to change policies and media systems, but they do so only on rare historical occasions. Indeed, it is so rare that most people understandably do

³²³ “o que está em jogo é algo mais do que um simples aperfeiçoamento doutrinário. É a solução da crise do Direito que perdura há longos anos. É o superamento de uma situação anômala que fez de todos nós, profissionais do Direito, os sacerdotes de uma religião tão esotérica e absurda como o universo de Franz Kafka.” COMPARATO, **O Indispensável Direito Econômico**, op. cit., p. 52.

³²⁴ Sobre a brevidade desse marco temporal, ver MEINRATH, **Digital feudalism**, op. cit., p. 463: “Emphasizing the enclosures that can be employed at different layers of communications technology illuminates the imperative of situating this debate within a larger vision of Internet openness. Today, we sit at a critical juncture for Internet policy and the opportunities that now abound for graceful reforms will soon disappear.”

not realize that the right to change these policies and systems even exists. What accounts for that? This is where critical junctures are important.³²⁵

Voltando à dicotomia do novo e do velho que introduziu o trabalho, vale notar que está na *velha* canção de Gil o que esperamos de um *novo* direito econômico para o mercado de mídia brasileiro: um direito apto a garantir que, em meio a estruturas econômicas mais democráticas e menos concentradas, o cidadão brasileiro possa se apoiar em qualquer meio, dentro ou fora do *Facebook*, para, de fato e a qualquer tempo, “entrar na rede, promover um debate”.³²⁶

³²⁵ Cf. MCCHESENEY, **Digital Disconnect**, op. cit., p. 66.

³²⁶ GIL, Gilberto. **Pela Internet**, 1998.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALENCAR, A. F. de. **A infoinclusão e as estatísticas para a América Latina**. In: GODOTTI, Moacir et al. (comp.). *Paulo Freire: Contribuciones para la pedagogía*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires, 2008. Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/campus/freire/26Fernan.pdf>

ALIMONTI, Veridiana. **Entre mercadoria e democracia nas políticas públicas para televisão no Brasil: lições e fundamentos para uma regulação democrática e convergente**. Dissertação de Mestrado. Orientador: Prof. Gilberto Bercovici. Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 2014.

ANEEZ, Zeenab, et al. **Digital Transition of Newspapers in India: Dainik Jagran, Hindustan Times, and Malayala Manorama**. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2016. Disponível em: <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:49fb2ffa-638d-430b-a798-7ea0e288b4be>

ARIÑO, Mónica. **Competition law and pluralism in European digital broadcasting: addressing the gaps**. *Communications & Strategies*, n. 54, 2004.

BAKER, C. Edwin. **Media Concentration: Giving Up on Democracy**. *Florida Law Review*, vol. 54, n.5, 2002.

_____. **Viewpoint Diversity and Media Ownership**. *Federal Communications Law Journal*, n. 61, 2008-2009.

BARENDT, Eric. **Freedom of Speech**. Oxford University Press, 2nd ed, 2007.

BENKLER, Yochai. **The wealth of networks. How social production transforms markets and freedom**. New Haven: Yale University Press, 2006. Disponível em: http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf.

BERCOVICI, Gilberto. **A problemática da constituição dirigente: algumas considerações sobre o caso brasileiro**. *Revista de Informação Legislativa*, a. 36, n. 142, abr./jun. 1999.

_____. **Desigualdades Regionais, Estado e Constituição**. São Paulo: Max Limonad, 2003.

_____. **Estado Intervencionista e Constituição Social no Brasil: o silêncio ensurdecer de um diálogo entre ausentes**. In: Cláudio Pereira de Souza Neto; Daniel Sarmiento; Gustavo Binenbojm. (Org.). *Vinte Anos da Constituição Federal de 1988*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009.

_____. **O ainda indispensável direito econômico**. In: BENEVIDES, Maria V. de M.; BERCOVICI, Gilberto; MELO, Claudineu de (Org.). *Direitos humanos, democracia e república: homenagem a Fábio Konder Comparato*. São Paulo: Quartier Latin, 2009.

BLOTTA, Vitor S. L. **Obstáculos Econômicos aos Princípios do Pluralismo e da Igualdade no Acesso à Informação**. *5º Relatório Nacional sobre Direitos Humanos no Brasil*, Núcleo de Estudos da Violência da USP, 2012.

_____. **O direito da comunicação: uma nova teoria crítica do direito a partir da esfera pública política**. São Paulo: Fiuza, 2013.

_____. **Entre diversidade e justificação: liberdade de expressão e regulação da comunicação na perspectiva da comunicação social no Brasil.** *Revista Eptic Online*, v. 15, n. 3, 2013. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/1365>

BOLAÑO, César R. S. **Mercado brasileiro de televisão.** São Paulo: Editora da PUC-SP, 2004.

_____. **La centralidad de la Economía Política de la Comunicación (EPC) en la construcción del campo académico de la Comunicación: una contribución crítica.** *Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura*, n. 5, 2005. Disponível em: <http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/CesarBolano.pdf>.

_____. **A reforma do modelo brasileiro de regulação das comunicações em perspectiva histórica.** *Estudos de Sociologia*, v. 9, n. 17, 2007.

_____. e VIEIRA, Eloy. **The Political Economy of the Internet: Social Networking Sites and a Reply to Fuchs.** *Television & New Media*, Sage Publications, 2014. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1527476414527137>

BORK, Robert H. **The Antitrust Paradox: A Policy At War With Itself.** Basic Books, 1978.

BRITO CRUZ, Francisco Carvalho de. Dissertação de Mestrado. **Direito, Democracia e Cultura Digital: A Experiência de Elaboração Legislativa do Marco Civil da Internet.** Orientador: Jean Paul Cabral da Veiga Rocha, Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 2015.

BUCCI, Eugênio. **A internet não é um meio de comunicação,** *O Estado de São Paulo*, 20 de outubro de 2011, p. A2

CABRAL, Eula D. T. **Mídia no Brasil: Concentração das Comunicações e Telecomunicações.** *Revista Eptic*, vol. 17, n. 3, setembro-dezembro de 2015. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/download/4298/pdf>

CABRAL, Mário André Machado. **Estado, Concorrência e Economia: convergência entre antitruste e pensamento econômico no Brasil.** Tese de Doutorado. Orientador: Prof. Dr. José Maria Arruda de Andrade. Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 2016.

CAMPILONGO, Celso Fernandes. **Direito e Democracia.** 2a ed. São Paulo: Max Limonad, 2000.

COMPARATO, Fábio Konder. **O indispensável direito econômico,** *Revista dos Tribunais*, ano 101, v. 923, 2012.

_____. **A democratização dos meios de comunicação de massa.** *Revista USP*, n. 48, 2001.

COUTINHO, Diogo R. **Regulation and its crisis.** In LODGE, Martin (ed.), *Regulation scholarship in crisis?*, LSE Discussion Paper n. 84, 2016.

_____. **O direito econômico e a construção institucional do desenvolvimento democrático.** *REI - Revista Estudos Institucionais*, v. 2, n. 1, 2016. Disponível em: <https://www.estudosinstitucionais.com/REI/article/view/36>

_____. **Direito e economia política na regulação de serviços públicos.** Saraiva: São Paulo, 2017.

CRAWFORD, Susan. **The Communications Crisis in America.** *Harvard Law Policy Review* 5(2), 2011.

CROTEAU et al, **The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest**, Pine Forge Press, 2006

CUILEMBURG, Jan Van. **On Competition, Access and Diversity in Media, Old and New: Some Remarks for Communications Policy in the Information Age.** *New Media & Society*, vol. 1, n. 2, Londres: Sage publications, 1999.

DAHLGREN, Peter. **The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation.** *Political communication*, v. 22, n. 2, 2005.

DALY, Angela, **Beyond ‘Hipster Antitrust’: A Critical Perspective on the European Commission’s Google Decision.** *European Competition and Regulation Law Review*, 1(3), 2 de agosto de 2017. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3012437>

DEL BIANCO, Nelia Rodrigues; DA COSTA ESCH, Carlos Eduardo Machado; MOREIRA, Sonia Virginia. **Mudanças e permanências na radiodifusão pública da América Latina.** *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 12, n. 22, 2016.

DELRAHIM, Makan. **Don’t Stop Believin’: Antitrust Enforcement in the Digital Era**, Assistant Attorney General Makan Delrahim Delivers Keynote Address at the University of Chicago's Antitrust and Competition Conference, Chicago, 19 de abril de 2018. Disponível em: <https://www.justice.gov/opa/speech/assistant-attorney-general-makan-delrahim-delivers-keynote-address-university-chicagos>

DEMARCHI, Carlos H.; KERBAUY, Maria T. M. **A proposta de um novo marco regulatório para a comunicação no Brasil e as políticas para o setor | The proposal of a new regulation for Communication in Brazil and the public policies for Communication.** *Liinc em Revista*, v. 12, n. 1, 2016.

DIMAGGIO, Paul et al. **From the ‘digital divide’ to ‘digital inequality’: Studying Internet use as penetration increases.** *Princeton: Center for Arts and Cultural Policy Studies*, Woodrow Wilson School, Princeton University, v. 4, n. 1, p. 4-2, 2001.

DOS SANTOS, Suzy. **Implantação da TV a Cabo no Brasil.** *Intercom – Revista Brasileira de Comunicação*, vol. XX, n. 1, 1997.

DUARTE, Luiz Guilherme. **É pagar para ver: a TV por assinatura em foco.** São Paulo: Summus Editorial, 1996.

DUNCAN, Jane, e REID, Julie. **Toward a measurement tool for the monitoring of media diversity and pluralism in South Africa: A public-centred approach.** *Communicatio: South African Journal for Communication Theory and Research*, 39, n. 4, 2013.

ECONOMY, Elizabeth C. **The Great Firewall of China: Xi Jinping’s Internet Shutdown.** *The Guardian*, 29 de junho de 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/news/2018/jun/29/the-great-firewall-of-china-xi-jinpings-internet-shutdown>

EINSTEIN, Mara. **Media diversity: Economics, ownership, and the FCC.** New York: Routledge, 2003. Capítulos 1 (“Diversity and the FCC”), 6 (“The Program Selection Process”) e 7 (“The Reality of Diversity”).

EVANS, David S., **Antitrust Economics of Free.** *Competition Policy International*, 2011. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=1813193>

EZRACHI, Ariel, e STUCKE, Maurice E. **Virtual Competition.** Edição digital. Cambridge: Harvard University Press, 2016.

_____. **The fight over antitrust's soul.** *Journal of European Competition Law & Practice*, Vol. 9, No. 1, 2018

FARACO, Alexandre Ditzel. **Regulação e direito concorrencial: as telecomunicações.** São Paulo: Livraria Paulista, 2003.

_____. **Democracia e regulação das redes eletrônicas de comunicação: rádio, televisão e Internet.** Belo Horizonte: Fórum, 2009.

FARACO, Alexandre D.; PEREIRA NETO, Caio M.S.; e COUTINHO, Diogo R. **A judicialização de políticas regulatórias de telecomunicações no Brasil.** *Revista de Direito Administrativo*, v. 265, 2014. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rda/article/view/18910>

FEINTUCK, Mike. **Regulatory Rationales Beyond the Economic: in search of the public interest.** In Baldwin, R., Cave, M. & Lodge, M. (eds.) *Oxford Handbook of Regulation.* Oxford University Press, 2010, pp. 39-63.

FERNANDES, André de Godoy. **Meios de comunicação social no Brasil: promoção do pluralismo, direito concorrencial e regulação.** Tese de Doutorado. Orientador: Prof. Calixto Salomão Filho. Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 2009.

FONSÊCA, Daniel. **Marco Regulatório do Sistema de Mídia Brasileiro - Estudo realizado para o Monitoramento da Propriedade da Mídia, MOM - Brasil 2017,** outubro de 2017, Versão em português disponível em: https://brazil.mom-rsf.org/fileadmin/Editorial/Brazil/MOM_Documento_legal_portugues.pdf.

FOX, Eleanor M. **Economic development, poverty and antitrust: the other path.** *New York University Law and Economics Working Papers*, 2007.

_____. **Against Goals.** *Fordham Law Review*, vol. 81, issue 5, 2013.

GAL, Michal, e RUBINFELD, Daniel L. **The Hidden Costs of Free Goods: Implications for Antitrust Enforcement.** *Antitrust Law Journal*, v. 80, n. 401, 2016, pp. 521-522.

GRAMACHO, Wladimir G. (org.). **A Pesquisa Brasileira de Mídia: padrões de uso dos meios de comunicação social no Brasil e suas implicações.** *Revista Debates (NUPESAL/UFRGS)*, v. 9, n. 3, 2015.

GRUNES, Allen P. **Antitrust and the Marketplace of Ideas.** *Antitrust Law Journal*, n. 69, 2001. *Communication theory*, v. 16, n. 4, 2006.

_____. **Is 'fake news' a competitive problem?** *CPI Antitrust Chronicle*, Dezembro de 2017. Disponível em: <https://www.competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2017/12/CPI-Grunes.pdf>

GUZMÁN, Víctor H. **Una 'ley de medios' en los medios: La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual argentina en el espacio público mediatizado.** *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, v. 22, n. 2, 2016.

HABERMAS, Jürgen. **Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research.** *Communication theory*, v. 16, n. 4, 2006.

_____. **Mudança Estrutural da Esfera Pública: Investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa.** Trad. Denilson Luís Werle. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

HALAVAIS, Alexander. **Search engine society.** John Wiley & Sons, 2017.

HIDALGO, Emilio S. **O primeiro discurso de vitória por Facebook Live,** *El País Brasil*, 28 de outubro de 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/28/politica/1540752778_816687.html

HINTZ, Arne. **Challenging the Digital Gatekeepers: International Policy Initiatives for Free Expression,** *Journal of Information Policy*, vol. 2, 2012

_____. **Towards community and non-profit media legislation in South America: challenging media power through citizen participation.** in MCCHESENEY et al (eds). *The International Political Economy of Communication.* Londres: Palgrave Macmillan, 2014.

HO, Daniel E. e QUINN, Kevin M. “The Role of Theory and Evidence in Media Regulation and Law: A Response to Baker and a Defense of Empirical Legal Studies”, *Federal Communications Law Journal*, vol. 61, 2008-2009.

_____. “Viewpoint Diversity and Media Consolidation: An Empirical Study”. *Stanford Law Review*, v. 61, issue 4, 2009.

HONNETH, Axel. **Disrespect: the normative foundations of critical theory.** Reino Unido: Polity Press, 2007.

HORTON, Thomas J. e LANDE, Robert H. **Should the Internet Exempt the Media Sector from the Antitrust Laws?**, *Florida Law Review*, v. 65, 2013.

HORWITZ, Robert B. **On media concentration and the diversity question.** *The information society*, vol. 21, n. 3, 2005.

HOVENKAMP, Herbert, **Is Antitrust's Consumer Welfare Principle Imperiled?**, *University of Pennsylvania, Institute for Law & Economic Research Paper No. 18-15*, 28 de agosto de 2018. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3197329>.

_____. **Whatever Did Happen to the Antitrust Movement?** *University of Pennsylvania Law School, Institute for Law & Economics*, Research Paper No. 18-32, dezembro de 2018, p. 636. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3097452>.

HUBBARD, Sally. **Fake News is a Real Antitrust Problem,** *Competition Policy International/Antitrust Chronicle*, dezembro de 2017. Disponível em: <https://www.competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2017/12/CPI-Hubbard.pdf>

INTERVOZES, **Censura e sucateamento: a comunicação pública agoniza,** *Carta Capital*, 7 de agosto de 2017. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/censura-e-sucateamento-a-comunicacao-publica-agoniza>

_____. **Monopólios Digitais – Concentração e Diversidade na Internet.** 2018. Disponível em: <http://monopoliosdigitais.com.br/site>.

JAMBEIRO, Othon. **A Regulação da TV no Brasil: 75 anos depois, o que temos?**, *Estudos de Sociologia*, Araraquara, v.13, n.24, 2008.

KARPPINEN, Kari. **Media Diversity and the Politics of Criteria**. *Nordicom Review*, vol. 27, n. 2, 2006.

KHAN, Lina. **Amazon's Antitrust Paradox**, *Yale Law Journal*, vol. 126, 2016.

KINGDON, John W., e James A. Thurber. **Agendas, alternatives, and public policies**, vol. 45. Boston: Little Brown, 1984.

LANDE, Robert H. **A Traditional and Textualist Analysis of the Goals of Antitrust: Efficiency, Preventing Theft from Consumers, and Consumer Choice**, *Fordham Law Review*, vol. 81, n. 5, 2013.

LIMA, Venicio A de. **Política de comunicações no Brasil: novos e velhos atores**. In: *XXI International Congress of the Latin American Studies Association*, Chicago, IL, setembro/1998. Disponível em: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/lasa98/deLima.pdf>

_____. **Liberdade de expressão x Liberdade de imprensa: Direito à comunicação e democracia**. São Paulo: Publisher Brasil, 2010.

_____. **Regulação das Comunicações: história, poder e direitos**. São Paulo: Paulus, 2011.

_____. e RABELO, Bráulio. S. **Monopólio ou oligopólio: contribuição ao debate**. *Observatório da Imprensa*. Ed. 833. 13 de janeiro de 2015. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/interessepublico/_ed833_monopolio_ou_oligopolio_contribuicao_ao_debate/

LYNN, Barry C. **Cornered: The new monopoly capitalism and the economics of destruction**. Hoboken: John Wiley & Sons, 2010.

MACHADO, Liliane e DOMINGOS, Marina. **A lei de mídia da Argentina vista pelo jornal O Estado de S. Paulo**. *Razón y Palabra*, n. 19.2_90, 2015, p. 606. Disponível em: <http://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/342>

MAIA, Rousiley C. M. (coord.) **Mídia e Deliberação**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

MARINONI, Bruno. **Concentração dos meios de comunicação de massa e o desafio da democratização da mídia no Brasil**. Análise nº 13, *Friedrich Ebert Stiftung Brasil*, 2015. Disponível em: <http://intervozes.org.br/wp-content/uploads/2016/02/Projeto-FES-Artigo-concentracao-meio.pdf>

MARQUES DE CARVALHO, Vinicius. **Defesa da Concorrência no Brasil - 50 anos**. 2013. Disponível em: http://www.cade.gov.br/aceso-a-informacao/publicacoes-institucionais/cade_-_defesa_da_concorrencia_no_brasil_50_anos-1.pdf

_____. e CRUZ LIMA, Ticiania Nogueira da. **Poder Econômico e Defesa da Concorrência: reflexões sobre a realidade brasileira**. *Publicações da Escola da AGU*, 2011

_____. e MATTTIUZZO, Marcela. **Plataformas de compartilhamento: nova lógica econômica?**, *Jota*, 28 de julho de 2017. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/coluna-do-vinicius/plataformas-de-compartilhamento-nova-logica-economica-28072017>

_____. **Regulação e Concorrência em tempos de disrupção**, *Jota*, 23 de outubro de 2018. Disponível em: <https://www.jota.info/tributos-e-empresas/regulacao/regulacao-e-concorrenca-em-tempos-de-disrupcao-23102018>

MCCHESENEY, Robert W. **Communication revolution: Critical junctures and the future of media**. Nova York: New Press, 2007.

_____. **Digital disconnect: How capitalism is turning the Internet against democracy**. Nova York: New Press (edição digital), 2013.

_____. **Rich media, poor democracy: Communication politics in dubious times**. Nova York: New Press, 2015.

MEINRATH, Sascha D. et al. **Digital feudalism: Enclosures and erasures from digital rights management to the digital divide**. In: *Advances in computers*, vol. 81, Elsevier, 2011.

MENDEL, Toby; CASTILLEJO, Ángel García; e GÓMEZ, Gustavo. **Concentration of Media Ownership and Freedom of Expression: Global Standards and Implications for the Americas**. *Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información*, n. 7, UNESCO, 2017.

MEDVEDOVSKY, Konstantin. **Hipster Antitrust – A Brief Fling or Something More?**, *Competition Policy International – Antitrust Chronicle*, abril de 2018, p. 2. Disponível em: <https://www.competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2018/04/CPI-Medvedovsky.pdf>

MIRANI, Leo. **Millions of Facebook users have no idea they're using the internet**. *Quartz*, 9 de fevereiro de 2015. Disponível em: <https://qz.com/333313/millions-of-facebook-users-have-no-idea-theyre-using-the-internet/>

MOROZOV, Evgeny. **The net delusion: The dark side of Internet freedom**. Edição digital. New York: PublicAffairs, 2012

NEWMAN, John M. **Antitrust in Zero-Price Markets: Foundations**. *University of Pennsylvania Law Review*, vol. 164, 2015.

ORBACH, Barak. **Antitrust's Pursuit of Purpose**. *Fordham Law Review*, vol. 81, n. 5, 2013.

_____. **How Antitrust Lost Its Goal**. *Fordham Law Review*, vol. 81, n. 5, 2013.

OSNOS, Evan. **Ghost In the Machine: Can Mark Zuckerberg Fix Facebook Before It Breaks Democracy?**. *The New Yorker*, 17 de setembro de 2018.

PASQUALE, Frank. **Platform Neutrality: Enhancing Freedom of Expression in Spheres of Private Power**. *Theoretical Inquiries in Law*, n. 17.2, 2016.

_____. **The Automated Public Sphere**, 8 de novembro 2017. *University of Maryland Legal Studies Research Paper No. 2017-31*, p. 7. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3067552>

PASTI, André. **Globo usa 'A Lei do Amor' para desinformar sobre regulação da mídia**, *Blog Intervezes*, 21 de outubro de 2016. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervezes/globo-usa-novela-para-desinformar-sobre-regulacao-da-midia>

PITOFESKY, Robert. **The political content of antitrust**. *University of Pennsylvania Law Review*, vol. 127, n. 4, 1979.

POSSEBON, Samuel. **TV por assinatura: 20 anos de evolução**. São Paulo: Save Produção, 2009.

REBOUÇAS, Edgar. **O discurso/escudo da liberdade de expressão dos “donos” da mídia**. In CHAGAS, Cláudia M. F. et al. *Classificação indicativa no Brasil: desafios e perspectivas*. Brasília: Ministério da Justiça, 2006, p. 95. Disponível em: http://culturadigital.br/classind/files/2013/10/Livro_Classificacao.pdf

REZENDE, Constança. **Bolsonaro planeja ‘lives’ no horário eleitoral para driblar pouco tempo de TV**, *O Estado de S. Paulo*, 21 de agosto de 2018. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,bolsonaro-planeja-lives-no-horario-eleitoral-para-driblar-pouco-tempo-de-tv,70002467261>

SALOMÃO FILHO, Calixto. **Regulação da atividade econômica (princípios e fundamentos jurídicos)**. São Paulo: Malheiros, 2008.

_____. **Direito Concorrencial**. São Paulo: Malheiros, 2013.

SASSARA, Luna et al. **Entrevistas M – Bia Barbosa**. *Manchetômetro*, 15 de agosto de 2018. Disponível em: <http://www.manchetometro.com.br/index.php/destaques/2018/08/15/bia-barbosa/>.

SEL, Susana e GASLOLI, Pablo. **Audiovisual Services Law No. 26.522: Cultural Practices, Power and Communication**. in MCCHESENEY et al (eds). *The International Political Economy of Communication*. Londres: Palgrave Macmillan, 2014.

SHELANSKI, Howard A. **Antitrust Law as Mass Media Regulation: Can Merger Standards Protect the Public Interest?**. *California Law Review*, vol. 94, n. 2, 2006.

SILVA, Juliano Mendonça Domingues da. Tese de Doutorado: **Frágil Democracia e Políticas de Comunicação: Processos Regulatórios, Diversidade e Concentração na TV aberta no Brasil e na Argentina**. Orientador: Jorge Zaverucha. Recife, 2015.

SILVA PEREIRA, Caio Mario da. **Análise de concentração econômica no setor de comunicação: defesa da concorrência, democracia e diversidade na esfera pública**. *Revista de Direito da Concorrência (Edição Especial – Retrospectiva 2003)*, 2003.

SPAGNUOLO, Sergio. **Uma a cada 4 pessoas consome notícias via WhatsApp regularmente**. *Aos Fatos* 26 de outubro de 2018. Disponível em: <https://aosfatos.org/noticias/uma-cada-4-pessoas-consome-noticias-whatsapp-regularmente/>

STUCKE, Maurice E. e GRUNES, Allen P., **Toward a Better Competition Policy for the Media: The Challenge of Developing Antitrust Policies that Support the Media Sector's Unique Role in Our Democracy**, *Connecticut Law Review*, Vol. 42, 2009; Disponível em <https://ssrn.com/abstract=1330681>.

TARDÁGUILA, Cristina et al. **Fake News Is Poisoning Brazilian Politics**. *Whatsapp Can Stop It*. *The New York Times*, 17 de outubro de 2018.

THIEL, Peter. **Competition Is For Losers**, *The Wall Street Journal*, 12 de setembro de 2014. Disponível em: <https://www.wsj.com/articles/peter-thiel-competition-is-for-losers-1410535536>

VALCKE, Peggy et al. (eds). **Media Pluralism and Diversity: Concepts, Risks and Global Trends**. Reino Unido: Palgrave Macmillan, 2015.

VALENTE, Jonas. **Regulação da mídia: a invisibilidade de uma agenda essencial à democracia.** *Le Monde Diplomatique Brasil*, 2 de outubro de 2018. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/regulacao-da-midia-a-invisibilidade-de-uma-agenda-essencial-a-democracia/>

VICENZO, Giacomo. ‘**A game of patience and persistence**’: life in São Paulo’s internet deserts. *The Guardian*, 11 de janeiro de 2019. Disponível em: <https://www.theguardian.com/cities/2019/jan/11/a-game-of-patience-and-persistence-life-in-sao-paulo-internet-deserts>

WOOD, Molly e HUGHES, Stephanie. **Could public pressure cause Facebook to regulate itself?**, *Marketplace Tech Blogs*, 25 de setembro de 2017. Disponível em: <https://www.marketplace.org/2017/09/25/tech/social-pressure-social-network>

WORLD BANK INSTITUTE DEVELOPMENT STUDIES. **The Right to Tell: The Role of Mass Media in Economic Development.** Washington, D.C: The World Bank, 2002.

WU, Tim. **When Law & the Internet First Met.** *Green Bag*, 2d, v. 3, 2000.

_____. **The master switch: The rise and fall of information empires.** Nova York: Vintage Books, 2011.

_____. **An Introduction to the Law & Economics of Information.** Columbia Public Law Research Paper No. 14-399; Columbia Law and Economics Working Paper No. 482. Disponível no SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2446577>

_____. **The Attention Merchants: the epic scramble to get inside our heads.** Nova York: Knopf, 2017.

_____. **The Curse of Bigness: Antitrust in the New Guided Age,** New York: Columbia Global Reports, 2018

_____. **The Case for Braking Up Facebook and Instagram,** *The Washington Post*, 28 de setembro de 2018. Disponível em: https://www.washingtonpost.com/outlook/2018/09/28/case-breaking-up-facebook-instagram/?utm_term=.d4b384535abd

ZIMMER, Daniel. **The Basic Goal of Competition Law: To Protect the Opposite Side of the Market.** In: Daniel Zimmer (ed.), *The Goals of Competition Law*, Edward Elgar Publishing, 2012.