



|                   |  |
|-------------------|--|
| <b>Evento</b>     | Salão UFRGS 2022: SIC - XXXIV SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS                   |
| <b>Ano</b>        | 2022   |
| <b>Local</b>      | Campus Centro - UFRGS  |
| <b>Título</b>     | O paradoxo do Google: a geração de ganhos de eficiência e as condutas anticompetitivas |
| <b>Autor</b>      | IGOR MARCELO BLUME   |
| <b>Orientador</b> | KELLY LISSANDRA BRUCH  |

O crescimento exponencial da economia digital carrega implicações para a concorrência. As profundas mudanças na forma como as empresas operam e as novas relações entre os agentes no mercado impõe desafios de adaptação para as técnicas jurídicas tradicionais e para os órgãos de regulação. No direito antitruste esses desafios se potencializam, especialmente em relação aos agentes econômicos dominantes no mercado, justamente por oferecem riscos à concorrência. Nesse cenário, o presente estudo se propõe a identificar se (i) a companhia Google, através dos seus serviços, produz efeitos líquidos positivos ou ganhos de eficiência ao mercado digital e (ii) se esse eventual favorecimento é capaz de compensar ou atenuar possíveis condutas anticompetitivas praticadas. Por meio da aplicação do método dedutivo, foi realizada uma análise da literatura nacional e internacional buscando extrair um conceito de ganhos de eficiências e identificar a possibilidade de esses ganhos serem considerados na avaliação de práticas anticoncorrenciais. Foi também analisada a jurisprudência do CADE, a fim de identificar as situações e os requisitos para a consideração de ganhos de eficiência no julgamento de condutas anticompetitivas. Por fim, analisou-se as decisões do caso Google proferidas pela *European Commission*, *Federal Trade Commission* e CADE para verificar as considerações e ponderações entre efeitos positivos e negativos à concorrência gerados pelo Google. A partir disso, pode-se concluir que o Google produz ganhos de eficiência ao mercado, em benefício aos consumidores, e que esses ganhos podem ser considerados no julgamento de práticas anticompetitivas, desde que mediante o cumprimento de critérios objetivos, com proporcionalidade e atentando-se às peculiaridades do caso concreto.

Palavras-chave: Direito Concorrencial. Mercados Digitais. Posição Dominante. Bem estar do consumidor.