

# **CAPITALISMO ANTICOMPETIÇÃO**

**COMO OS OLIGOPÓLIOS  
CORPORATIVOS ESTÃO ASFIXIANDO  
OS MERCADOS CRIATIVOS**

**REBECCA GIBLIN  
E CORY DOCTOROW**



**ALTA BOOKS**  
GRUPO EDITORIAL  
Rio de Janeiro, 2024

# SUMÁRIO

## PARTE 1 – A CULTURA FOI COOPTADA

CAPÍTULO 1. Os gigantes empresariais asfixiaram a cultura	3
CAPÍTULO 2. Amazon e o controle do mercado de livros	19
CAPÍTULO 3. Como as notícias ficaram ruins	37
CAPÍTULO 4. Por que Prince mudou de nome	48
CAPÍTULO 5. Por que o <i>streaming</i> não compensa	60
CAPÍTULO 6. Por que o Spotify quer que você dependa das <i>playlists</i>	71
CAPÍTULO 7. O que os EUA têm em comum com Ruanda, Irã e Coreia do Norte	81
CAPÍTULO 8. Live nation e a transformação da música ao vivo em frigorífico de frango	87
CAPÍTULO 9. Por que sete mil escritores de Hollywood demitiram seus agentes	94
CAPÍTULO 10. Por que o <i>Fortnite</i> processou a Apple	101
CAPÍTULO 11. Youtube: incorporando gargalos anticompetitivos	112

## PARTE 2 – FREANDO OS FLYWHEELS ANTICONCORRENCIAIS

CAPÍTULO 12. Ideias soltas por aí	129
CAPÍTULO 13. Direitos de transparência	140
CAPÍTULO 14. Ação coletiva	153

CAPÍTULO 15. Limites de tempo em contratos de direitos autorais	164
CAPÍTULO 16. Interoperabilidade radical	179
CAPÍTULO 17. Salários mínimos para trabalhos de criação	193
CAPÍTULO 18. Propriedade coletiva	208
CAPÍTULO 19. Unindo-nos contra o capitalismo anticompetição	223
<i>Agradecimentos</i>	237
<i>Notas</i>	238
<i>Índice</i>	274

AMOSTRA

# A CULTURA FOI COOPTADA

AMOSTRA

## OS GIGANTES EMPRESARIAIS ASFIXIARAM A CULTURA

A cultura foi asfixiada. Três enormes conglomerados são proprietários dos três selos de gravação e das três gravadoras que controlam praticamente toda a música do mundo. Eles criaram a indústria de *streaming*, dominada pelo Spotify, que pertence (ou pertencia) parcialmente a essas mesmas três gravadoras. Quando a Disney engoliu a 21st Century Fox, uma única empresa assumiu o controle de 35% das bilheterias dos EUA. O Google e o Facebook detêm o controle dos anúncios digitais que são inseridos em músicas, vídeos e notícias online. O Google — assim como a Apple — é o guardião de tudo o que é portátil, o que lhe dá uma cota enorme em jogos, livros, músicas e filmes. Via YouTube, ele controla o *streaming* de vídeo. A Live Nation assumiu o controle exclusivo da venda de ingressos e shows. Nos Estados Unidos, uma empresa domina o rádio por terra e outra, por satélite. A Amazon exerce um controle férreo sobre as vendas de livros, e-books [livros digitais] e audiolivros, e domina a produção de e-books e audiolivros. A única editora que talvez consiga se manter é a Penguin Random House e, mesmo assim, somente abocanhando o maior número possível de outras grandes editoras. Quando começamos a escrever este livro, as seis maiores editoras de livros comerciais, chamadas de Big Six, haviam se tornado as cinco maiores, Big Five, e estão se movimentando para se tornarem quatro, Big Four, até o momento de publicação.

Juntas, essas empresas estão gerando uma riqueza enorme. Alguns dos criadores que elas distribuem também estão, mas as manchetes sobre a fortuna de um bilhão de dólares de Jay-Z ou o adiantamento generoso pago ao autor estreado de um suspense novo e empolgante disfarçam a realidade: muito pouco da vasta riqueza gerada pela arte e pela cultura é repassada aos que realmente a produzem.

Os mercados culturais são do tipo “quem ganhar leva tudo”: um punhado de pessoas fica com quase todas as recompensas. Assim tem sido há muito tempo, mas agora há cada vez menos para repartir com os demais. Para os autores de livros, os adiantamentos diminuíram em mais da metade desde a grande crise financeira de 2007-8. Os editores de notícias antes recebiam quase todo o dinheiro dos anúncios publicados nas suas páginas, mas esse valor caiu para

apenas 30%. Compositores afirmam que os relatórios de royalties se tornaram “quatro vezes mais volumosos para um quarto do dinheiro”.<sup>1</sup> Fiona Bevan, que compôs o sucesso *Unstoppable* com Kylie Minogue, conta ter recebido apenas cem libras em royalties de *streaming*, apesar de a faixa ter sido incluída em um álbum que chegou ao topo das paradas britânicas.<sup>2</sup> Rebecca Gates, que realizou uma pesquisa com músicos para a iniciativa Future of Music Coalition [Coalizão para o Futuro da Música], diz que até mesmo artistas famosos estão enfrentando dificuldades. “Tenho visto dados concretos de pessoas que fazem parte de bandas famosas — entre aspas —, bandas que são destaque em festivais, mas que ganhariam mais dinheiro com um bom emprego no varejo”.<sup>3</sup> O guitarrista e produtor Melvin Gibbs, que já participou de quase duzentos álbuns, sabe que o sistema não está funcionando. “Um dos princípios de um ecossistema saudável é que todos os níveis do ecossistema devem estar operando com eficiência máxima. O plâncton precisa estar saudável para que as baleias azuis sobrevivam”. Mas o setor musical (e o setor artístico de forma mais ampla) “baseia-se em *matar de fome* o plâncton para que as baleias possam sobreviver”.<sup>4</sup>

A razão pela qual os trabalhadores do setor de criação estão recebendo uma parcela cada vez menor da riqueza gerada por seu trabalho é a mesma que faz com que todos os trabalhadores estejam recebendo menos — estruturamos a sociedade para tornar os ricos mais ricos às custas dos demais. O campo de jogo está tão inclinado que um número cada vez maior de pessoas está despencaando da beira do abismo, assoladas por empregos precários, salários estagnados, altos custos de educação, moradia e saúde, bem como por políticas econômicas que privilegiam acionistas em detrimento de indivíduos e comunidades.

Essa grande inclinação do campo de jogo, em detrimento dos trabalhadores e em favor dos proprietários, tem várias causas, mas a maior delas é uma teoria radical do antitruste, impulsionada pelo jurista Robert Bork, queridinho e cultuado pela extrema direita, e exportada por seus discípulos da Escola de Economia de Chicago.

Durante os anos de glória da legislação antitruste — depois do New Deal, e antes de Bork — os governos se encarregaram da tarefa de reduzir os monopólios, alegando que eles eram *ruins*. Grandes empresas conseguiam influenciar indevidamente os governos, subornando-os ou coagindo-os a implementar políticas que eram boas para os acionistas dessas empresas e prejudiciais para seus funcionários, clientes e o resto da sociedade. Esses titãs não eleitos eram capazes de esmagar concorrentes, frear indústrias inteiras e reordenar a economia e a civilização de acordo com seus caprichos. O monopólio era visto como uma ameaça à própria ideia de cidadania democrática. Afinal, as empresas cujos lucros são enormes graças à falta de concorrência podem usá-los para influenciar políticas governamentais, fazendo com que os encarregados de elaborar essas políticas tomem decisões baseadas nas necessidades de alguns, não da maioria.

Então, a Escola de Chicago aplicou um golpe brilhante. Seus seguidores promoveram uma teoria antitruste que dispensava totalmente a ideia de

cidadania; em vez disso, insistiam que os órgãos reguladores antimonopólio deveriam limitar-se a pensar no “bem-estar do consumidor”, esquecendo todas aquelas coisas dos idealistas sobre “democracia” e “cidadania”. A versão de antitruste de Bork se preocupava principalmente em maximizar o bem-estar do consumidor no *curto prazo* — principalmente na forma de preços mais baixos — em vez de promover a concorrência como um fim em si mesmo. (Enfatizamos “curto prazo” porque, uma vez que a concorrência é eliminada do mercado, os benefícios para o consumidor, como preços mais baixos, evaporam rapidamente.)<sup>5</sup>

A ênfase no bem-estar do consumidor mudou completamente o cálculo. Contanto que os preços caíssem (ou, pelo menos, não subissem), as empresas praticamente podiam parar de se preocupar com a possibilidade de as autoridades antitruste baterem na porta com intimações judiciais. Isso significava que poderiam praticar preços predatórios para espremer rivais menores e assim tirá-los do mercado. Significava também que podiam lançar promessas de novas eficiências e preços mais baixos para persuadir os órgãos reguladores a deixá-los absorver concorrentes que antes estavam fora dos limites.

Durante a presidência de Ronald Reagan, essa nova teoria liberou uma poderosa e lenta geleira de monopolização sobre o mundo, que hoje já varreu quase tudo o que havia de belo e vibrante em seu caminho.

Supostamente, o capitalismo se baseia em mercados livres, mas os mercados têm uma tendência natural “ao monopólio, à extração destrutiva e ao rentismo” e, portanto, “requerem uma gestão vigilante justamente para garantir que se mantenham suficientemente como mercados”.<sup>6</sup> Essa vigilância foi abandonada durante os cinquenta e tantos anos da abordagem favorável ao não intervencionismo da Escola de Chicago e, como resultado, a concorrência nos Estados Unidos foi praticamente eliminada em uma surpreendente variedade de setores. Um poucas empresas — às vezes, apenas uma — controlam tudo atualmente das artes (editoração, filmes, música, *streaming*, quadrinhos, venda de livros, cinemas, agências de talentos, jogos, luta livre, estações de rádio) às finanças (bancos, fundos de investimento, auditorias, agências de classificação de títulos) passando pelo agronegócio (sementes, gado, tratores, fertilizantes, pesticidas, agricultura de precisão e produção de carne, ovos, grãos e hortaliças) e tudo mais (cruzeiros, uniformes e calçados esportivos, mantimentos, produtos farmacêuticos, frascos, dispositivos médicos, linhas aéreas, óculos, *fast food*, serviços de entrega de comida, ração para animais de estimação).

Parte desse aumento da concentração se deve a um tsunami de fusões: o número de empresas de capital aberto nos Estados Unidos caiu pela metade, mesmo tendo aumentado 50% em outros países desenvolvidos.<sup>7</sup> As empresas sempre juram que suas fusões resultarão em preços mais baixos, mas análises feitas *a posteriori* mostram repetidamente que, na verdade, os preços aumentam, especialmente quando a fusão ocorre em um mercado já concentrado.<sup>8</sup> Os órgãos reguladores continuam aceitando essas promessas e sua credulidade às vezes parece funcionar a seu favor: um integrante da Comissão Federal

de Comércio (FTC) chegou ao cargo de “Vice-Presidente Sênior de Assuntos Governamentais” da Comcast apenas quatro meses depois de votar a favor da megafusão desta com a NBC Universal.<sup>9</sup>

Se o bem-estar do consumidor como padrão realmente estivesse nos favorecendo, a igualdade de riqueza estaria melhorando. Na verdade, ela está retrocedendo, já que o patrimônio líquido do 1% mais rico aumentou em 650% em 30 anos desde 1989, graças, em grande parte, à sua participação acionária em empresas.<sup>10</sup> Isso supera cerca de quatro vezes os ganhos da metade inferior. É claro, foram as políticas da Escola de Chicago que fizeram o valor das ações dispararem. As corporações em setores concentrados têm margens mais altas — não porque essas empresas sejam mais eficientes ou particularmente bem administradas, mas porque conseguem manter longe a concorrência.<sup>11</sup>

Se investidores e corporações são os que ganham com tudo isso, os trabalhadores são os que perdem. Quando o poder corporativo excessivo mina o poder dos trabalhadores de negociar por melhores salários e condições, nossa participação nos ganhos do nosso trabalho fica cada vez menor. Isso vem acontecendo nos últimos quarenta anos — não apenas para os trabalhadores do setor de criação, mas para quase todos. Entre 1940 e 1980, o aumento dos salários nos EUA acompanhava de perto o aumento do valor produzido pelos trabalhadores: à medida que nos tornávamos mais produtivos, recebíamos mais salários. Nos quarenta anos seguintes, entretanto, fomos excluídos desses ganhos. A produtividade cresceu mais de 75%, mas o salário médio aumentou em apenas 5%. Em outras palavras, a participação da mão de obra no PIB diminuiu à medida que mais e mais do valor que criamos flui para os bolsos de outros. Isso está diretamente ligado ao aumento da concentração corporativa,<sup>12</sup> no qual temos mercados de trabalho altamente concentrados associados a salários até 25% mais baixos do que aqueles muito competitivos.<sup>13</sup> O declínio na participação da mão de obra foi acompanhado por uma transferência do risco para os trabalhadores (especialmente com o aumento do trabalho precário). Como as corporações passaram a ter mais poder, os executivos têm sido a única classe de trabalhadores a prosperar: seus salários aumentaram quase 1.000%.<sup>14</sup>

Lina Khan, uma renomada acadêmica especializada em antitruste e atual presidente da Comissão Federal de Comércio, afirma que o declínio nos níveis de concorrência é “tão uniforme em todos os mercados que a concentração excessiva e o poder de mercado indevido parecem não ser mais um problema isolado, mas sim uma característica sistêmica da economia política dos Estados Unidos”.<sup>15</sup>

Embora a concorrência seja supostamente fundamental para o capitalismo, atualmente os mais ricos enriqueceram ao suprimi-la.<sup>16</sup> E eles são atrevidos também quanto a isso. Peter Thiel anunciou em 2014 que “a concorrência é para perdedores” e aconselhou as empresas a monopolizarem seus domínios. Os cursos de administração ensinam a seus MBAs em formação as mesmas



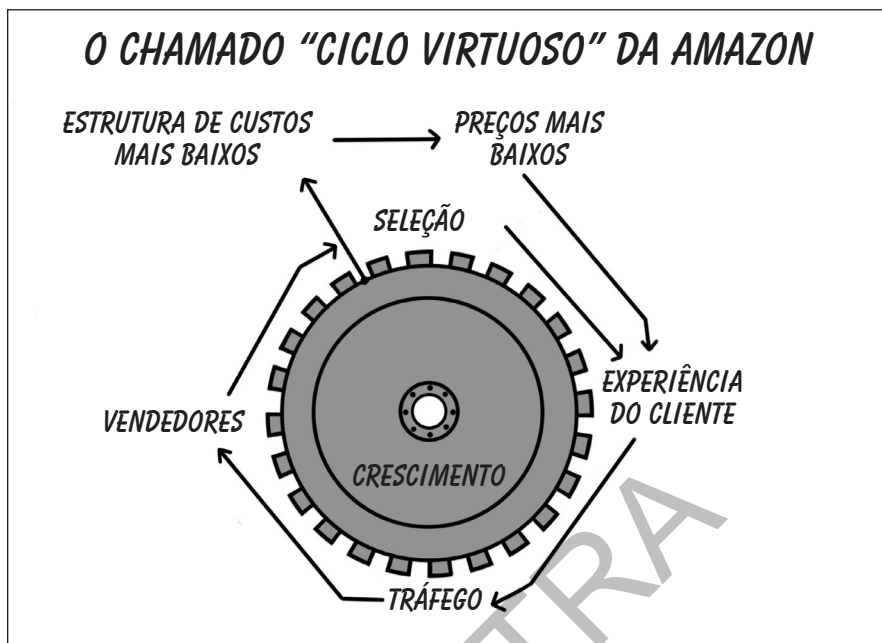
lições: evitar setores com alta concorrência, fazer o que for preciso para manter longe os possíveis concorrentes e, se tudo mais falhar, comprá-los.<sup>17</sup> Warren Buffett explica que, nos negócios, ele procura “castelos econômicos protegidos por fossos intransponíveis”,<sup>18</sup> porque “os produtos ou serviços cercados por fossos largos e sustentáveis são os que oferecem recompensas aos investidores”.<sup>19</sup>

Essa linguagem disfarça o que *realmente* está acontecendo. Quando Buffett fala sobre fossos, está se referindo ao tipo de barreiras que mantém clientes e fornecedores aprisionados e torna os mercados inóspitos para novos participantes. Essas corporações não estão protegendo castelos contra saqueadores. Elas estão criando gargalos anticompetitivos que separam os produtores dos consumidores a fim de capturar uma parcela desproporcional do valor do trabalho de outras pessoas.

Fossos têm várias formas diferentes. Os fossos de custos dão às empresas vantagens de custos sobre a concorrência (talvez porque tenham economias de escala imbatíveis, ou porque seja caro para os clientes ou fornecedores migrarem para outro lugar). Os fossos de dados surgem quando as empresas usam informações coletadas ao longo do tempo para obter vantagem sobre os rivais. Os fossos gerados pelo *network effect* [efeito de rede] se beneficiam de um fenômeno pelo qual alguns produtos e serviços se tornam mais valiosos à medida que mais pessoas os utilizam. Uma rede telefônica é o exemplo clássico: ela é inútil quando apenas uma pessoa tem acesso, porque não há ninguém a quem telefonar, mas seu valor aumenta rapidamente a cada novo assinante.

Empresas poderosas geralmente têm vários fossos. O Facebook, por exemplo, combina efeitos de rede tremendamente fortes (graças aos seus quase três bilhões de usuários ativos mensalmente) com uma vantagem de dados (os dossiês que ele coleta sobre você, com base em sua vigilância de anos, são mais apreciados pelos anunciantes do que tudo o que uma startup possa oferecer) e altos custos de migração (ou seja, ao sair, fica mais difícil comunicar-se com sua família, comunidade e amigos). O Google tem um arsenal semelhante, mas a empresa não quer que você pense que ela depende de fossos. É por isso que a empresa proíbe que seus funcionários usem frases como “efeitos de rede” e “barreiras à entrada”.<sup>20</sup>

A Amazon é a mestra dos fossos, usados para garantir que os clientes e fornecedores fiquem completamente presos. Ela atribui seu sucesso ao seu modelo *flywheel* [volante de inércia]. Os *flywheels* são volantes pesados, usados em máquinas para aumentar o impulso. Por serem tão pesados, exigem muito esforço para fazê-los girar, mas uma vez que estão funcionando, também é preciso muito esforço para pará-los. A Amazon descreve seu *flywheel* como um “ciclo virtuoso” que torna o negócio maior, melhor e mais rápido: estruturas de custo mais baixas levam a preços mais baixos, criando melhores experiências para o cliente, o que se traduz em mais tráfego e mais vendedores e, portanto, uma melhor seleção.



Mas esse ciclo é tudo, menos virtuoso. A expressão “estrutura de custos mais baixos” é essencialmente um eufemismo para “pressionar fornecedores e trabalhadores”. Quanto mais clientes a Amazon conquista, mais concessões ela arranca de seus fornecedores (incluindo editoras, atacadistas e transportadoras). Como ela repassa muitos desses benefícios aos clientes por meio de preços mais baixos e remessas cada vez mais baratas, isso também alimenta o ciclo, uma vez que os compradores tendem cada vez mais a comprar na Amazon. Quando esses compradores começarem a fazer algumas compras por ano, valerá a pena para eles pagar a pequena taxa anual para participar do programa Prime da Amazon e obter frete ilimitado, além de outros benefícios, como aluguel de livros e *streaming* de filmes e séries.

Quando Jeff Bezos decidiu criar o Prime, foi muito claro sobre suas intenções: “Quero criar um fosso em torno de nossos melhores clientes”.<sup>21</sup> Ele teve êxito. Um em cada dois lares americanos já é membro e eles estão praticamente presos ao site: um estudo recente constatou que apenas 1% dos assinantes do Prime tendem a comparar preços com outros lugares antes de fazer uma compra.<sup>22</sup>

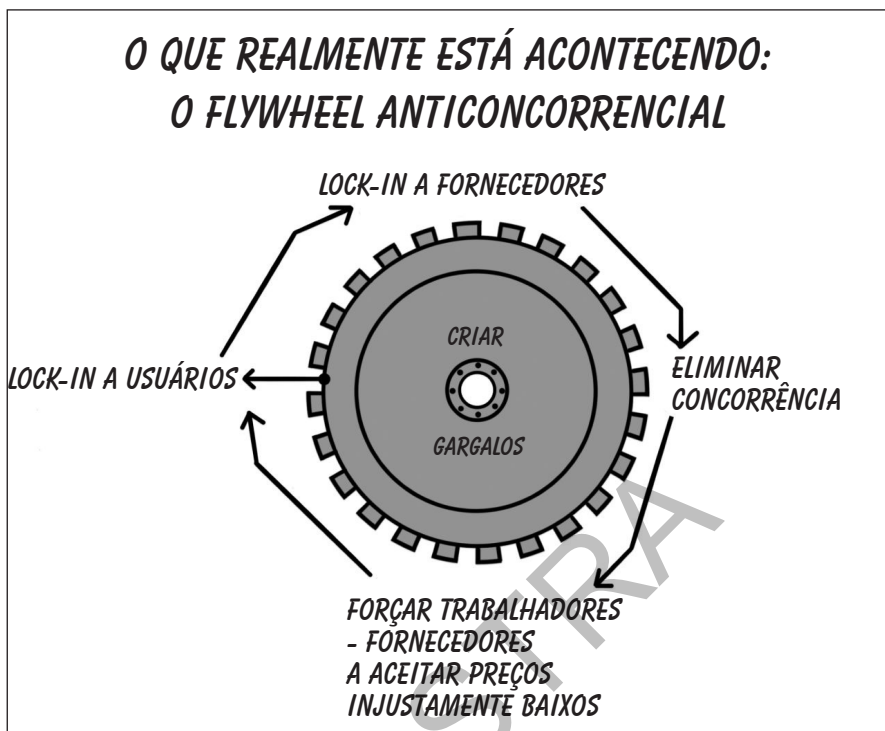
Como pagaram antecipadamente pelo frete, os membros Prime naturalmente preferem os vendedores do *marketplace* que oferecem o serviço Prime, e o algoritmo da Amazon dá prioridade a esses vendedores ao processar os pedidos, afastando suavemente os compradores de vendedores que não deram à Amazon controle total sobre seus negócios.<sup>23</sup> Muitos vendedores não têm outra

opção hoje a não ser usar os serviços de processamento de pedidos da Amazon para chegar a esses clientes, embora isso possa ficar muito mais caro do que atender os clientes diretamente.

O uso do processamento de pedidos da Amazon exige que as empresas transfiram ainda mais controle para a Amazon — algo perigoso, pois a Amazon já provou não ser um parceiro de negócios confiável.<sup>24</sup> Dentre outras práticas duvidosas, a Amazon usa seu conhecimento interno para rastrear as vendas de vendedores terceirizados e assim identificar os produtos mais lucrativos, depois clona esses produtos e os coloca à venda, prejudicando os vendedores cuja visão e investimento construíram mercados primeiramente para si mesmos. Um estudo examinou 850 produtos de vestuário inicialmente vendidos na Amazon por vendedores terceirizados e descobriu que a Amazon começou a comercializar um quarto dos produtos mais vendidos por seus clientes comerciais apenas doze semanas depois do anúncio inicial.<sup>25</sup> Os fornecedores sabem que a Amazon planeja clonar seus produtos de maior sucesso, mas não podem parar de vender por meio da plataforma porque, sem ela, não conseguirão alcançar seus clientes. Afinal, 66% dos consumidores online ignoram os mecanismos de busca e procuram produtos diretamente através da caixa de pesquisa da Amazon. No caso dos clientes que já sabem o produto que desejam, esse número sobe para 74%.<sup>26</sup> Os vendedores terceirizados pagam caro pela predação da Amazon: a cota que a Amazon detém de seus rendimentos aumentou para uma média de 40% — triplicando em apenas alguns anos.<sup>27</sup>

A estratégia da Amazon é a do *lock-in* [aprisionamento tecnológico] de usuários e fornecedores, tornando seus mercados hostis a novos participantes: em outras palavras, trata-se de criar gargalos anticompetitivos que forcem trabalhadores e fornecedores a aceitarem preços insustentavelmente baixos. Esse *flywheel* não é virtuoso — é anticoncorrencial.

No capitalismo anticompetição, o objetivo é criar barreiras duradouras à concorrência que permitam que as empresas monopolizem ou monopsonizem seus mercados. Aprendemos sobre monopólios desde que jogamos Banco Imobiliário pela primeira vez quando crianças. No final de cada jogo, alguém obtém propriedades suficientes para sugar os demais jogadores até a última gota. Os monopólios se formam quando um único vendedor detém o controle do fornecimento de algum bem ou serviço a todos os demais. A palavra *oligopólio* é usada quando um pequeno número de empresas controla um setor, mas *monopólio* também é coloquialmente usado nessas situações, e aqui nós o usamos para fazer referência a ambos. Algo que é menos examinado ou compreendido é como gargalos anticompetitivos criam o poder de *monopsônio*. Enquanto os monopólios ocorrem quando os vendedores têm poder sobre os compradores, os monopsônios ocorrem quando os compradores têm poder sobre os vendedores. Esse conceito não é tão conhecido — não há nenhum jogo de tabuleiro com o tema! —, mas é ainda mais importante para entendermos a difícil realidade de fornecedores e trabalhadores.



No monopólio,<sup>28</sup> o comprador tem poder sobre os vendedores e não o contrário. O alcance da Amazon no mercado de livros lhe confere enorme poder sobre as editoras. Os monopólios do Google sobre buscas, anúncios e vídeos se traduzem em predominância sobre vários domínios culturais, afetando diretamente artistas, gravadoras, compositores, editores de música, jornalistas e editores de notícias. Segundo mostra William Deresiewicz em *The Death of the Artist*, “se você só consegue vender seu produto para uma única entidade, essa entidade não é seu cliente; é seu chefe”.<sup>29</sup>

Os perigos do monopólio foram pela primeira vez percebidos — e assim denominados — pela economista Joan Robinson, que atuava na Universidade de Cambridge nos anos 1930. Em seu livro pioneiro *The Economics of Imperfect Competition*, a autora argumentava que o monopólio punha mais em risco os trabalhadores, uma vez que os empregadores eram os mais propensos a terem níveis monopsonistas de poder. Entretanto, outros fornecedores também poderiam ser afetados. De fato, originalmente a legislação antitruste dos Estados Unidos era, em grande parte, uma resposta ao poder de monopólio, criado depois que os agricultores se cansaram de ser explorados por operadores de elevadores de grãos e pelos frigoríficos.<sup>30</sup>

Embora tenhamos sido claramente alertados sobre os perigos do monopólio, economistas e órgãos reguladores negligenciaram consideravelmente a questão do excesso de poder de compra durante a era da Escola de Chicago.<sup>31</sup>

Peter Carstensen — cujo livro publicado em 2017 se aprofunda nas características singulares do monopsonio — afirma que o monopsonio é, no mínimo, tão grave quanto o monopólio, mas, por motivos que voltaremos a mencionar, “seu abuso é inerentemente mais difícil de controlar”.<sup>32</sup>

Por serem compradores muito poderosos, os monopsonistas conseguem fazer com que o valor pago aos trabalhadores e fornecedores fique abaixo daquele que seria pago em um mercado competitivo.<sup>33</sup> Para acionistas de empresas, isso traz os mesmos benefícios que o aumento dos preços ao consumidor — melhores margens de lucro! — e tem muito menos probabilidade de atrair o escrutínio indesejado dos órgãos reguladores. De fato, o pensamento da Escola de Chicago praticamente *convida* as empresas a pressionar fornecedores e trabalhadores. Uma empresa que faz isso reduz o custo dos insumos, o que pode resultar (ao menos temporariamente) em preços mais baixos, aparentemente promovendo o bem-estar do consumidor. Jeff Bezos entende isso perfeitamente — é o que ele diz em seu famoso aforismo: “Sua margem é minha oportunidade”.<sup>34</sup> Obviamente, isso ignora o fato de que esses trabalhadores e fornecedores terão menos dinheiro para gastar, o que tem o mesmo efeito que o aumento dos preços, pois as pessoas têm menos condições de pagar pelos serviços e bens de que precisam. Depois de gastar bilhões no projeto pessoal de se lançar ao espaço, Bezos agradeceu aos funcionários e clientes da Amazon, salientando que eles “pagaram por tudo isso”.<sup>35</sup> Ele estava certo, e muitos deles, sem dúvida, enfrentaram dificuldades de alimentação, moradia e saúde como resultado.

Atropelar a concorrência pode ser um jogo de longo prazo. Os negócios do tipo anticompetitivo investem os lucros na ampliação e no aprofundamento de suas fortificações contra a concorrência. A Amazon somente obteve lucro anual dez anos após o início de suas atividades e, mesmo agora, suas margens são muito pequenas. O Spotify tem perdido dinheiro todos os anos desde seu lançamento. Mas, mesmo assim, o preço de suas ações disparou porque os investidores perceberam quão habilmente eles estão asfixiando seus mercados. Uma vez que a concorrência for suficientemente eliminada, essas margens engordarão e serão usadas para persuadir os legisladores a fazer vista grossa ou aprovar regulamentações que consagrem seu predomínio.

Depois de um período de estígio que durou uma geração, o antitruste finalmente voltou à pauta — em *grande* estilo. O público está cada vez mais indignado com a forma como as pessoas e as corporações mais ricas estão bloqueando as ações sobre os problemas mais urgentes da sociedade, incluindo a emergência climática, a brutalidade policial, a desigualdade de riqueza, o enfraquecimento da democracia e a captura regulatória. Pela primeira vez, o Congresso dos Estados Unidos começou a investigar seriamente o domínio das Big Techs [grandes empresas de tecnologia], especialmente seu poder sobre os fornecedores. Mas ainda mal começamos a nos dar conta da situação em que nos encontramos.

Há muita discussão sobre o que é (e o que deveria ser) considerado um monopólio ou um monopsonio para os propósitos da legislação antitruste.

Atualmente, a aplicação dessa lei se baseia em infrações altamente técnicas muito difíceis de serem comprovadas até muito depois de uma empresa ter causado danos terríveis, momento em que ela é provavelmente tão poderosa a ponto de dificultar a aplicação da lei!

Uma crescente coligação de interesses contrários a esse poder corporativo concentrado defende que devemos nos afastar do padrão de bem-estar do consumidor e retornar às raízes do antitruste, interpretando a lei de modo que abranja metas mais amplas de interesse público, como a dispersão do poder econômico e a promoção da justiça. O presidente Joe Biden se posicionou favoravelmente ao movimento e expediu uma ordem executiva determinando que a FTC fiscalizasse a concentração corporativa de modo que proteja “a autonomia e a privacidade do consumidor”, vinculando explicitamente o antitruste a preocupações que vão além de garantir que os preços permaneçam baixos.<sup>36</sup> Os críticos rebateram, dizendo que afastar-se do padrão de bem-estar do consumidor trará mais prejuízos do que soluções, reduzindo a certeza e tornando a lei mais difícil de ser aplicada.<sup>37</sup>

Concordamos que há uma necessidade urgente de reformar a lei e a aplicação da lei antitruste e claramente criticaremos as abordagens existentes ao longo das próximas páginas. Mas não se deve depender exclusivamente dessa lei para fazer *todo* o trabalho pesado. Neste livro, analisamos, em primeiro lugar, como se forma o gargalo que permite que as corporações extraiam mais do que sua justa cota de valor. Muitas vezes, como iremos demonstrar, há estruturas legais além do antitruste que contribuem substancialmente para o acúmulo de grande poder corporativo. Por exemplo, a Amazon asfixia as editoras ao fazer o encadeamento de títulos de audiolivros e e-books com *locks* [bloqueios] digitais cuja remoção é ilegal. (Isso pode parecer benéfico para os autores e editoras, mas, como mostraremos no próximo capítulo, tem sido crucial para tirar seu poder.) O Spotify faz o mesmo com artistas e gravadoras através da *playlistification* [listagem de reprodução], que nos treina de modo que deixe que ela decida por nós o que vamos escutar, e mediante contratos de licença de música maliciosamente complexos redigidos de modo que mantenha os concorrentes fora do mercado. A Apple e o Google têm o poder de impedir que os desenvolvedores de jogos controlem onde obtemos o software para nossos celulares. O Facebook e o Google asfixiaram o mercado de publicidade em notícias controlando todos os lados do mercado de anúncios.

Os economistas da Escola de Chicago veem os monopólios como inerentemente autodestrutivos, alegando que as condições de monopólio sempre acabam atraindo rapidamente novos participantes que irão desgastar gradualmente esse domínio.<sup>38</sup> Afinal, se um enorme complexo de escritórios oferecer um único restaurante onde almoçar, é natural que *food trucks* comecem a aparecer no térreo.

Mas nem sempre é tão simples assim. Como seria se os órgãos reguladores aprovassem novas normas de segurança alimentar que o restaurante, graças à sua cozinha bem equipada, conseguiria cumprir, mas não os *food trucks*? (As

grandes empresas preferem o poder sem responsabilidade, mas aceitam o poder *com* responsabilidade como segunda opção.) E se o proprietário do restaurante pudesse desligar os elevadores na hora do almoço, fazendo com que descer as escadas seja tão inconveniente que a maioria prefira comer ali mesmo? E se eles comprassem os *food trucks* que vendessem as melhores comidas só para fechá-los? E se o restaurante pudesse tornar ilegal o estacionamento de *food trucks* no local?

Na realidade, isso é o que está acontecendo nas empresas do setor cultural. As falhas na legislação antitruste são, em última instância, o motivo pelo qual acabamos tendo corporações tão perigosamente poderosas. No entanto, há muitos outros suportes legais que também possibilitam esse acúmulo de poder corporativo concentrado. Embora as empresas que controlam o setor cultural muitas vezes se apresentem como inovadores disruptivos, elas devem seu domínio a complexas redes de direitos legais, intimidação corporativa e captura regulatória. Obviamente, as empresas tentarão criar gargalos anticompetitivos para derrotar a concorrência, conforme exigido pelo suposto dever dos executivos corporativos de atender aos interesses dos acionistas acima de tudo, incluindo justiça social, dignidade econômica e o meio ambiente. Deveríamos, porém, exigir um ambiente favorável aos trabalhadores e às pequenas empresas, com foco na remoção dos suportes jurídicos que permitem que as corporações capturem uma cota injusta de valor, mesmo que não atinjam os altos limites que justificam a intervenção antitruste.

Capitalismo sem concorrência não é capitalismo de verdade; é uma “economia de comando” estruturada em torno dos caprichos das diretorias corporativas. É claro que a incapacidade do capitalismo de manter as condições essenciais necessárias para seu funcionamento suscita discussões se ele deve ser substituído por completo. Mas enquanto o capitalismo continuar sendo *de fato* o sistema econômico e político dominante, devemos fazer tudo o que pudermos para promover condições competitivas, evitando que aqueles que já têm riqueza e poder continuem extraindo cada vez mais.

Essa noção abre novos caminhos para a reforma. Uma das razões pelas quais a legislação antitruste tem critérios tão rigorosos (incluindo a definição de “poder do mercado”, tão difícil de satisfazer que simplesmente deter a maior parte do mercado nem sempre é suficiente para se qualificar como tal!) é porque os órgãos reguladores procuram evitar “falsos positivos” — ou seja, intervenções que possam fazer com que os mercados funcionem com menos eficácia. O receio dos reguladores é de que eles possam coibir corporações que dominem simplesmente por serem mais eficientes, beneficiando empresas rivais que são administradas com menos habilidade, elevando assim os preços que os consumidores têm de pagar. Os reguladores antitruste também precisam ser cautelosos porque, como veremos mais adiante, suas soluções podem ser incrivelmente demoradas e caras de se aplicar, o que obriga a não impô-las levemente.

Mas já que estamos interessados em identificar e eliminar os outros suportes jurídicos que possibilitam a formação de gargalos, podemos nos permitir