

CONTEXTO

Os impactos do Digital Markets Act nos mercados digitais europeus:

o que dizem as evidências dos primeiros anos de vigência

reglab
centro de estratégia
& regulação

Sobre o Reglab

Somos um centro de pesquisa privado especializado no setor de mídia e tecnologia, que auxilia empresas, associações e formuladores de políticas a tomarem decisões estratégicas baseadas em dados e evidências.

Saiba mais em www.reglab.com.br

Sobre a Série Contexto

A série Contexto Reglab apresenta resumos concisos que sintetizam tópicos específicos ou tendências emergentes. Elaborados para apresentar informações de forma clara e acessível, incorporando elementos visuais como gráficos, tabelas e infográficos, combinando rigor analítico com praticidade.

Expediente

Diretor Executivo: Pedro Henrique Ramos

Diretora de Pesquisa: Marina Gonçalves Garrote

Autoras: Marina Gonçalves Garrote, Thais Palanca da Silva e Natália Góis Ribeiro

Pesquisadoras: Thais Palanca da Silva e Natália Góis Ribeiro

Diagramação Final: Larissa Camargo

Citação Sugerida: GARROTE; Marina; PALANCA, Thais; RIBEIRO, Natália. Os impactos do Digital Markets Act nos mercados digitais europeus: o que dizem as evidências dos primeiros anos de vigência. Contexto Reglab, n. 3. São Paulo: Reglab, 2026.

Este estudo foi financiado pelo Google Brasil Internet Ltda. O Reglab manteve independência na condução, análise e conclusões da pesquisa. Saiba mais em nosso Anexo de Metodologia.

Sumário Executivo

O Digital Markets Act (DMA), cujas obrigações valem para as empresas designadas como gatekeepers desde março de 2024, já levou essas empresas a mudar seus serviços na Europa. Ainda não se sabe se essas mudanças produziram os resultados que a lei pretendia. Este estudo reúne as evidências produzidas entre 2022 e 2026 sobre os efeitos do DMA nos mercados digitais europeus. Cada fonte foi classificada pela robustez da publicação e pelo método de pesquisa, e cada achado, pela direção do efeito em relação ao objetivo da norma. Como as principais obrigações valem há cerca de dois anos e meio, a literatura ainda é recente e está em formação. Os resultados estão organizados em cinco eixos:

- **Novos entrantes e investimentos em startups:** o único estudo causal do eixo encontra queda relativa no investimento e na criação de startups nos setores alcançados pelo DMA logo após a aprovação da norma, em 2022. O efeito enfraquece em 2023 e não aparece mais em 2024, quando as obrigações começam a valer. O estudo não indica se o investimento perdido foi recuperado. Os gatekeepers deixaram de comprar startups europeias em 2023 e 2024, mas esse canal sempre representou cerca de 2% das aquisições, ou seja uma porção muito pequena, e o estudo não separa o efeito do DMA do aumento do escrutínio antitruste nos Estados Unidos. A entrada de novos concorrentes depois de março de 2024 aparece apenas em registros descritivos da própria Comissão Europeia, que não medem a causa nem quanto esses serviços são usados. No caso dos navegadores, o mais bem documentado, os principais concorrentes beneficiados também são americanos.

- **Regras ex ante de conduta:** é o eixo com mais estudos causais, quatro dos sete analisados. Eles mostram que as regras mudaram o comportamento das empresas, com resultados desiguais. A tela de escolha aumentou o uso de navegadores concorrentes. No mercado de voos, as mudanças levaram tráfego para companhias aéreas de baixo custo e comparadores menores, e as passagens compradas na última semana ficaram entre 2% e 6% mais baratas, efeito que os próprios autores consideram limitado. Entre os pequenos vendedores de uma grande plataforma de comércio eletrônico, não houve ganho de receita e, em alguns casos, houve até piora. Os efeitos são claros na interface das plataformas, menores no comportamento dos usuários e não aparecem na receita de quem depende delas. Boa parte dessa variação vem da forma como cada empresa escolheu cumprir a obrigação.

- **Incentivos à inovação:** não há estudo causal neste eixo. Os estudos são teóricos ou descritivos, e nenhum mediu gasto em pesquisa, patentes ou lançamento de

produtos depois do início da aplicação das obrigações. Os estudos teóricos não preveem um efeito único: o resultado depende de qual obrigação se examina e de como a empresa a cumpre. A abertura dos sistemas a produtos complementares favoreceria a inovação de pequenas empresas e novos entrantes, mas pode reduzir o retorno de quem já inovou, porque a norma não distingue o lucro que vem da inovação do que vem de bloquear concorrentes. O único movimento observado, a entrada de novos concorrentes em IA, não alterou a posição dos gatekeepers e não pode ser separado da expansão da IA generativa.

- **Obrigações de interoperabilidade:** não há estudo causal neste eixo. As obrigações abriram espaço para novos serviços, como lojas de aplicativos alternativas, serviços baseados em portabilidade de dados e os primeiros aplicativos de mensagem interoperáveis com os serviços dos gatekeepers, mas não há dado público, nem da Comissão Europeia, sobre quanto são usados. Sobre a troca de mensagens entre aplicativos, a teoria, uma pesquisa com usuários e entrevistas com o setor convergem: o efeito tende a ser menor do que o pretendido e pode até fortalecer os serviços dos gatekeepers, porque as pessoas já usam vários aplicativos ao mesmo tempo. Para a abertura de lojas e sistemas operacionais, a teoria é mais favorável, mas uma conclusão preliminar da Comissão e estudos teóricos apontam as taxas de acesso e a falta de um padrão técnico comum como barreiras à adesão.

- **Bem-estar do consumidor:** os dois estudos causais do eixo mostram que, quando um serviço perde destaque na busca, o resultado depende das alternativas disponíveis. Onde já havia concorrentes consolidados, como no mercado de voos, o serviço do gatekeeper perdeu visitas e concorrentes menores ganharam tráfego. Onde não havia, como no de mapas, os usuários passaram a dar um passo a mais para chegar ao mesmo serviço. Estudos descritivos registram mais opções para o consumidor, como recusar que as plataformas combinem seus dados entre serviços, e também mais etapas de uso, segundo a percepção de parte dos usuários. Parte desse atrito decorre da forma como as empresas cumprem a norma. Sobre preços, a única evidência causal é a queda nas passagens aéreas registrada no eixo de regras de conduta. Nenhum estudo mede o saldo final para o usuário.

Obrigações semelhantes produziram resultados diferentes. As evidências apontam três fatores para essa variação: o desenho de cada obrigação, a forma como cada empresa a cumpriu e as condições de cada mercado, em especial a existência de concorrentes já estabelecidos para onde os usuários possam migrar. Faltam, em quase todos os eixos, dados sobre quantas pessoas usam as novas opções criadas pela norma. Como as obrigações valem há cerca de dois anos e meio e poucos estudos isolam o efeito da norma, ainda é cedo para um balanço definitivo.

Sumário

1. Introdução 6

2. Metodologia 9

2.1. Régua de classificação das referências 10

3. Resultados 14

3.1. Novos entrantes e investimentos em startups 14

3.2. Regras ex ante de conduta 17

3.3. Incentivos à inovação 20

3.4. Obrigações de interoperabilidade 23

3.5. Bem-estar do consumidor 26

4. Análise e Comentários 31

4.1. Evidências para o debate brasileiro: cautelas e aprendizados da experiência europeia 31

4.2. Do efeito Bruxelas ao efeito anti-Bruxelas: o DMA como modelo em disputa 34

5. Conclusão 37

6. Direcionamentos - Futuros Estudos 39

Referências 41

Anexo de Metodologia Reglab 44

1. Introdução

Buscadores, lojas de aplicativos, marketplaces, redes sociais e sistemas operacionais passaram a intermediar boa parte das relações entre empresas e consumidores. Esses mercados tendem a se concentrar em poucas empresas, porque atender um usuário a mais custa pouco, os serviços ganham valor à medida que mais pessoas os usam e o acesso a dados reforça a vantagem de empresas que lideram (Crémer; De Montjoye; Schweitzer, 2019). Diante desse cenário, diferentes jurisdições passaram a discutir se as regras de concorrência existentes são suficientes para os mercados digitais.

A União Europeia foi uma das primeiras a responder a essa pergunta com uma regra específica: o Digital Markets Act (DMA), ou Regulamento dos Mercados Digitais. Proposto pela Comissão Europeia em dezembro de 2020, o regulamento foi aprovado pelo Parlamento e pelo Conselho em julho de 2022 e entrou em vigor em novembro do mesmo ano. As regras começaram a ser aplicadas em maio de 2023, e as empresas reguladas tiveram até março de 2024 para se adaptar (Parlamento Europeu, 2026; Comissão Europeia, 2026c). **O DMA tem, portanto, cerca de dois anos e meio de aplicação efetiva.**

Neste relatório, chamamos de aprovação o marco de 2022 e de início da aplicação das obrigações no mês de março de 2024, a partir do qual as empresas designadas passaram a ter de cumprir as regras.

O objetivo declarado da legislação é tornar os mercados digitais mais **contestáveis**, isto é, abertos à entrada de concorrentes, e mais **justos** na relação entre plataformas e seus usuários, que podem ser outras empresas que vendem pela plataforma, isto é um lojista na Amazon, ou consumidores, isto é pessoas que compram ou usam esses produtos e serviços (União Europeia, 2022).

O DMA não se aplica a todo o setor digital, apenas aos *gatekeepers* (“guardiões de acesso”), que são grandes empresas que oferecem ao menos um dos dez “serviços essenciais de plataforma” listados na lei, como buscadores, lojas de aplicativos, redes sociais, mensageria, sistemas operacionais e publicidade online. Até a elaboração deste relatório, a Comissão Europeia havia designado sete *gatekeepers*: Alphabet, Amazon, Apple, Booking, ByteDance, Meta e Microsoft, responsáveis por 23 serviços essenciais de plataforma.

A essas empresas, a lei europeia impõe uma lista fixa de obrigações, por exemplo: um sistema operacional designado deve permitir a instalação de aplicativos e lojas de terceiros; um *gatekeeper* não pode exigir que usuários se cadastrem em outro de seus

serviços essenciais como condição para usar um deles; um buscador designado não pode dar mais destaque aos próprios serviços do que aos de concorrentes; e dados de usuários não podem ser cruzados entre serviços da mesma empresa sem consentimento. O descumprimento pode gerar multa de até 10% do faturamento mundial da empresa, ou até 20% em caso de reincidência.

Por que buscar evidências sobre impactos do DMA?

O DMA adota uma regulação *ex ante* da concorrência. No controle de condutas, a regra geral é a análise *ex post:* a autoridade investiga uma prática depois que ela ocorre, precisa demonstrar que ela prejudica ou pode prejudicar a concorrência, e a empresa pode justificá-la por seus benefícios (União Europeia, 2022). Há exceções, como o cartel, que no Brasil é um ilícito por objeto (Brasil, 2011). O DMA leva essa lógica a um conjunto de práticas das grandes plataformas digitais. As empresas designadas como gatekeepers começam com obrigações definidas, que valem "independentemente dos efeitos" da conduta e, salvo exceções restritas, não admitem justificativas por benefícios (considerando 11).

Na prática, se uma integração entre serviços, como exibir mapas ou avaliações locais nos resultados de busca ou incorporar funções ao sistema operacional, for alcançada por uma obrigação, a empresa não pode mantê-la demonstrando ganhos de conveniência, segurança ou privacidade para usuários, como poderia em uma análise *ex post*. As exceções previstas se limitam a medidas estritamente necessárias e proporcionais para proteger a integridade e a segurança de sistemas operacionais e dispositivos (arts. 6(4) e 6(7)). A vantagem esperada é agir mais rápido e com mais previsibilidade, sem depender de investigações caso a caso. O risco é proibir práticas que também possam beneficiar consumidores e empresas.

O Brasil também passou a discutir um modelo regulatório semelhante (*ex-ante*) para os mercados digitais. Em 2024, o Ministério da Fazenda abriu tomada de subsídios para entender se o país deveria adotar regras *ex ante* para plataformas digitais, reforçar a atuação *ex post* ou combinar as duas (Brasil, 2024). Em setembro de 2025, o Poder Executivo apresentou o Projeto de Lei 4.675/2025, conhecido como PL dos Mercados Digitais, que modifica a Lei 12.529/2011 (Lei de Defesa da Concorrência), que tramita em regime de urgência na Câmara dos Deputados desde março de 2026 (Brasil, 2025).

O projeto cria no Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) uma Superintendência de Mercados Digitais, encarregada de propor a designação de "agentes econômicos de relevância sistêmica em mercados digitais". A designação recai sobre grupos econômicos e considera critérios como a atuação em mercados de múltiplos lados, os efeitos de rede, a integração vertical, o acesso a grandes volumes de dados e o número de usuários. O projeto permite que o CADE imponha obrigações especiais, como regras de transparência, portabilidade de dados, interoperabilidade e acesso não discriminatório. Essas obrigações não estão predefinidas no texto do projeto: são definidas em processo

administrativo próprio para cada agente (Brasil, 2025). Como o conteúdo das obrigações dependerá dessas decisões, as evidências sobre os efeitos de obrigações semelhantes na Europa podem contribuir para informá-las.

Com pouco mais de dois anos de aplicação, o DMA permite observar os primeiros efeitos da regulação *ex ante* em mercados digitais. Este estudo reúne essas evidências para contribuir com um debate brasileiro mais bem informado por dados. Não comparamos o DMA com o PL nem analisamos o texto do projeto de lei.

O objetivo do estudo é reunir as evidências científicas produzidas entre 2022 e 2026 sobre os impactos do DMA nos mercados digitais europeus, organizadas a partir de cinco eixos conforme abaixo.

(1) novos entrantes e investimentos em startups, **(2)** regras *ex ante* de conduta, **(3)** incentivos à inovação, **(4)** obrigações de interoperabilidade e **(5)** bem-estar do consumidor. Cada estudo recebe duas classificações. A primeira é a robustez, que depende do tipo de publicação: robusta, moderada ou limitada. A segunda é a metodologia, que indica se o estudo é causal, correlacional, descritivo ou teórico. O cruzamento dessas classificações permite identificar, para cada achado, se é resultado de medição empírica que atribui causalidade ou correlação de alguma mudança ao DMA, descreve seus efeitos baseados em dados, ou se é resultado de uma projeção baseada em teoria, e a que grau de revisão externa a fonte foi submetida.

O que entendemos como impactos do DMA nos mercados digitais?

Neste estudo, consideramos como impacto do DMA qualquer mudança observada nos mercados digitais, seja em preços, na entrada de novos concorrentes, no tráfego que os serviços recebem, na adoção das opções criadas pela norma ou no bem-estar dos consumidores. O bem-estar, aqui, inclui a variedade da oferta, a qualidade dos serviços e a proteção dos dados pessoais. A mudança precisa ser posterior à designação das empresas como gatekeepers ou ao início da aplicação da obrigação correspondente, e o estudo precisa relacioná-la a uma obrigação identificável da norma. Também consideramos os impactos projetados por trabalhos teóricos: modelos econômicos, simulações, estudos sobre a viabilidade de implementação das obrigações e análises jurídicas sobre seus efeitos no mercado.

2. Metodologia

Reunimos as evidências dos impactos do DMA nos mercados digitais europeus, produzidas entre 2022 e 2026, por meio de um compilado de achados, um processo organizado em três etapas: 1. coleta de dados, 2. triagem e 3. análise. Com isso, nosso objetivo foi identificar padrões e achados, destacar lacunas e gerar conclusões baseadas na avaliação dos estudos disponíveis. Visando delimitar a amostra a ser analisada, a coleta seguiu um protocolo de busca predefinido, com comandos de busca organizados e aplicados separadamente a cada um dos cinco eixos que estruturam este trabalho:

1. **Novos entrantes e investimentos em startups:** efeitos sobre a entrada de novos concorrentes e o volume de investimento nos mercados regulados;
2. **Regras *ex ante* de conduta:** efeitos das regras que proíbem autopreferência, direcionamento de ofertas e vendas casadas;
3. **Incentivos à inovação:** efeitos sobre pesquisa e desenvolvimento, patentes e lançamento de produtos, tanto das empresas designadas quanto de suas concorrentes;
4. **Obrigações de interoperabilidade:** efeitos das obrigações de interoperabilidade de mensageria, de distribuição de aplicativos fora das lojas oficiais e de portabilidade de dados;
5. **Bem-estar do consumidor:** efeitos sobre a experiência do usuário final, incluindo preço, escolha, fricção de uso e proteção de dados.

A busca por achados é exploratória, isto é, não presumimos a direção do impacto em nenhum dos eixos. Os critérios de inclusão foram delimitados por:

1. **Recorte geográfico:** consideramos evidências sobre os efeitos do DMA nos mercados da União Europeia, seja no bloco como um todo, seja em Estados-membros específicos. Estudos sobre regimes regulatórios de outras jurisdições ficaram de fora, ainda que tratem de obrigações semelhantes.
2. **Recorte temporal:** consideramos o período de 2022 a 2026, tendo como marco a entrada em vigor do DMA.
3. **Tipo de fonte:** Tipo de fonte: artigos e trabalhos de conferência com revisão por pares; working papers de séries mantidas por instituições de pesquisa que filtram o que publicam sob seu nome; working papers e pré-publicações com autoria identificável disponíveis em repositórios abertos; relatórios de organizações com

equipe identificada e método descrito; documentos oficiais da Comissão Europeia e do Comitê Europeu de Proteção de Dados; estudos encomendados, tanto pelo regulador quanto por empresas reguladas, com o financiador declarado; e documentos de posicionamento com autoria identificável, desde que apresentem dados ou análise que sustentem os efeitos apontados. Ficaram de fora fontes sem autoria identificável, textos que declaram um método sem apresentar o resultado correspondente e documentos de posicionamento que apenas afirmam efeitos, sem dados nem análise que os sustentem.

A busca combinou leitura direta de documentos primários, relatórios de conformidade das empresas designadas e estudos encomendados com ferramentas de pesquisa assistida por IA, todas com instrução explícita sobre os critérios de inclusão e exclusão. A busca inicial foi feita no Claude, em modo Deep Research, e as buscas complementares no Consensus, no Perplexity e no ChatGPT, também em modo Deep Research no caso deste último. A coleta resultou em 37 registros totais.

Antes da triagem, a equipe fixou o que contaria como impactos do DMA conforme descrito previamente no Box 1. Além de estudos empíricos causais, correlacionais ou descritivos, foram incluídos também estudos teóricos que projetam os efeitos esperados de uma obrigação identificável, seja por modelos econômicos, simulações, estudos de viabilidade de implementação das obrigações ou análises jurídicas sobre seus impactos no mercado. Documentos que apenas descrevem a implementação das regras, sem registrar nem projetar efeitos, ou que se limitam a discutir a natureza ou a compatibilidade jurídica da norma no ordenamento jurídico foram excluídos da amostra.

A triagem ocorreu em duas rodadas. A primeira, assistida por IA, aplicou os critérios formais e produziu um fichamento por fonte, com desenho metodológico, principais achados, recorte geográfico e financiamento declarado. A segunda, manual, conferiu cada artigo e as respectivas informações coletadas, além de verificar a compatibilidade com o objetivo final deste estudo. **Ao fim, 27 fontes foram mantidas**, dos 37 registros da coleta.

2.1. Régua de classificação das referências

Cada uma das 27 fontes mantidas foi lida e classificada em um ou mais dos cinco eixos, já que um mesmo estudo pode tratar de mais de um tema. Depois, cada fonte recebeu duas classificações, uma independente da outra: a de **robustez**, que considera o tipo de publicação e se o trabalho passou por algum crivo externo, e a de **metodologia**, que considera o que o trabalho mediu e que tipo de conclusão essa medição permite tirar. Por isso, um estudo causal pode ter robustez limitada, e um estudo descritivo pode ter sido publicado em periódico com revisão por pares. Além disso, cada achado recebeu uma

indicação de **direção** em relação ao objetivo da obrigação analisada. Essa indicação é dada por achado, e não por fonte, como detalhado adiante.

A robustez depende do tipo de publicação, porque é ele que mostra se o trabalho passou por algum exame externo ao próprio autor. Há dois tipos de exame, e deles saem três níveis:

- **Robusta:** fonte publicada em periódico científico com revisão por pares, ou seja, avaliada por pesquisadores da área antes de ser publicada.
- **Moderada:** fonte publicada em série de working papers de uma instituição de pesquisa que seleciona o que sai sob seu nome (por exemplo, NBER, CEPR, Bruegel, o Joint Research Centre da Comissão Europeia e séries de departamentos universitários). Não há revisão por pares, mas há um crivo institucional identificável.
- **Limitada:** fonte que não passou por nenhum desses exames, como pré-publicações em repositórios abertos, relatórios institucionais, estudos de mercado, estudos de consultorias e documentos de posicionamento.

Usamos a revisão por pares como critério porque ela é externa e verificável. Assim, dá para comparar fontes de origens muito diferentes sem depender do julgamento de quem escreve esta revisão. Isso não significa que a publicação acadêmica seja o único indicador de qualidade de um trabalho.

Essa escolha tem um limite importante. Entre a submissão e a publicação em um periódico científico costuma passar mais de um ano, e as obrigações do DMA só valem desde março de 2024. Por isso, parte dos estudos mais recentes sobre a norma ainda não teve tempo de passar por revisão por pares e aparece aqui com robustez moderada ou limitada. Nesses casos, a classificação pode refletir o calendário de publicação, e não a qualidade do trabalho.

A classificação de método indica o que o trabalho mediu e que tipo de conclusão essa medição permite tirar. São quatro categorias:

Método	O que significa	Exemplos da amostra
Causal	O estudo compara o que aconteceu onde o DMA se aplica com um grupo semelhante que a norma não alcançou. Esse grupo mostra o que teria acontecido sem a regra (o chamado contrafactual), e é isso que permite atribuir o efeito ao DMA.	Akesson et al. (2026) comparam o uso do navegador Firefox nos 27 países da União Europeia com 43 países fora do alcance da obrigação.
Correlacional	O estudo usa dados observados para mostrar que algo mudou depois da	Choi (2025) observa que, depois da redução das comissões da App Store na União Europeia, os

	obrigação, mas não tem um grupo de comparação. Mostra que houve mudança, sem conseguir atribuí-la à norma.	desenvolvedores mantiveram ou aumentaram o preço de 91% dos aplicativos, mas não compara esses preços com os de aplicativos que continuaram pagando a comissão antiga.
Descritivo	O estudo reporta números, fatos ou levantamentos, sem relacioná-los à obrigação nem buscar explicar suas causas.	Woodward e Blosser (2026) contam as aquisições de startups europeias por ano e por compradores.
Teórico	A conclusão vem de um raciocínio sobre os efeitos esperados da norma, e não da observação do que aconteceu depois dela. Inclui modelos econômicos, simulações e análises jurídicas.	Lasio et al. (2025) simulam cenários de regulação com um modelo de oferta e demanda calibrado com dados de redes hoteleiras.

A direção é atribuída em relação ao objetivo declarado do DMA, que é tornar os mercados digitais mais disputáveis e equitativos (União Europeia, 2022). Ela é dada por achado, e não por estudo, porque um mesmo trabalho pode trazer mais de um resultado e aparecer em mais de um eixo.

▲ **Direção pretendida.** O achado aponta avanço em relação ao objetivo, como a entrada de concorrentes ou a migração de usuários para serviços concorrentes.

▼ **Contrária ao pretendido.** O achado aponta efeito oposto ao objetivo da obrigação, como maior dependência do serviço do gatekeeper, ou a ausência do efeito esperado, quando a situação se mantém igual à anterior.

◆ **Misto.** O achado traz, ao mesmo tempo, efeitos na direção pretendida e contrários a ela, como mais opções de escolha acompanhadas de mais etapas para usar os serviços.

A direção não indica, por si só, que o efeito foi causado pelo DMA. Quem diz isso é o método: só os estudos causais permitem atribuir o efeito à norma. Nos estudos correlacionais, a direção registra o que mudou depois da obrigação, sem atribuir a causa. Nos descritivos, registra o que foi observado. Nos teóricos, registra uma previsão. Por isso, os símbolos devem ser lidos junto com o método e a robustez de cada estudo.

A metodologia completa encontra-se no Anexo de Metodologia ao final do relatório.

O que este estudo analisa, e o que não analisa?

Este estudo reúne e classifica evidências publicadas entre 2022 e 2026 sobre os impactos do DMA nos mercados digitais europeus, em cinco eixos: novos entrantes e investimentos em startups, regras ex ante de conduta, incentivos à inovação, obrigações de interoperabilidade e bem-estar do consumidor. Entram na análise estudos empíricos e teóricos que relacionam efeitos, observados ou projetados, a uma obrigação identificável da norma.

O estudo não avalia se as empresas cumprem as obrigações nem examina a compatibilidade jurídica do DMA. Também não analisa regimes de outras jurisdições nem compara o DMA com o Projeto de Lei 4.675/2025, sobre mercados digitais no Brasil. Esses temas aparecem na seção 4 apenas como contexto para o debate. Os resultados mostram o que a literatura disponível permite afirmar até agora. Não são um balanço completo de benefícios e custos do DMA nem um veredito sobre se a norma alcançou seus objetivos.

3. Resultados

Os resultados estão organizados pelos cinco eixos do estudo. Cada eixo começa com uma apresentação do que foi investigado, seguida de uma tabela com os principais achados de cada fonte, com robustez, método e direção. Depois da tabela, uma síntese compara os estudos e indica o que a literatura permite afirmar, até agora, sobre os efeitos do DMA naquele eixo.

3.1. Novos entrantes e investimentos em startups

Este eixo reúne as evidências sobre os impactos do DMA na entrada de novos concorrentes nos mercados regulados e no investimento em startups europeias. São analisados quatro pontos: se surgiram novos provedores e quem são eles; se mudaram o ritmo de criação de empresas e o volume de capital de risco; se os gatekeepers reduziram a compra de startups; e quais custos as pequenas empresas que dependem dessas plataformas enfrentaram para se adaptar às novas regras.

Achado	Robustez	Método	Direção dos efeitos
A partir de 2022, ano de aprovação do DMA, o investimento e a criação de startups caíram mais nos setores em que atuam as empresas designadas como gatekeepers do que nos setores não alcançados pela norma. O efeito enfraqueceu em 2023 e desapareceu em 2024, quando as obrigações começaram a ser aplicadas. **Yang, 2026**	Robusta	Causal	▼ Direção contrária à pretendida
Surgiram lojas de aplicativos alternativas, inclusive de pequenas e médias empresas, que vêm ampliando sua oferta. Com a obrigação de interoperabilidade, serviços de mensagem concorrentes passaram a poder se comunicar com o WhatsApp e o Facebook Messenger, e novos provedores entraram no mercado, entre eles uma pequena empresa europeia. **Comissão Europeia, 2026a**	Limitada	Descritivo	▲ Direção pretendida

Achado	Robustez	Método	Direção dos efeitos
Mais de 40 empresas, a maioria pequenas e médias, incorporaram as novas soluções de portabilidade de dados e usaram o acesso a dados para lançar novos serviços. **Comissão Europeia, 2026**a	Limitada	Descritivo	▲ Direção pretendida
As sete empresas designadas como gatekeepers não compraram nenhuma startup europeia em 2023 e 2024, período em que os Estados Unidos também intensificaram o escrutínio antitruste. Entre 2015 e 2024, essas sete responderam por cerca de 2% das aquisições de startups europeias e por parcela semelhante do valor pago. A mudança no comportamento delas é clara, mas esse canal de saída sempre foi pequeno. O total de aquisições caiu em 2023, mas seguiu acima do nível anterior a 2021, e não houve aumento de aberturas de capital em bolsa. **Woodward e Blosser, 2026**	Limitada	Descritivo	◆ Direção mista (pretendida e contrária)
Segundo o autor, startups e pequenas e médias empresas que dependem das plataformas dos gatekeepers para chegar a seus clientes tendem a arcar, nos dois primeiros anos, com custos de adaptação: novos termos de contrato, mudanças na estrutura de tarifas, mais canais de distribuição a manter e novas exigências técnicas. Esses custos chegam antes de elas conseguirem aproveitar os direitos que a norma lhes criou. Para o autor, trata-se de um custo de transição da abertura do mercado, e não de uma desvantagem permanente. **Ostojski, 2026**	Moderada	Teórico	◆ Direção mista (pretendida e contrária)

Achado	Robustez	Método	Direção dos efeitos
Os principais concorrentes de Chrome e Safari, o Edge e o Firefox, terceiro e quarto colocados na União Europeia, também são americanos, e o Firefox ganhou milhões de usuários com a tela de escolha de navegador. Por isso, para o autor, a disputa aberta pela norma não reduz a dependência europeia em relação a empresas dos Estados Unidos. Ainda assim, os navegadores são o serviço em que o DMA mais claramente abre o mercado e em que há mais espaço para o crescimento de alternativas europeias. **Blockx, 2026**	Moderada	Teórico	▲ Direção pretendida

Os estudos deste eixo medem coisas diferentes, em momentos diferentes, e por isso se complementam mais do que divergem.

Sobre investimento e criação de empresas, Yang (2026), único estudo causal do eixo, encontra queda nos setores alcançados pela norma a partir de 2022, ano de aprovação do DMA, quando as obrigações ainda não eram aplicadas. O efeito capta, portanto, a reação à expectativa da regra, e desaparece em 2024, quando as obrigações começam a valer. Isso não significa que o investimento perdido nesse intervalo tenha sido recuperado. Sobre aquisições, Woodward e Blosser (2026) mostram que os gatekeepers deixaram de comprar startups europeias em 2023 e 2024. Esse canal, porém, sempre foi pequeno, e o estudo não separa o efeito do DMA do aumento do escrutínio antitruste nos Estados Unidos no mesmo período.

Sobre novos concorrentes, os registros da Comissão Europeia (2026a), posteriores ao início da aplicação, apontam lojas de aplicativos alternativas, novos serviços de mensagem e empresas usando portabilidade e acesso a dados, a maioria pequenas e médias. Blockx (2026) qualifica esse quadro: nos navegadores, o caso mais bem documentado, os principais concorrentes de Chrome e Safari também são americanos, embora seja também onde há mais espaço para alternativas europeias. Por fim, Ostojski (2026) argumenta que as pequenas empresas que dependem dos gatekeepers arcam com os custos de adaptação antes de colher os ganhos, o que, para o autor, caracteriza um custo de transição, e não uma desvantagem permanente.

A principal lacuna está no período de aplicação das obrigações. O único estudo causal chega apenas a 2024, primeiro ano de aplicação, e os demais trabalhos sobre esse período são descritivos ou teóricos. Ainda não há uma série mais longa, com grupo de comparação, sobre o investimento em startups dos setores regulados. Seria essa a forma de verificar se o

ambiente de investimento melhorou ou piorou. Nenhum estudo testou ainda a hipótese de Ostojski de que as dificuldades das pequenas empresas são passageiras.

3.2. Regras *ex ante* de conduta

Este eixo reúne as evidências sobre os efeitos das regras do DMA que proíbem ou exigem condutas específicas dos gatekeepers. A maior parte dos estudos trata da proibição de **favorecer os próprios produtos nos resultados de busca** (Calzada et al., 2026; Püplichhuisen e Sirries, 2026; Waldfogel, 2024; Wen e Hu, 2026). Outros dois tratam da proibição de **impedir que outras empresas informem seus clientes sobre ofertas fora da plataforma** (Colangelo e Ribera Martínez, 2025; Lasio et al., 2025). Um estudo examina a obrigação de **permitir que o usuário escolha seus aplicativos padrão**, no caso o navegador (Akesson et al., 2026). Embora a busca tenha incluído a proibição de **obrigar o usuário a usar outros serviços da própria empresa**, conhecida como venda casada, nenhum estudo sobre seus efeitos atendeu aos critérios de inclusão.

Achado	Robustez	Método	Direção dos efeitos
As mudanças que o Google fez na página de busca para cumprir a proibição de autopreferência aumentaram em 20 pontos percentuais a parcela de buscas de produtos que exibem algum comparador de preços concorrente (de 12% para 32%), por meio de uma nova caixa com links que não mostra preços e raramente fica no topo da página. Ao mesmo tempo, o Google lançou um elemento que, segundo os autores, funciona como seu próprio comparador e aparece com mais frequência, em posição melhor e ocupando mais espaço. Dados do Google Alemanha. **Püplichhuisen e Sirries, 2026**	Robusta	Causal	◆ Direção mista (pretendida e contrária)

Achado	Robustez	Método	Direção dos efeitos
O redesenho da página de busca do Google, que retirou o módulo do Google Flights e criou seções para companhias aéreas e sites de comparação de voos, aumentou o tráfego orgânico para companhias de baixo custo (entre 8% e 28%, conforme o dispositivo), companhias nacionais menores e comparadores menores (até 29%). Já os grandes comparadores, como Skyscanner e Booking.com, e as grandes companhias tradicionais não tiveram mudança significativa. O estudo compara França, Alemanha, Itália e Espanha com Reino Unido e Estados Unidos entre novembro de 2023 e dezembro de 2024. **Calzada et al, 2026**	Moderada	Causal	▲ Direção pretendida
A partir do 15º mês de vigência da tela de escolha obrigatória, o uso do Firefox estava cerca de 91% acima do que seria sem a regra no iOS e 13% acima no Android. Para os autores, a diferença reflete o alcance e o desenho da tela em cada sistema. A Apple a mostrou a todos os usuários que atualizaram o sistema e depois a redesenhou, tornando a escolha obrigatória. No Android, ela apareceu sobretudo em aparelhos novos, e só onde o Chrome era o navegador padrão. **Akesson et al., 2026**	Moderada	Causal	▲ Direção pretendida
Acompanhando cerca de 25 mil vendedores em quatro mercados europeus da Amazon e comparando com cinco mercados fora da UE, o estudo não encontra efeito sobre a receita dos pequenos vendedores nos dois anos seguintes ao prazo de adequação, nem entre os menores nem entre os maiores. O único resultado claro vai na direção oposta à esperada: vendedores em categorias em que a Amazon mais vende seus próprios produtos, e onde a proibição de favorecimento deveria ajudar mais, ficaram relativamente pior. **Wen e Hu, 2026**	Moderada	Causal	▼ Direção contrária à pretendida

Achado	Robustez	Método	Direção dos efeitos
Os produtos de marca própria da Amazon apareciam, em média, cerca de 30 posições acima de produtos com características semelhantes nos resultados de busca. Cerca de dois meses depois da designação da empresa como gatekeeper, essa vantagem caiu para 20 posições, enquanto a posição de outras marcas não mudou. A mesma queda ocorreu fora da Europa, o que não permite separar o efeito do DMA de outras pressões regulatórias, como o processo aberto pela FTC contra a Amazon nos Estados Unidos no mesmo mês da designação. **Waldfogel, 2024**	Moderada	Correlacional	▲ Direção pretendida
O artigo propõe critérios para medir o sucesso do DMA e os aplica à forma como a Alphabet cumpriu a regra que proíbe impedir desenvolvedores de divulgar ofertas fora do Google Play. A empresa criou um programa para essas ofertas, mas a participação depende de sua aprovação e implica taxas de até 12% sobre as vendas feitas por esse caminho: 5% de aquisição durante dois anos, mais até 7% de serviço. Para os autores, a divulgação de ofertas externas não passa a ser livre, porque depende de autorização prévia, e uma solução restrita ao Google Play não cobre o alcance da regra, que vale para todos os canais da empresa. **Colangelo; Ribera Martínez, 2025**	Robusta	Teórico	▼ Direção contrária à pretendida
Uma simulação da regra que permite aos hotéis fazer ofertas diretas a hóspedes captados pelo Booking.com, na interpretação restritiva da plataforma (apenas clientes que já se hospedaram), indica que parte das vendas migraria da plataforma para os sites dos hotéis. Para atrair esses clientes, porém, os hotéis precisariam oferecer desconto no site próprio. O aumento das vendas não compensaria a margem menor em cada reserva, e o lucro dos hotéis nesse canal cairia cerca de 23%. Simulação com dados de grandes redes hoteleiras em oito países europeus, de 2014 a 2017. **Lasio et al., 2025**	Moderada	Teórico	◆ Direção mista (pretendida e contrária)

Lidos em conjunto, os estudos deste eixo mostram que as regras mudaram o comportamento dos gatekeepers, mas que esses efeitos perdem força à medida que se afastam da tela e se aproximam da receita de quem depende das plataformas. No primeiro nível, o da interface, as mudanças são claras: os produtos da Amazon perderam posições na busca (Waldfogel, 2024), e comparadores concorrentes passaram a aparecer em 20 pontos percentuais a mais das buscas do Google (Püplichhuisen e Sirries, 2026). No segundo nível, o do comportamento dos usuários, também há ganhos: o uso do Firefox cresceu com a tela de escolha (Akesson et al., 2026), e companhias aéreas e comparadores menores receberam mais tráfego (Calzada et al., 2026). No terceiro nível, o da receita, o quadro muda. O único estudo empírico que mede receita não encontra ganho para os pequenos vendedores da Amazon, e os vendedores que mais deveriam se beneficiar ficaram relativamente pior (Wen e Hu, 2026). A simulação de Lasio et al. (2025) aponta na mesma direção: os hotéis ganhariam vendas diretas, mas com lucro menor.

O que explica boa parte dessa variação é a forma de cumprimento escolhida por cada empresa. A mesma obrigação de tela de escolha teve efeito muito maior no iOS do que no Android, por causa de a quem a tela foi mostrada e de como foi desenhada (Akesson et al., 2026). No Google, a abertura para concorrentes veio acompanhada de um elemento próprio que ocupa cerca de seis vezes mais espaço na tela (Püplichhuisen e Sirries, 2026). No Google Play, a abertura para ofertas externas ficou condicionada à aprovação da empresa e a taxas (Colangelo e Ribera Martínez, 2025). Cumprir formalmente a regra não garante, portanto, o resultado que ela busca. O alcance territorial do cumprimento também importa, porque define o que é possível medir. Quando a mudança vale só na Europa, países de fora servem de comparação e o efeito pode ser atribuído ao DMA (Akesson et al., 2026; Calzada et al., 2026). Quando a empresa muda no mundo inteiro, como a Amazon, não é possível separar o DMA de outras pressões regulatórias (Waldfogel, 2024).

Duas lacunas limitam essas conclusões. Os efeitos sobre preços quase não foram medidos: o único registro é uma queda de 2% a 6% nas passagens compradas com uma semana de antecedência, que os próprios autores tratam com cautela (Calzada et al., 2026). E nenhum estudo examinou a proibição de vendas casadas.

3.3. Incentivos à inovação

Este eixo reúne evidências sobre o que o DMA pode ter mudado nos incentivos a inovar, tanto dos gatekeepers quanto de seus concorrentes. Dois estudos tratam diretamente da inovação: um examina o efeito das obrigações de abertura sobre empresas pequenas e novos entrantes (Çavuş, 2024), e outro discute o efeito das regras sobre o retorno de quem já inovou (Simone e Laudando, 2025). Os outros dois têm foco diferente, mas trazem

achados sobre o tema: a forma como a Apple propôs cumprir a norma (Crémer et al., 2024) e a entrada de novos concorrentes em inteligência artificial (Botta, 2026).

Achado	Robustez	Método	Direção dos efeitos
Desde 2022 surgiram novos concorrentes em inteligência artificial, como OpenAI e Mistral, mas os gatekeepers entraram na disputa investindo nos próprios modelos, como o Gemini e o Llama, ou se associando às novas empresas, como a Microsoft com a OpenAI. Dois anos depois do início da aplicação das obrigações, nenhum gatekeeper perdeu posição relevante por causa de concorrentes que entraram graças ao DMA. Para o autor, a IA generativa foi provavelmente o principal fator a mudar a concorrência nesses mercados, o que torna difícil estabelecer relação causal entre o DMA e o que se observa. **Botta, 2026**	Robusta	Descritivo	◆ Direção mista (pretendida e contrária)
Para o autor, a obrigação de abrir os sistemas dos gatekeepers a produtos complementares de terceiros, como aplicativos e lojas alternativas, tende a beneficiar mais as pequenas empresas e os novos entrantes do que as empresas já estabelecidas. No curto prazo, estimula a melhoria de produtos existentes e, no longo prazo, pode levar a inovações disruptivas, à medida que os entrantes ganham experiência. Já o efeito da interoperabilidade entre concorrentes diretos, como serviços de mensagem, é ambíguo: pode ampliar a concorrência, mas também reduzir a diferenciação entre serviços e trazer riscos à privacidade. **Çavuş, 2024**	Robusta	Teórico	◆ Direção mista (pretendida e contrária)

Para os autores, as empresas podem lucrar por três motivos: bloquear concorrentes, ter recursos melhores ou ter inovado de fato. Ao tratar esses lucros da mesma forma, o DMA pode reduzir também o retorno de quem inovou. Aplicada a quatro obrigações, essa análise aponta sobretudo efeitos mistos sobre a inovação. A abertura das lojas de aplicativos e a interoperabilidade ampliam a escolha e reduzem barreiras, mas permitem que terceiros aproveitem inovações dos gatekeepers sem arcar com seu custo. A portabilidade de dados tende a ter efeito positivo.

Simone e Laudando, 2025

Robusta | Teórico | ◆ Direção mista (pretendida e contrária)

Para os autores, as condições que a Apple propôs para cumprir a norma, como a taxa de € 0,50 por usuário ao ano e a escolha irreversível dos novos termos, desencorajariam os aplicativos populares de migrar para lojas concorrentes. Sem eles, essas lojas não conseguiriam atrair usuários.As exigências da Apple também impediriam formatos alternativos de loja, como as especializadas ou as de uma única empresa.

Crémer *et al.*, 2024

Limitada | Teórico | ▼ Direção contrária à pretendida

As evidências deste eixo são majoritariamente teóricas e, lidas em conjunto, convergem mais do que divergem: nenhum estudo prevê um efeito único do DMA sobre a inovação, e todos indicam que o resultado depende de qual obrigação se examina e de como a empresa escolhe cumpri-la. As obrigações que abrem os sistemas dos gatekeepers a produtos complementares tendem a favorecer a inovação de pequenas empresas e de novos entrantes, segundo Çavuş (2024). Simone e Laudando (2025) acrescentam o risco inverso: ao não distinguir o lucro que vem da inovação do que vem de bloquear concorrentes, essas mesmas obrigações podem reduzir o retorno de quem inovou. Para os dois estudos, o efeito da interoperabilidade entre concorrentes diretos é incerto, e só a portabilidade de dados aparece com efeito claramente positivo, em Simone e Laudando (2025). Crémer et al. (2024) deslocam o risco da regra para a forma de cumprimento: as condições propostas pela Apple impediriam que lojas concorrentes entrassem no mercado e inovassem.

O único movimento observado é a entrada de novos concorrentes em inteligência artificial. Mesmo assim, os gatekeepers responderam com modelos próprios e mantiveram sua posição, e não é possível separar o efeito da norma da expansão da IA generativa (Botta, 2026). Falta, portanto, medir o que o eixo se propõe a investigar: nenhum estudo acompanha gasto em pesquisa, registro de patentes ou lançamento de produtos depois do início da

aplicação das obrigações. Em parte, isso se deve ao calendário: o próprio DMA previu dados sobre seus efeitos apenas para a avaliação de 2026, prevista no artigo 53, e por isso os estudos teóricos fazem análises antecipadas (Simone e Laudando, 2025). Além disso, dois anos são pouco para identificar tendências de mercado (Botta, 2026).

3.4. Obrigações de interoperabilidade

Este eixo reúne as evidências sobre as obrigações do DMA que abrem sistemas e serviços dos gatekeepers a outras empresas: a comunicação entre aplicativos de mensagem, a instalação de aplicativos e lojas fora das lojas oficiais e o acesso a funções de hardware e software dos sistemas operacionais. Incluímos também a portabilidade de dados, que segue a mesma lógica de reduzir barreiras à troca de serviço. A comunicação entre aplicativos de mensagem é a obrigação mais estudada (Hey, 2024; Taş, Wiewiorra e Liebe, 2023; Wiewiorra et al., 2026). A distribuição de aplicativos fora das lojas oficiais aparece nos relatórios da Comissão Europeia (2026a; 2026b) e na análise das taxas da Apple (Scott Morton et al., 2024). O acesso a funções dos sistemas operacionais e a portabilidade de dados são tratados nos relatórios da Comissão (2026a) e em estudos teóricos (Çavuş, 2024; Hey, 2024).

Achado	Robustez	Método	Direção dos efeitos
Em pesquisa feita em novembro de 2023 com 2.826 pessoas na Alemanha, antes da implementação da regra, entre 39% e 42% das que ativariam a troca de mensagens entre aplicativos disseram que usariam menos os aplicativos concorrentes, como Signal e Threema. Só 13% a 14% disseram que os usariam mais. Já o uso do WhatsApp e de outros serviços dos gatekeepers tenderia a se manter ou aumentar. Para os autores, ao reduzir a necessidade de usar vários aplicativos ao mesmo tempo, a medida pode fortalecer os serviços dominantes, em vez de favorecer os concorrentes. **Tas; Wiewiorra; Liebe, 2023**	Moderada	Descritivo	▼ Direção contrária à pretendida

Achado	Robustez	Método	Direção dos efeitos
Com as regras que abriram os sistemas e serviços dos gatekeepers a outras empresas, surgiram lojas de aplicativos alternativas, e mais de 40 empresas passaram a oferecer serviços com base na portabilidade e no acesso a dados, a maioria delas de pequeno e médio porte. Desenvolvedores também passaram a pedir acesso a funções dos sistemas operacionais, o que já permitiu, por exemplo, aplicativos que enviam mensagens de emergência com o celular desligado. Serviços de mensagem concorrentes já se comunicam com o WhatsApp e o Messenger, e novos provedores entraram no mercado. A Comissão não informa quantas pessoas usam esses serviços. **Comissão Europeia, 2026a**	Limitada	Descritivo	▲ Direção pretendida
O DMA passou a permitir que usuários de iPhone instalem aplicativos fora da App Store. Em abril de 2025, a Comissão concluiu, de forma preliminar, que a Apple cria obstáculos a essa instalação: uma nova taxa cobrada dos desenvolvedores, exigências rígidas sobre quem pode distribuir aplicativos e um processo de instalação trabalhoso e confuso para o usuário. O caso seguia em aberto em março de 2026. **Comissão Europeia, 2026b**	Limitada	Descritivo	◆ Direção mista (pretendida e contrária)
Em estudo encomendado pela Comissão Europeia sobre uma possível extensão da interoperabilidade às redes sociais, empresas, organizações da sociedade civil e especialistas avaliaram a experiência com a troca de mensagens entre aplicativos. Para eles, os resultados até agora são limitados: poucos aplicativos passaram a se comunicar com o WhatsApp e o Messenger. A Meta atribui isso à baixa demanda. Outros entrevistados apontam o desenho da regra: sem um padrão técnico comum, cada gatekeeper define seus próprios termos, e cada aplicativo menor precisa desenvolver uma conexão específica, o que eleva o custo de participar. Alguns alertam que, dessa forma, a regra pode até reforçar a posição dos gatekeepers. **Wiewiorra et al., 2026**	Limitada	Descritivo	▼ Direção contrária à pretendida

Achado	Robustez	Método	Direção dos efeitos
A obrigação de abrir os sistemas operacionais do Windows, do Android e do iOS a produtos de terceiros tende a estimular a inovação, sobretudo de pequenas empresas e novos entrantes. No curto prazo, elas tendem a melhorar produtos dentro do ecossistema do gatekeeper e, com o tempo, podem passar a concorrer com ele. Já o efeito da interoperabilidade entre serviços de mensagem é ambíguo: pode ampliar a concorrência, mas também padronizar os serviços e reduzir o uso de vários aplicativos ao mesmo tempo. As conclusões são previsões baseadas em casos anteriores do direito da concorrência europeu, e não efeitos já medidos. **Çavuş, 2024**	Robusta	Teórico	◆ Direção mista (pretendida e contrária)
Com base na teoria econômica, o estudo conclui que abrir funções do celular a produtos de outros fabricantes, como o pagamento por aproximação (NFC), tende a aumentar a concorrência, enquanto o efeito da abertura de funções de software é difícil de prever, porque a regra é muito genérica. Já a troca obrigatória de mensagens entre aplicativos não se justifica economicamente e, no desenho atual, pode até reduzir a concorrência, porque as pessoas já usam vários aplicativos ao mesmo tempo. Para o autor, essas regras só terão efeito se houver padrões técnicos comuns. **Hey, 2024**	Moderada	Teórico	◆ Direção mista (pretendida e contrária)
Para os autores, como as lojas de aplicativos concorrentes disputam com a App Store, qualquer taxa relevante cobrada para que funcionem no iPhone bloqueia a concorrência, porque obriga quem entra a pagar à rival para competir. O mesmo vale para taxas cobradas apenas dos desenvolvedores que distribuem por essas lojas, que as esvaziam de aplicativos. A Apple pode cobrar pela revisão de segurança, desde que proporcional ao custo, e continua lucrando com aparelhos e publicidade. Por isso, para cumprir o DMA, a taxa de acesso deveria ser zero ou muito baixa. **Scott Morton et al., 2024**	Moderada	Teórico	▼ Direção contrária à pretendida

Em conjunto, os estudos indicam que as regras de interoperabilidade já produziram novos serviços, mas não há evidência de que tenham mudado a dinâmica da concorrência. A Comissão registra lojas de aplicativos alternativas, empresas usando portabilidade de dados, aplicativos que acessam funções dos sistemas operacionais e dois serviços de mensagem que anunciaram interoperabilidade com o WhatsApp em novembro de 2025, mas não informa quantas pessoas os usam (Comissão Europeia, 2026a; 2026b). Nenhum estudo do eixo é causal.

A evidência é mais consistente sobre a troca de mensagens entre aplicativos, e aponta para um efeito menor do que o pretendido, ou até contrário. A análise teórica de Hey (2024) conclui que a obrigação não se justifica economicamente, porque as pessoas já usam vários aplicativos ao mesmo tempo. A pesquisa de Taş, Wiewiorra e Liebe (2023) mostra que quem ativaria o recurso tenderia a usar menos os aplicativos concorrentes. As entrevistas de Wiewiorra et al. (2026) registram resultados limitados e o risco de reforçar a posição dos gatekeepers. Çavuş (2024) também considera o efeito ambíguo.

Para a abertura de lojas de aplicativos e de funções dos sistemas operacionais, a teoria é mais favorável. Ela tende a beneficiar pequenas empresas e novos entrantes (Çavuş, 2024) e a aumentar a concorrência no caso de funções do aparelho, como o pagamento por aproximação (Hey, 2024). Aqui, porém, o obstáculo está na forma de cumprimento, como no eixo de regras de conduta. A Comissão concluiu, de forma preliminar, que as taxas e exigências da Apple dificultam a distribuição fora da App Store (Comissão Europeia, 2026b), e Scott Morton et al. (2024) sustentam que qualquer taxa relevante de acesso bloqueia a concorrência. Dois estudos apontam ainda uma barreira de desenho: sem padrões técnicos comuns, cada aplicativo menor precisa negociar e desenvolver uma conexão própria com cada gatekeeper (Hey, 2024; Wiewiorra et al., 2026).

Ainda não se sabe quantos usuários conversam entre aplicativos diferentes, se as lojas concorrentes ganharam participação relevante ou se a portabilidade levou consumidores a trocar de serviço. Sobre mensagens, a evidência disponível é anterior à implementação ou baseada em intenções declaradas.

3.5. Bem-estar do consumidor

Este eixo reúne as evidências sobre os efeitos do DMA para os usuários finais: as opções de escolha que têm, o controle sobre os próprios dados, a facilidade de uso dos serviços e os preços que pagam. Dois estudos medem como os usuários reagiram quando serviços do Google perderam destaque na busca (Pape e Rossi, 2026; Pape et al., 2026). As novas opções de escolha e de controle sobre os dados aparecem nos registros da Comissão Europeia (2026a), da organização europeia de consumidores (BEUC, 2025) e na análise da

decisão contra o modelo “pague ou consinta” da Meta (Gorecka, 2025). A facilidade de uso é tratada em uma pesquisa com consumidores (ECIPE; EPPP, 2025), e os preços, em um estudo sobre as comissões da App Store (Choi, 2025).

Achado	Robustez	Método	Direção dos efeitos
O estudo comparou países dentro e fora da UE depois que o Google retirou, na UE, os mapas clicáveis e os links diretos para o Google Maps da página de buscas, em janeiro de 2024, para cumprir o DMA. As buscas por “google maps” subiram mais de 21%, mas o total de visitas ao serviço não mudou, e os concorrentes não ganharam usuários. Para os autores, o hábito, a força da marca e a falta de alternativas levaram os usuários de volta ao Google Maps, agora com um passo a mais: as visitas ficaram 5% mais curtas e a taxa de rejeição subiu 16%. **Pape; Rossi, 2026**	Moderada	Causal	▼ Direção contrária à pretendida
Quando o Google deixou de dar destaque ao Google Flights na busca, para cumprir o DMA, o serviço perdeu 30% das visitas e 42% dos visitantes únicos na União Europeia, em comparação com países europeus de fora do bloco. Diferentemente do que ocorreu com o Google Maps, as buscas pelo próprio serviço não aumentaram. Para os autores, isso indica que a popularidade do Google Flights dependia do destaque na busca, e a diferença se explica pela existência de concorrentes fortes no mercado de viagens, ao contrário do de mapas. O estudo não mede o tráfego dos concorrentes. **Pape et al., 2026**	Limitada	Causal	▲ Direção pretendida

Achado	Robustez	Método	Direção dos efeitos
Em estudo com dados de transações da App Store, os desenvolvedores que aderiram aos novos termos comerciais criados pela empresa para cumprir o DMA passaram a pagar cerca de 10 pontos percentuais a menos em comissões, mas mantiveram ou aumentaram o preço de 91% dos produtos. Além disso, 86% dessa economia ficou com desenvolvedores de fora da União Europeia. O estudo compara os preços antes e depois da adesão, sem um grupo de aplicativos que manteve a comissão antiga, e por isso não é possível saber se os preços teriam se comportado da mesma forma sem a mudança. **Choi, 2025**	Limitada	Correlacional	▼ Direção contrária à pretendida
Em pesquisa da Ipsos com 3.500 pessoas em sete países da Europa Central e Oriental, feita em julho de 2025, 39% relataram precisar de mais etapas para tarefas antes simples desde as mudanças trazidas pelo DMA, e cerca de um terço achou a experiência menos fluida e mais confusa. Ao mesmo tempo, 55% apoiam regras fortes para as plataformas, mesmo que atrasem novos recursos, e de 60% a 69% continuam aceitando ceder seus dados em troca de serviços gratuitos. A pesquisa mede a percepção dos entrevistados, e não seu comportamento. **ECIPE; EPPP, 2025**	Limitada	Descritivo	▼ Direção contrária à pretendida
Segundo a Comissão, o DMA ampliou as escolhas do consumidor. Uma "parcela significativa" dos usuários passou a recusar que as plataformas combinem seus dados entre serviços, e agora é possível transferir dados para outras empresas, remover aplicativos pré-instalados e usar serviços sem criar conta em outro serviço do mesmo grupo, como o Android sem o Gmail. Em contrapartida, as mudanças de interface e as telas de escolha geraram custos de adaptação. A Comissão os considera em geral temporários, mas reconhece que podem resultar de escolhas das empresas para desestimular o uso de alternativas. **Comissão Europeia, 2026a**	Limitada	Descritivo	◆ Direção mista (pretendida e contrária)

Achado	Robustez	Método	Direção dos efeitos
Para a organização europeia de consumidores, após 18 meses de DMA os consumidores passaram a ter opções que antes não existiam, como escolher o navegador e os aplicativos padrão no iPhone, criar uma conta Google sem Gmail e pagar por aproximação no iPhone com outras empresas além da Apple, como PayPal e Vipps. Por outro lado, algumas empresas lançaram soluções de conformidade sem o aval da Comissão, que depois precisaram ser alteradas, o que pode gerar frustração nos usuários. Para a entidade, ainda é cedo para avaliar os efeitos, porque o cumprimento das regras ainda é baixo. **BEUC, 2025**	Limitada	Descritivo	◆ Direção mista (pretendida e contrária)
Em abril de 2025, a Comissão Europeia multou a Meta em € 200 milhões por oferecer aos usuários de suas redes apenas duas opções: aceitar o uso de seus dados para publicidade personalizada ou pagar uma assinatura. Para a autora, a decisão é um precedente importante, porque exige que a plataforma ofereça uma alternativa gratuita, menos personalizada e equivalente, o que amplia a escolha do consumidor. Mas seu efeito prático é limitado: a decisão cobre apenas o período até novembro de 2024, não avalia o novo modelo que a Meta lançou depois e não determina medidas concretas de cumprimento. **Gorecka, 2025**	Robusta	Teórico	▲ Direção pretendida

Em conjunto, os estudos indicam que o DMA ampliou as opções do consumidor, mas que o ganho efetivo depende das alternativas disponíveis em cada mercado e da forma como as empresas cumprem a norma. As novas opções são concretas: os usuários passaram a poder escolher o navegador e os aplicativos padrão, recusar que as plataformas combinem seus dados, criar uma conta Google sem Gmail e pagar por aproximação no iPhone com outras empresas (Comissão Europeia, 2026a; BEUC, 2025). Os dois estudos causais mostram, porém, que abrir espaço não basta. Quando o Google Flights perdeu destaque na busca, perdeu 30% das visitas, porque havia concorrentes fortes no mercado de viagens (Pape et al., 2026), e as companhias aéreas de baixo custo e os comparadores menores ganharam tráfego (Calzada et al., 2026). Quando o mesmo ocorreu com o Google Maps, que não tem concorrentes à altura, os usuários voltaram ao serviço com um passo a mais, com visitas mais curtas e mais abandonos (Pape e Rossi, 2026).

Esse passo a mais aparece também na percepção dos consumidores: em sete países da Europa Central e Oriental, 39% relatam precisar de mais etapas para tarefas antes simples (ECIPE; EPPP, 2025). Parte desse atrito decorre da forma de cumprimento. A Comissão reconhece que ele pode resultar de escolhas das empresas para desestimular alternativas (Comissão Europeia, 2026a), e o BEUC aponta soluções lançadas sem aval da Comissão que depois precisaram mudar (BEUC, 2025). A aplicação da norma também pesa: a decisão contra o modelo "pague ou consinta" da Meta firmou que a alternativa deve ser gratuita e menos personalizada, mas, para Gorecka (2025), seu efeito prático é limitado, porque não avaliou o novo modelo da empresa nem determinou medidas concretas.

Sobre preços, a evidência é escassa. O único estudo do eixo, financiado pela Apple, não encontrou redução de preços após a queda das comissões, mas não compara com aplicativos que mantiveram a comissão antiga (Choi, 2025). A única evidência causal sobre preços está no eixo de regras de conduta: uma queda de 2% a 6% em passagens aéreas compradas na última semana (Calzada et al., 2026). Sobre privacidade, uma "parcela significativa" dos usuários passou a recusar a combinação de seus dados (Comissão Europeia, 2026a), embora, na pesquisa com consumidores, de 60% a 69% continuem aceitando ceder dados em troca de serviços gratuitos (ECIPE; EPPP, 2025).

A origem das fontes ajuda a ler esses resultados. As avaliações mais favoráveis vêm da Comissão Europeia, responsável por aplicar a norma, e de uma organização de consumidores cofinanciada pela União Europeia. As mais críticas vêm de estudos financiados pela indústria. Os dois estudos causais, sem vínculo com nenhum dos lados, sustentam a conclusão central do eixo. Ainda não há dados sobre quantas pessoas usam as novas opções, e nenhum estudo mede o saldo final para o consumidor.

4. Análise e Comentários

Esta seção analisa os resultados da pesquisa, relacionando-os com literatura acadêmica e opiniões especializadas, por meio das lentes das autoras deste trabalho.

4.1. Evidências para o debate brasileiro: cautelas e aprendizados da experiência europeia

Esse tópico relaciona os resultados do estudo ao debate brasileiro sobre a regulação de mercados digitais e reúne, por eixo, as cautelas e os aprendizados que a experiência europeia oferece.

O Brasil discute hoje se deve adotar regras definidas previamente para mercados digitais, em vez de tratar cada conduta por investigação. A Europa tomou essa decisão em 2022 e aplica as obrigações desde março de 2024, tempo para que a escolha começasse a produzir evidências de seus impactos. É nesse sentido que o DMA interessa ao debate brasileiro.

O debate sobre a regulação de mercados digitais no Brasil tem reunido contribuições com diferentes ênfases. Algumas análises destacam que os efeitos de rede e de escala podem consolidar posições no mercado digital antes da conclusão de investigações, e que regras definidas previamente poderiam trazer respostas mais ágeis (Rodrigues; Nóvoa, 2026; Coalizão Direitos na Rede, 2025). Outras ressaltam que a legislação concorrencial vigente já oferece instrumentos para lidar com esses problemas e que seria prudente avaliar melhor a necessidade de um novo modelo (Manne; Oliveira Neto; Auer, 2026; Instituto Sivis, 2026; Conselho Digital, 2026). Em comum, essas contribuições mencionam a experiência europeia como uma referência, seja para comparar desenhos regulatórios, seja para discutir os efeitos observados da regulação *ex ante*.

Somam-se a essas contribuições análises de natureza econômica, que partem de perguntas diferentes. O relatório do Ministério da Fazenda que fundamentou a proposta argumenta que características como efeitos de rede, escala e acesso a dados tornam os instrumentos atuais da Lei 12.529/2011 insuficientes para os mercados digitais. Por isso, recomenda que o CADE possa designar plataformas de relevância sistêmica e definir obrigações específicas para cada uma, a cargo de uma unidade especializada (Brasil, 2024b). Já um estudo apresentado pela ALAI, entidade que representa empresas de tecnologia, estima os custos de

conformidade do PL 4.675/2025 entre R$ 2,7 bilhões e R$ 11,3 bilhões em dez anos, parte dos quais poderia ser repassada a consumidores e usuários profissionais (ALAI; Ecoa, 2026).

A própria tomada de subsídios que abriu esse debate na *Plataforma Participa + Brasil* recorre à experiência internacional, incluindo o DMA europeu. O documento afirma que a decisão sobre uma eventual nova regulação "deve ser precedida de um amplo debate sobre os problemas e limitações que se busca enfrentar". Reconhece ainda que o desafio é "identificar problemas de forma precisa, buscando medidas equilibradas e proporcionais" (Brasil, 2024). Nesse sentido, conhecer os impactos gerados pelo DMA, e os que ainda não é possível observar, pode qualificar esse debate. A tabela abaixo sintetiza, por eixo, o que as evidências europeias indicam até agora e as questões que elas levantam para um desenho regulatório.

Eixo	O que as evidências indicam	Questões para o desenho regulatório
Novos entrantes e Investimentos em startups	Nos setores alcançados pela norma, o investimento e a criação de startups caíram entre a aprovação e o início da aplicação das obrigações, e a queda deixou de ser observada depois. Os gatekeepers deixaram de comprar startups europeias, mas esse canal sempre foi pequeno. Novos concorrentes surgiram, mas só aparecem nos registros da Comissão Europeia, e, no caso mais documentado, os principais beneficiados também são empresas americanas.	Como o período de transição e a previsibilidade das regras afetam as decisões de investimento, e quem tende a ocupar o espaço aberto pelas obrigações?
Regras *ex ante* de conduta	Os efeitos são claros na interface das plataformas, menores no comportamento dos usuários e não aparecem na receita de quem depende delas. Boa parte da variação vem da forma como cada empresa cumpriu a obrigação, e, em alguns casos, o favorecimento de serviços próprios mudou de lugar em vez de desaparecer.	Como especificar as obrigações e acompanhar não só se foram formalmente cumpridas, mas se produziram o resultado esperado?
Incentivos à inovação	Nenhum estudo mede gasto em pesquisa, patentes ou lançamento de produtos depois do início da aplicação. Os estudos teóricos não preveem um efeito único: o resultado depende de qual obrigação se examina e de como a empresa a cumpre.	Quais indicadores permitiriam acompanhar os efeitos sobre a inovação ao longo do tempo?

Obrigações de interoperabilidade	Surgiram novos serviços, mas não há dado público sobre quanto são usados. Sobre a troca de mensagens, teoria, pesquisa com usuários e entrevistas indicam efeito menor do que o pretendido, com risco de fortalecer os serviços dominantes. Uma conclusão preliminar da Comissão e estudos teóricos apontam as taxas de acesso como barreira às lojas concorrentes, e entrevistados apontam a falta de um padrão técnico comum como barreira à adesão de aplicativos menores.	Em que mercados a interoperabilidade entre concorrentes diretos amplia de fato a concorrência, que papel taxas de acesso e padrões técnicos devem ter, e como conciliar a abertura com a segurança e a privacidade dos usuários?
Bem-estar do consumidor	O DMA ampliou as opções do consumidor, mas também criou etapas extras em alguns serviços. Onde havia concorrentes consolidados, o serviço do gatekeeper perdeu visitas e concorrentes menores ganharam tráfego. Onde não havia, os usuários voltaram ao mesmo serviço com um passo a mais. Sobre preços, a evidência é escassa: um estudo correlacional, financiado pela empresa regulada, não encontrou repasse da redução de comissões, e a única evidência causal é uma queda pequena em passagens aéreas. Nenhum estudo mede o saldo final para o usuário.	Como acompanhar se as novas opções são de fato usadas e se os ganhos de escolha compensam as etapas extras?

Em conjunto, as evidências sugerem cautela ao usar a experiência europeia como argumento, seja a favor ou contra a regulação ex ante. Após cerca de dois anos e meio de aplicação, os resultados ainda são preliminares e variam conforme o desenho das obrigações, a forma como são cumpridas e as condições de cada mercado. Esses três fatores são, em si, um aprendizado para qualquer desenho regulatório, mas a experiência ainda não permite conclusões definitivas sobre os efeitos da regulação ex ante em mercados digitais.

A forma de aplicação da norma também pesa. Na Europa, gatekeepers lançaram soluções de conformidade sem validação prévia, que depois precisaram mudar, e decisões de descumprimento nem sempre vieram acompanhadas de medidas concretas (BEUC, 2025; Gorecka, 2025). A capacidade da autoridade de acompanhar e corrigir o cumprimento das obrigações é, portanto, parte do desenho regulatório.

Um aprendizado é transversal: a importância de dados para avaliar escolhas regulatórias. A Comissão Europeia reconhece que o impacto do DMA ainda não pode ser plenamente avaliado e que continuará acompanhando seus efeitos à medida que se tornarem mais visíveis (Comissão Europeia, 2026a). Parte dessa dificuldade vem da falta de dados públicos: não se sabe quantas pessoas usam as lojas alternativas ou a troca de mensagens entre aplicativos, e os efeitos sobre preços e taxas dependem de contratos que não são

divulgados. Qualquer que seja o caminho adotado, avaliar seus efeitos depende de conhecer a situação dos mercados antes da mudança, de ter acesso aos dados que mostram como ela foi recebida e de saber quem produz as evidências que chegam ao debate público. Algumas obrigações ainda não têm evidência alguma: nenhuma fonte da base examinou os efeitos da proibição de vendas casadas, nem mediu os efeitos das obrigações de interoperabilidade sobre a segurança dos dispositivos, a exposição a fraudes ou a proteção de dados dos usuários.

4.2. Do efeito Bruxelas ao efeito anti-Bruxelas: o DMA como modelo em disputa

Esse tópico situa os resultados do estudo no debate sobre a influência internacional do DMA e sobre o lugar da norma na agenda de competitividade europeia.

A União Europeia construiu nas últimas décadas a reputação de exportar suas regras. Esse fenômeno, conhecido como "efeito Bruxelas", é a capacidade do bloco de influenciar mercados e governos para além de suas fronteiras, e ocorre por dois caminhos (Bradford, 2012, 2020). No primeiro, empresas globais adotam o padrão europeu em todos os países onde atuam, porque manter versões diferentes de seus produtos custa mais caro. No segundo, outros países usam a lei europeia como referência para suas próprias regras. O Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR, na sigla em inglês) é o exemplo mais citado, e a Lei Geral de Proteção de Dados brasileira está entre as normas que seguiram sua inspiração. Os resultados deste estudo trazem sinais dos dois caminhos e da dificuldade de distingui-los. A mudança nos resultados de busca de uma grande plataforma de comércio eletrônico ocorreu também fora da Europa, o que pode refletir um efeito do DMA além do bloco ou outras pressões regulatórias (Waldfogel, 2024). Do mesmo modo, os gatekeepers podem mudar seu comportamento para cumprir regras de outros países, como a britânica, o que dificulta atribuir efeitos ao DMA (Botta, 2026).

O DMA nasceu com expectativa semelhante, e por algum tempo ela pareceu se confirmar. Jiravuttipong (2026) mostra que a norma serviu de modelo para propostas no Japão, na Coreia do Sul, na Índia, no Brasil, na África do Sul e na Austrália, quase sempre com adaptações. Economias desenvolvidas tenderam a regras de alcance menor, voltadas a poucos serviços, como lojas de aplicativos. Já economias em desenvolvimento tenderam a regimes mais amplos, com critérios de designação mais baixos e maior margem de decisão para o regulador.

Um relatório de outubro de 2026 da Computer & Communications Industry Association (CCIA) sustenta que esse movimento se inverteu. Os autores chamam a inversão de "efeito anti-Bruxelas" (Wagener; Katona, 2026). Segundo o levantamento, das 14 jurisdições de fora da União Europeia que consideraram adotar um modelo inspirado no DMA, 11 desistiram ou

adotaram regimes de alcance menor, e apenas o Brasil segue com uma proposta próxima ao modelo europeu.

- **Coreia do Sul.** Em 2023, o governo propôs uma lei nos moldes do DMA, com designação prévia de grandes plataformas e proibições de conduta. Em 2024, abandonou a proposta e preferiu alterar a lei de concorrência já existente.
- **Índia.** Em 2024, um comitê do governo propôs designar grandes empresas digitais em nove tipos de serviço, com obrigações fixas, como no DMA. O projeto não foi enviado ao Parlamento e deu lugar a um estudo de mercado.
- **Reino Unido.** A lei britânica, em vigor desde 2025, permite designar grandes plataformas caso a caso, com obrigações específicas para cada uma. Diferentemente do DMA, cada obrigação passa por um teste de proporcionalidade, e a empresa pode justificar uma conduta por seus benefícios ao consumidor.
- **Japão.** A lei japonesa, em vigor desde 2025, cobre só quatro serviços de celular, como lojas de aplicativos e navegadores. Ela também admite que as empresas justifiquem condutas por razões de segurança e privacidade.

Para os autores, o recuo se explica pelo desempenho da norma na Europa, onde ela não teria apresentado benefícios mensuráveis e teria atrasado o lançamento de produtos. As evidências reunidas neste estudo qualificam essa avaliação: há efeitos mensuráveis em alguns mercados, **como o aumento do uso de navegadores concorrentes e a redistribuição de tráfego no mercado de voos, mas não há medição de efeitos sobre investimento em inovação, lançamento de produtos ou saldo final para o consumidor**.

A explicação para esse recuo, no entanto, está em disputa, e o desempenho do DMA é apenas uma das hipóteses. Uma análise do Center for European Policy Analysis (CEPA) também identifica perda de fôlego do efeito Bruxelas no setor digital, mas aponta outras causas (Galloway; Echikson, 2026). Uma delas é a pressão do governo dos Estados Unidos sobre reguladores estrangeiros. O texto registra que a Coreia do Sul suavizou seu projeto diante de preocupações comerciais com os norte-americanos. Outra é a própria agenda europeia de competitividade e simplificação regulatória. A análise cita também a chegada de produtos de inteligência artificial, que trouxeram nova concorrência a mercados como o de buscas, o mesmo fator que, no eixo de inovação, impede separar o efeito do DMA da expansão da IA generativa (Botta, 2026).

O próprio relatório da CCIA registra que o PL 4.675/2025 brasileiro se inspira também nos modelos alemão, britânico e japonês. Lidas em conjunto, essas análises sugerem que o recuo internacional reflete tanto a disputa política em torno do modelo quanto seus resultados. As evidências reunidas neste estudo, por sua vez, não permitem um veredito sobre esses resultados em nenhuma das duas direções.

Dentro da própria UE, o DMA também passou a ser discutido à luz da competitividade do bloco. O relatório de Mario Draghi, encomendado pela Comissão Europeia e publicado em setembro de 2024, seis meses após o prazo de adequação, trata o DMA e o DSA como legislações pioneiras e considera cedo para medir plenamente seu impacto. Ao mesmo tempo, alerta que a implementação deve evitar os ônus de conformidade e a insegurança jurídica associados ao GDPR. O documento reconhece avanços em acesso aberto e interoperabilidade alcançados por meio do DMA e defende sua aplicação firme. Também adverte que, se a norma não for aplicada com eficácia, os danos podem incluir menor investimento de empresas multinacionais na Europa e atraso na implantação de avanços tecnológicos. Para o relatório, regras *ex ante* não devem ser a principal ferramenta da política de concorrência, salvo em mercados com barreiras estruturais, como os digitais (Draghi, 2024). **O relatório não se opõe ao DMA, mas inscreve a norma no debate sobre custos regulatórios. A questão passa a ser como aplicá-la sem gerar os ônus que o bloco atribui a outras regras.**

O atraso no lançamento de produtos na Europa é um tema presente nas diferentes leituras sobre o DMA, mas com explicações distintas. O relatório da CCIA cita recursos de um smartphone e uma nova versão de um assistente de voz que não chegaram aos usuários europeus no mesmo prazo que no resto do mundo. A empresa atribui esses atrasos às exigências do DMA, enquanto a Comissão Europeia afirma que a decisão de não lançar cabe à própria empresa (Wagener; Katona, 2026). O relatório Draghi, por sua vez, trata o atraso tecnológico como um risco associado à forma de aplicação da norma (Draghi, 2024). Nenhum estudo da base mediu lançamentos de produtos, como registrado no eixo de inovação, e, como as empresas atuam sob várias normas europeias ao mesmo tempo, como o DSA, o AI Act e o GDPR, atribuir cada atraso a uma regra específica exige uma análise que ainda não foi feita. Saber se, quanto e por causa de quais obrigações os lançamentos foram adiados é uma pergunta relevante para avaliar os custos e os benefícios do DMA e permanece em aberto.

A recepção internacional do DMA mostra que não há um caminho único. Alguns países adotaram regras *ex ante* com alcance menor, outros preferiram reforçar a legislação de concorrência que já tinham, e outros ainda optaram por estudos de mercado antes de qualquer decisão. Mesmo onde regras foram adotadas, o debate girou em torno de escopo, proporcionalidade, espaço para justificativas e capacidade de fiscalização, fatores que, segundo os resultados deste estudo, também influenciaram os efeitos do DMA na Europa. Para o debate brasileiro essa experiência não aponta uma resposta pronta, ela reforça a importância de avaliar os custos e os benefícios de cada alternativa à luz das evidências disponíveis e das condições específicas dos mercados brasileiros.

5. Conclusão

O que buscamos responder com esse Estudo?

Este estudo buscou reunir e qualificar as evidências produzidas entre 2022 e 2026 sobre os impactos do Digital Markets Act nos mercados digitais europeus. Analisamos 27 fontes, organizadas em cinco eixos: novos entrantes e investimentos em startups, regras ex ante de conduta, incentivos à inovação, obrigações de interoperabilidade e bem-estar do consumidor. Cada fonte foi classificada segundo a robustez da publicação e o método utilizado, e cada achado, segundo a direção do efeito em relação ao objetivo da norma. Isso permitiu separar o que já foi observado do que ainda é previsão, e o que pode ser atribuído ao DMA do que apenas ocorreu depois dele.

E o que encontramos?

Depois de cerca de dois anos e meio, sabe-se mais sobre o que as empresas designadas mudaram em seus serviços do que sobre os efeitos dessas mudanças nos mercados. Em investimentos e startups, a queda relativa no investimento e na criação de empresas se concentrou entre a aprovação da norma e o início da aplicação das obrigações e deixou de ser observada depois. Novos concorrentes surgiram, mas só aparecem nos registros da própria Comissão Europeia, e, no caso mais documentado, os principais beneficiados também são empresas americanas. Nas regras de conduta, que reúnem a maior parte dos estudos causais, a tela de escolha aumentou o uso de navegadores concorrentes, e companhias aéreas e comparadores menores ganharam tráfego.

Os efeitos, porém, perdem força à medida que se afastam da interface: em alguns casos, o favorecimento de serviços próprios mudou de lugar em vez de desaparecer, e a receita dos pequenos vendedores que a norma pretendia proteger não melhorou. Em inovação, nenhum efeito foi medido, e os estudos teóricos indicam que o resultado depende de qual obrigação se examina e de como é cumprida. Na interoperabilidade, surgiram novos serviços, mas não se sabe quanto são usados. Sobre a troca de mensagens entre aplicativos, os estudos convergem para um efeito menor do que o pretendido, e taxas de acesso e falta de padrões técnicos aparecem como barreiras à abertura de lojas e sistemas. Para o consumidor, as opções aumentaram, assim como as etapas de uso em alguns serviços, e nenhum estudo mede o saldo final.

Dois padrões atravessam os resultados. O primeiro é que obrigações semelhantes produziram efeitos diferentes, conforme o desenho de cada obrigação, a forma como cada empresa a cumpriu e as condições de cada mercado, em especial a existência de concorrentes já estabelecidos. Quando um serviço do gatekeeper perdeu destaque na

busca, ele perdeu visitas no mercado de voos, onde havia concorrentes consolidados, mas não no de mapas, onde os usuários voltaram ao mesmo serviço com um passo a mais. A forma como a norma é fiscalizada também pesa, porque soluções lançadas sem validação e decisões sem medidas concretas limitaram seus efeitos. O segundo padrão é que a base de evidências ainda está em formação: poucos estudos conseguem isolar o efeito da norma, predominam trabalhos descritivos e teóricos, e faltam dados sobre quantas pessoas usam as novas opções.

E por que isso importa?

O Brasil discute hoje, no PL 4.675/2025, se deve adotar um modelo de regulação ex ante para mercados digitais, e a experiência europeia é citada tanto por quem defende quanto por quem questiona essa escolha. As evidências reunidas aqui sugerem cautela nos dois sentidos. Há efeitos mensuráveis em alguns mercados, mas ainda não há medição sobre investimento em inovação, lançamento de produtos ou saldo para o consumidor, e mudanças na estrutura de mercados digitais, como a entrada de concorrentes, a troca de fornecedor ou a inovação, levam tempo para aparecer nos dados. O que a experiência já oferece são aprendizados de desenho: o resultado depende de como as obrigações são especificadas, cumpridas e fiscalizadas, e das alternativas existentes em cada mercado. Qualquer que seja o caminho adotado, acompanhar seus efeitos exige conhecer a situação dos mercados antes da mudança e ter acesso aos dados que mostram como ela foi recebida.

6. Direcionamentos - Futuros Estudos

Este estudo não esgota as questões sobre o tema, e o amadurecimento da regulação de mercados digitais abre espaço para pesquisas contínuas. Foram identificados os seguintes caminhos:

- **Atualização periódica das evidências.** A base de evidências sobre o DMA ainda é limitada por dois fatores relacionados ao tempo. O primeiro é o intervalo entre a submissão e a publicação em periódicos científicos, que faz com que parte da produção mais recente ainda não tenha passado por revisão por pares. O segundo é o curto período de aplicação das obrigações, em vigor desde março de 2024, insuficiente para que impactos sobre a estrutura dos mercados, como a entrada de concorrentes, a inovação ou o investimento, se manifestem e possam ser medidos. Recomenda-se a atualização periódica deste levantamento, para verificar se os resultados preliminares se confirmam à medida que novos dados e estudos mais robustos estiverem disponíveis.

- **Uso efetivo das novas opções.** Não há dados públicos sobre quantas pessoas usam as lojas de aplicativos alternativas, a troca de mensagens entre aplicativos ou a portabilidade de dados. Na troca de mensagens, a evidência disponível é anterior à implementação ou baseada em intenções declaradas. Estudos que acompanhem o comportamento real dos usuários, e o acesso de pesquisadores aos dados das plataformas, são condição para avaliar se a abertura produziu concorrência.
- **Estimar o saldo para o consumidor.** Os estudos mostram ganhos de escolha e, ao mesmo tempo, etapas extras, mas nenhum mede o resultado líquido. Pesquisas que combinem dados de comportamento com experimentos sobre telas de escolha e interfaces poderiam indicar se o atrito tende a diminuir com o tempo e quanto dele decorre da regra ou da forma como cada empresa a cumpre. Sobre preços, faltam estudos que comparem produtos afetados e não afetados pelas mudanças, para saber se reduções de custos chegam ao consumidor.
- **Efeitos sobre a estrutura dos mercados e a economia.** Os estudos documentam mudanças na conduta das empresas designadas, mas nenhum estima o efeito líquido da norma sobre a concorrência e a economia. Pesquisas futuras poderiam acompanhar a evolução da concentração, da entrada de concorrentes, dos preços e da qualidade dos serviços nos mercados regulados, e compará-la com os custos de conformidade e de adaptação.
- **Inovação e lançamento de produtos.** Nenhum estudo mediu gasto em pesquisa, registro de patentes ou lançamento de produtos depois do início da aplicação das obrigações. Também falta analisar se, quanto e por causa de quais obrigações

lançamentos foram adiados na Europa, separando o efeito do DMA do de outras normas, como o GDPR, o DSA e o AI Act.

- **Efeitos fora da Europa.** Algumas empresas mudaram seu comportamento também fora do bloco, o que dificulta separar o efeito do DMA do de outras pressões regulatórias, como as dos Estados Unidos e do Reino Unido. Estudos que comparem jurisdições com regras diferentes ajudariam a medir esse efeito e a informar países que, como o Brasil, discutem modelos próprios.

Referências

ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTERNET (ALAI); ECOA CONSULTORIA ECONÔMICA. **Impacto econômico do PL 4.675/2025:** ALAI, fev. 2026. Disponível em: https://alai.lat/wp-content/uploads/2026/02/Grafica-VF-_-ALAI-_-Impacto-Economico-PL-4675-PT-Reservado-19-fev-Grafica.docx.pdf. Acesso em: 20 out. 2026.

AKESSON, Jesper *et al*. **Active choice interventions at scale: browser defaults under the Digital Markets Act.** Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, 2026. (NBER Working Paper, n. 35112). Disponível em: https://www.nber.org/papers/w35112. Acesso em: 28 set. 2026.

BEUC – THE EUROPEAN CONSUMER ORGANISATION. **First bloom: increased consumer choice after eighteen months of the DMA**. Bruxelas: BEUC, 2025. (BEUC-X-2025-101). Disponível em: https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/BEUC-X-2025-101_Increased_consumer_choice_after_eighteen_months_of_the_DMA.pdf. Acesso em: 28 set. 2026.

BLOCKX, Jan. **The DMA's contribution to EU digital sovereignty**. [*S. l.*]: SSRN, 2026. Working paper. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=7019658. Acesso em: 29 set. 2026.

BOTTA, Marco. **The Digital Markets Act: two years after, where do we stand? Some reflections on DMA achievements and future challenges**. **Journal of Antitrust Enforcement**, Oxford, v. 14, n. 2, p. 386-393, 2026. DOI: https://doi.org/10.1093/jaenfo/jnag010.

BRADFORD, Anu. The Brussels effect. Northwestern University Law Review, Chicago, v. 107, n. 1, 2012. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2770634. Acesso em: 20 out. 2026.

BRADFORD, Anu. *The Brussels effect*: how the European Union rules the world. Nova York: Oxford University Press, 2020. Disponível em: https://academic.oup.com/book/36491. Acesso em: 20 out. 2026.

BRASIL. **Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011**. Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2011. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm. Acesso em: 29 set. 2026.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Secretaria de Reformas Econômicas. **Tomada de subsídios**: aspectos econômicos e concorrenciais de plataformas digitais. Brasília, DF: Participa + Brasil, 2024. Disponível em: https://www.gov.br/participamaisbrasil/concorrencia-plataformas-digitais. Acesso em: 23 set. 2026.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Secretaria de Reformas Econômicas. Plataformas digitais: aspectos econômicos e concorrenciais e recomendações para aprimoramentos regulatórios no Brasil. Brasília, DF: Ministério da Fazenda, out. 2024b. Disponível em: https://www.gov.br/fazenda/pt-br/central-de-conteudo/publicacoes/relatorios/plataformas-digitais-concorrencia_10102024-pptx-1.pdf. Acesso em: 20 out. 2026.

BRASIL. Poder Executivo. **Projeto de Lei nº 4.675, de 2025**. Altera a Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, dispõe sobre os processos de designação de agentes econômicos de relevância sistêmica em mercados digitais e de determinação de obrigações especiais a agentes econômicos de relevância sistêmica e cria a Superintendência de Mercados Digitais no âmbito do Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Brasília, DF: Presidência da República, 2025. Disponível em: https://planalto.gov.br/CCIVIL_03/Projetos/Ato_2023_2026/2025/PL/pl-4675.htm. Acesso em: 23 set. 2026.

CALZADA, Joan *et al*. **Who benefits from Google's SERP? The impact of the DMA on the air travel market.** Barcelona: Universitat de Barcelona, 2026. Working paper. Disponível em: https://kgi.georgetown.edu/wp-content/uploads/2026/01/Who-benefits-from-Googles-SERP__Calzada-Duch-Brown-Fageda-Quiros_23.pdf. Acesso em: 27 set. 2026.

ÇAVUŞ, Çağrı. Does DMA interoperability promote innovation: a comparative study from EU competition law to the DMA. **European Competition Journal**, [*s. l.*], v. 21, n. 1, p. 161-188, 2024. DOI: https://doi.org/10.1080/17441056.2024.2379143

CHOI, Jane. **What happens to app prices when developers pay lower commission fees?** Evidence from the European Union. [*S. l.*: *s. n.*], 2025. Disponível em: https://developer.apple.com/download/files/DMA-Study-Nov-2025.pdf. Acesso em: 27 set. 2026.

COALIZÃO DIREITOS NA REDE. **Nota sobre o Projeto de Lei nº 4675 de 2025 (concorrência em mercados digitais)**. [*S. l.*]: CDR, 2 dez. 2025. Disponível em: https://direitosnarede.org.br/2025/12/02/nota-pl-4675-concorrencia-em-mercados-digitais/. Acesso em: 29 set. 2026.

COLANGELO, Giuseppe; RIBERA MARTÍNEZ, Alba. The metrics of the DMA's success. **European Journal of Risk Regulation**, Cambridge, v. 16, p. 1017-1037, 2025. DOI: https://doi.org/10.1017/err.2025.4.

COMISSÃO EUROPEIA. **Report from the Commission to the European Parliament, the Council and the European Economic and Social Committee on the review of Regulation (EU) 2022/1925 (Digital Markets Act), in accordance with Article 53 thereof**. COM(2026) 178 final. Bruxelas: Comissão Europeia, 28 abr. 2026a. Disponível em: https://digital-markets-act.ec.europa.eu/system/files/2026-04/DMA%20Review%20Report_COM_2026_178_1_EN.pdf. Acesso em: 27 set. 2026.

COMISSÃO EUROPEIA. **Annual report on the implementation of Regulation (EU) 2022/1925 (Digital Markets Act)**. COM(2026) 247 final. Bruxelas: Comissão Europeia, 21 maio 2026b. Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52026DC0247. Acesso em: 27 set. 2026.

COMISSÃO EUROPEIA. **About the Digital Markets Act**. Bruxelas: Comissão Europeia, 2026c. Disponível em: https://digital-markets-act.ec.europa.eu/about-dma_en. Acesso em: 23 set. 2026.

CONSELHO DIGITAL. **PL 4.675/2025**: Conselho Digital publica três notas técnicas sobre concorrência em mercados digitais. [*S. l.*]: Conselho Digital, 18 mar. 2026. Disponível em: https://conselhodigital.org.br/2026/03/notas-mercados-digitais/. Acesso em: 29 set. 2026.

CRÉMER, Jacques; DE MONTJOYE, Yves-Alexandre; SCHWEITZER, Heike. **Competition policy for the digital era**. Luxemburgo: Publications Office of the European Union, 2019. Disponível em: https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/21dc175c-7b76-11e9-9f05-01aa75ed71a1/language-en. Acesso em: 23 set. 2026.

CRÉMER, Jacques *et al*. **Apple's exclusionary app store scheme: an existential moment for the Digital Markets Act.** VoxEU, Londres: CEPR, 6 mar. 2024. Disponível em: https://cepr.org/voxeu/columns/apples-exclusionary-app-store-scheme-existential-moment-digital-markets-act. Acesso em: 27 set. 2026.

DRAGHI, Mario. **The future of European competitiveness:** Part B – In-depth analysis and recommendations. Bruxelas: Comissão Europeia, set. 2024. Disponível em: https://commission.europa.eu/topics/eu-competitiveness/draghi-report_en. Acesso em: 20 out. 2026.

EUROPEAN CENTRE FOR INTERNATIONAL POLITICAL ECONOMY (ECIPE); EUROPEAN PUBLIC POLICY PARTNERSHIP (EPPP). **What about us? Consumer response to the Digital Markets Act: a study of expectations, lived experiences and attitudes in Central and Eastern Europe.** Bruxelas: ECIPE, 2025. (Occasional Paper, n. 10/2025). Disponível em: https://ecipe.org/publications/consumer-response-to-the-digital-markets-act/. Acesso em: 27 set. 2026.

GALLOWAY, Jack; ECHIKSON, William. **Is the Brussels effect losing steam?** Washington, DC: Center for European Policy Analysis, 21 abr. 2026. Disponível em: https://cepa.org/article/is-the-brussels-effect-losing-steam/. Acesso em: 20 out. 2026.

GORECKA, Arletta. The 'pay-or-consent' model and competition policy: a case comment on the European Commission's decision against Meta under the Digital Markets Act. **Yearbook of Antitrust and Regulatory Studies**, Varsóvia, v. 18, n. 32, p. 195-215, 2025. DOI: https://doi.org/10.7172/1689-9024.YARS.2025.18.32.3

HEY, Florian. **Data interoperability and portability in the DMA**: competition booster or lame duck? Ilmenau: Ilmenau University of Technology, 2024. (Ilmenau Economics Discussion Papers, v. 29, n. 192). Disponível em: https://www.tu-ilmenau.de/fileadmin/Bereiche/WM/wth/Diskussionspapier_Nr_192.pdf. Acesso em: 27 set. 2026.

INSTITUTO SIVIS. **PL 4675/2025 e o novo poder do CADE sobre as plataformas digitais**. Curitiba: Instituto Sivis, 2026. Nota técnica. Disponível em: https://www.sivis.org.br/wp-content/uploads/2026/03/nota_tecnica_4675.pdf. Acesso em: 29 set. 2026.

JIRAVUTTIPONG, Gunn. The global race to rein in Big Tech. University of Pennsylvania Journal of International Law, Filadélfia, 2026. No prelo. Disponível em: https://kgi.georgetown.edu/wp-content/uploads/2026/01/The-Global-Race-to-Rein-in-Big-Tech_Jiravuttipong_64.pdf. Acesso em: 20 out. 2026.

LASIO, Laura *et al*. **Online travel agencies and beyond**: the role of sales channels for hotels and consumers. [*S. l.*]: NET Institute, 2025. (NET Institute Working Paper, n. 25-07). Disponível em: https://www.netinst.org/Peiyao_25-07.pdf. Acesso em: 27 set. 2026.

MANNE, Geoffrey A.; OLIVEIRA NETO, Dario; AUER, Dirk. **Excesso de intervenção digital: uma virada**

prematura para regulação ex-ante no Brasil. Portland: International Center for Law & Economics, 2026. (ICLE White Paper). Disponível em: https://laweconcenter.org/resources/excesso-de-intervencao-digital-uma-virada-prematura-para-regulacao-ex-ante-no-brasil/. Acesso em: 29 set. 2026.

OSTOJSKI, Przemysław. **Implications of the EU Digital Markets Act**: an early bird's-eye assessment. [*S. l.*]: SSRN, 2026. Working paper. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=6542500. Acesso em: 27 set. 2026.

PAPE, Louis-Daniel; ROSSI, Michelangelo. Is competition only one click away? The Digital Markets Act impact on Google Maps. Munich: CESifo, 2026. (CESifo Working Papers, n. 11226). Disponível em: https://www.ifo.de/en/cesifo/publications/2026/working-paper/competition-only-one-click-away-digital-markets-act-impact-google. Acesso em: 23 out. 2026.

PAPE, Louis-Daniel *et al*. **The impact of the Digital Markets Act on Google Flights**. [*S. l.*]: HAL, 2026. Preprint hal-05565052. Disponível em: https://hal.science/hal-05565052. Acesso em: 27 set. 2026.

PARLAMENTO EUROPEU. Digital Markets Act. *In*: PARLAMENTO EUROPEU. **Legislative Train Schedule**. Bruxelas: Parlamento Europeu, [2026]. Disponível em: https://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-a-europe-fit-for-the-digital-age/file-digital-markets-act. Acesso em: 23 set. 2026.

PÜPLICHHUISEN, Paul; SIRRIES, Steffen. DMA in effect and (in)effective? Competition and visibility in online product search. **Journal of Competition Law & Economics**, 2026. DOI: https://doi.org/10.1093/joclec/nhag022 .Acesso em: 1 out. 2026.

RODRIGUES, Carla; NÓVOA, Natasha. **O que está em jogo no PL de regulação dos mercados digitais?** São Paulo: Data Privacy Brasil Research, 2026. Disponível em: https://www.dataprivacybr.org/documentos/o-que-esta-em-jogo-no-pl-de-regulacao-dos-mercados-digitais/. Acesso em: 29 set. 2026.

SCOTT MORTON, Fiona *et al*. **Access pricing for app stores under the Digital Markets Act**. New Haven: Tobin Center for Economic Policy, Yale University, 2024. (Policy Discussion Paper, n. 91). Disponível em: https://tobin.yale.edu/sites/default/files/2024-07/Access%20Pricing%20for%20App%20Stores%20Under%20the%20DMA.pdf. Acesso em: 27 set. 2026.

SIMONE, Cristina; LAUDANDO, Antonio. **Principles and obligations of the Digital Markets Act in regulating the economic power of gatekeepers: positive, negative or trade-off effects?** Electronic Markets, [*s. l.*], v. 35, art. 42, 2025. DOI: https://doi.org/10.1007/s12525-025-00788-6.

TAŞ, Serpil; WIEWIORRA, Lukas; LIEBE, Andrea. **Interoperability for number-independent interpersonal communications services under the DMA: more harm than good?** Bad Honnef: WIK, 2023. (WIK Research Brief). Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4911632. Acesso em: 27 set. 2026.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) 2022/1925 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de setembro de 2022, relativo à disputabilidade e equidade dos mercados no setor digital e que altera as Diretivas (UE) 2019/1937 e (UE) 2020/1828 (Regulamento dos Mercados Digitais). **Jornal Oficial da União Europeia**, Luxemburgo, L 265, p. 1-66, 12 out. 2022. Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32022R1925. Acesso em: 23 set. 2026.

WAGENER, Trevor; KATONA, Krisztian. **The anti-Brussels effect in digital competition policy and the DMA's fading appeal as a global model.** Washington, DC: Computer & Communications Industry Association, out. 2026. Disponível em: https://ccianet.org/wp-content/uploads/securepdfs/2026/10/CCIA_Anti-Brussels_Effect_in_Digital_Regulation_Report.pdf. Acesso em: 20 out. 2026.

WALDFOGEL, Joel. **Amazon self-preferencing in the shadow of the Digital Markets Act**. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, 2024. (NBER Working Paper, n. 32299). DOI: https://doi.org/10.3386/w32299.

WEN, Qianqian; HU, Kayson. **Does gatekeeper regulation benefit small businesses?** Seller-level evidence from the EU Digital Markets Act. [*S. l.*]: SSRN, 2026. Working paper. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=7293098. Acesso em: 27 set. 2026.

WIEWIORRA, Lukas *et al*. **Study of interoperability tools in the Digital Single Market**: final report. Luxemburgo: Publications Office of the European Union, 2026. DOI: https://doi.org/10.2759/2142352.

WOODWARD, Susan E.; BLOSSER, Shawn. **An analysis of the performance of European venture capital-funded startups**. Washington, DC: Computer & Communications Industry Association, 2026. Disponível em: https://ccianet.org/research/reports/an-analysis-of-the-performance-of-european-venture-capital-funded-startups/. Acesso em: 27 set. 2026.

YANG, Jiwon. Unintended effects of Digital Market Act on new entry and investment. **Digital Policy, Regulation and Governance**, [*s. l.*], v. 28, n. 4, 2026. DOI: https://doi.org/10.1108/DPRG-03-2025-0080.

Anexo de Metodologia Reglab

CONTEXTO REGLAB

AUTORIA	Marina Garrote, Thais Palanca e Natália Ribeiro
Título	Os impactos do Digital Markets Act nos mercados digitais europeus: o que dizem as evidências dos primeiros anos de vigência
Pergunta de Pesquisa	Quais são as evidências científicas disponíveis sobre os impactos do DMA nos mercados digitais europeus, produzidas entre 2022 e 2026?
Resumo de Metodologia	O estudo reúne, por meio de um compilado de achados, as evidências sobre os impactos do Digital Markets Act (DMA) nos mercados digitais europeus produzidas entre 2022 e 2026. A metodologia combina análise documental de fontes secundárias (desk research) com análise qualitativa de conteúdo. A coleta foi organizada em cinco eixos temáticos: novos entrantes e investimentos em startups, regras *ex ante* de conduta, incentivos à inovação, obrigações de interoperabilidade e bem-estar do consumidor. Seguiram-se triagem em duas etapas, assistida por IA e com revisão humana, e classificação de cada fonte por robustez da publicação e por método.
Coleta de Dados	A coleta de dados foi realizada de 16 de setembro a 01 de outubro de 2026, por meio de comandos em IA predefinidos, aplicados eixo por eixo. A busca foi feita em duas frentes. A primeira foi uma busca inicial, com um comando-base e um parágrafo específico para cada um dos cinco eixos. A segunda foram buscas complementares, com um comando único voltado a identificar estudos não localizados na primeira frente. *Comando-base (busca inicial)* Você é um assistente de pesquisa. Estamos conduzindo uma revisão estruturada de literatura sobre os impactos empíricos do Digital Markets Act (DMA) da União Europeia. A pergunta da pesquisa é: Quais são as evidências científicas disponíveis sobre os impactos do DMA nos mercados digitais europeus, produzidas entre 2022 e 2026? O objetivo desta etapa é mapear e sintetizar o estado do debate sobre os efeitos do DMA, consolidando referências que analisam a implementação da norma, e analisar criticamente as evidências empíricas sobre sua efetividade, benefícios e externalidades. Esta é uma pesquisa exploratória: não presuma a direção do resultado. Busque evidências favoráveis, contrárias e mistas de forma equilibrada, refletindo fielmente o que a literatura mostra — inclusive a ausência de evidências robustas em qualquer direção. Dentro desse objetivo, busque evidências especificamente sobre [parágrafo do eixo]. Priorize estudos sobre a União Europeia como bloco regulatório. Inclua também estudos sobre países-membros específicos quando encontrados. Inclua qualquer documento que analise ou discuta efeitos do DMA nesse eixo.

Priorize estudos que mensurem ou documentem impactos observáveis do DMA sobre mercados, empresas, consumidores e demais atores — evidência empírica (quantitativa ou qualitativa), estudos de caso com dado concreto, ou análises institucionais baseadas em fatos verificáveis.

O tipo de evidência não é pré-requisito de inclusão; é um dado a mais para avaliarmos a força da evidência depois.

NÃO INCLUA fontes com autoria não verificável, metodologia declarada sem evidência correspondente, pré-publicações sem revisão, ou dois ou mais indicadores de baixa integridade editorial.

Para cada fonte encontrada, informe: (1) título e autoria; (2) ano e tipo de publicação; (3) principal achado — especifique se é um efeito observado, projetado ou hipotetizado; (4) desenho metodológico (ex.: diferença-em-diferenças, variável instrumental, estudo de caso, análise teórica, regressão observacional); (5) país ou recorte geográfico do estudo; (6) a URL.

Parágrafos específicos por eixo

1. Novos entrantes e investimentos em startups: Investigue os efeitos do DMA sobre investimentos e entrada de novos concorrentes em mercados regulados, incluindo tanto evidências de retração (redução de investimento, menos entrada, aquisições que eliminam potenciais concorrentes) quanto de expansão (aumento de investimento, mais entrada, aquisições bloqueadas que preservaram concorrência). Indicadores relevantes: volume de investimento em venture capital; número e perfil de aquisições feitas por gatekeepers; taxa de criação de novas empresas. Priorize estudos que comparem o período antes e depois da vigência (2022 em diante).
2. Regras *ex ante* de conduta: Investigue os efeitos das regras *ex ante* do DMA (proibições a self-preferencing, anti-steering, tying e bundling), buscando tanto evidências de que essas restrições impediram práticas pró-competitivas ou eficientes quanto evidências de que preveniram condutas efetivamente anticompetitivas ou prejudiciais. Busque comparações do comportamento de gatekeepers antes e depois da proibição, e efeitos colaterais (previstos ou não) em qualquer direção.
3. Incentivos à inovação: Investigue os efeitos do DMA sobre os incentivos à inovação de gatekeepers e de seus concorrentes, buscando tanto evidências de enfraquecimento (queda em P&D, patentes, lançamento de produtos) quanto de fortalecimento (novos entrantes inovando em espaços antes fechados, gatekeepers se adaptando às novas regras). Indicadores relevantes: investimento em P&D; registro de patentes; lançamento de produtos; fluxo de capital de risco para inovação em setores regulados.
4. Obrigações de interoperabilidade: Investigue os efeitos das obrigações de interoperabilidade do DMA (mensageria, sideloading, portabilidade de dados), buscando tanto evidências de aumento de concorrência e ampliação de escolha para usuários quanto de custos de implementação, riscos de segurança ou baixa adoção efetiva. Compare o benefício competitivo esperado com o observado, em qualquer direção.
5. Bem-estar do consumidor: Investigue os efeitos do DMA sobre a experiência do usuário final, buscando tanto evidências de prejuízo (perda de integração de serviços, fricção adicional, riscos de privacidade) quanto de benefício (mais

escolha, redução de custos de troca, melhoria em proteção de dados, queda de preços por maior concorrência).

Comando das buscas complementares (Consensus, Perplexity e ChatGPT)

We are conducting a structured literature review on the impacts of the European Union Digital Markets Act (DMA).

Research question: What scientific evidence published between 2022 and 2026 is available on the impacts of the DMA on European digital markets?

Task: Identify relevant academic studies or scientific evidence that may have been missed by our existing review. Do not provide a general overview of the DMA. Focus on finding additional sources not already included in the list below. Search neutrally for evidence of positive, negative, mixed, null, or unintended effects. Do not assume that the DMA has succeeded or failed. Prioritize studies on the European Union or EU Member States, especially research using observed data after DMA implementation (particularly 2024 onward).

Search across these five areas: (1) Investment and startups: effects on venture capital, startup financing and creation, market entry, acquisitions by gatekeepers, exit opportunities, and investment incentives. (2) *Ex ante* conduct rules: effects of DMA rules concerning self-preferencing, anti-steering, tying, bundling, default settings, choice screens, app-store rules, ranking, and platform integration. (3) Innovation incentives: effects on innovation by gatekeepers and competitors, including R&D, patents, product launches, new features, entry by innovative firms, and venture financing. (4) Interoperability: effects of interoperability, data portability, data access, sideloading, alternative app stores, and messaging interoperability. (5) Consumer welfare: effects on prices, fees, consumer choice, switching costs, user friction, service quality, privacy, security, integration of services, consumer behavior, and adoption of alternatives.

Evidence: Prioritize empirical studies using observed post-DMA data. Also include relevant quantitative, theoretical, institutional, or case-study research when it materially contributes to understanding DMA effects, but clearly distinguish observed effects based on post-implementation evidence from projected or theoretical effects that have not yet been empirically observed. Prioritize peer-reviewed research. Because the DMA is recent, relevant working papers or preprints with unique post-2024 empirical evidence may also be included, but clearly label them as non-peer-reviewed. Exclude news articles, blogs, opinion pieces, and sources with unverifiable authorship.

Avoid duplicates: Do not return studies already included in our existing review. Match on author and title, not on URL.

Output: For each new and relevant source, provide title and authors; year and publication venue; whether it is peer-reviewed; evidence area(s); geographic scope; methodology and data used; main finding; whether the effect is observed or projected/theoretical; why the source adds something new to our existing review; DOI or stable URL. At the end, briefly state how many genuinely new relevant sources were identified, how many contain observed post-DMA empirical evidence, which areas gained new empirical evidence, which areas still have little

	post-implementation evidence, and whether the additional literature supports, contradicts, or complicates the proposition that the available evidence is still insufficient to reach strong conclusions about the overall effects of the DMA. Do not assume this proposition is correct; evaluate it based on the literature found. Fontes de busca: ferramentas de pesquisa em IA (Claude e ChatGPT em modo Deep Research, Consensus e Perplexity). Recorte geográfico: União Europeia, como bloco ou em Estados-membros específicos. Estudos sobre regimes semelhantes em outras jurisdições foram excluídos. Recorte temporal das publicações incluídas: de 2022 a 2026. Definição de impacto: antes da triagem, a equipe fixou o que contaria como impacto do DMA nos mercados digitais. É uma alteração em preços, entrada de novos competidores, uso de novas opções, variedade ou qualidade dos serviços, posterior à designação das empresas ou ao início da aplicação da obrigação e atribuída a uma obrigação identificável da norma. Também foram considerados impactos projetados por modelos econômicos, simulações, estudos de viabilidade ou análises jurídicas sobre efeitos no mercado. **Etapas da coleta:** Fase 1 (busca inicial): aplicação do comando-base no Claude (Deep Research), com um parágrafo específico para cada eixo. As indicações retornadas foram registradas em documento de coleta, com o motivo de exclusão de cada uma, e sistematizadas em planilha. Durante esta fase, o comando foi ajustado: textos de doutrina jurídica sem análise de efeitos passaram a ser excluídos, e estudos de teoria econômica continuaram elegíveis. Fase 2 (buscas complementares): aplicação do comando complementar, acompanhado da lista de fontes já incluídas. O Consensus indicou 15 fontes novas, das quais 3 foram incluídas. O Perplexity indicou 7, das quais 2 foram incluídas, com prioridade para estudos com desenho causal. Após revisão da base, o mesmo comando foi aplicado no ChatGPT (Deep Research), com 2 inclusões. Fase 3 (triagem): as 37 fontes sistematizadas em planilha passaram por dupla revisão humana independente, que excluiu 7 documentos: 2 relatórios de conformidade das empresas designadas; 2 estudos gerais que não tratavam de impactos do DMA especificamente; 1 artigo de blog com baixa integridade editorial; 2 estudos técnicos da área de computação sobre a interoperabilidade entre aplicativos de mensagem criptografados. Excluímos mais 3 fontes durante a escrita do relatório, por não demonstrarem impactos do DMA. Ao final da triagem, a base de dados do relatório ficou com 27 fontes. Critérios de exclusão: autoria não verificável; ausência de metodologia identificável; metodologia declarada sem evidência correspondente; indicadores de baixa integridade editorial; manifestações predominantemente advocatícias sem metodologia própria; documentos que apenas descrevem a implementação das regras ou discutem a natureza ou a compatibilidade jurídica da norma. Working papers foram admitidos quando não havia versão revisada por pares disponível. Quando a versão revisada existia, ela foi adotada como referência.
Análise de Dados	Após a triagem, foi realizada análise qualitativa de conteúdo. As fontes foram organizadas em uma planilha consolidada com as seguintes informações: título do documento; resumo; metodologia usada; força de evidência (robusta, moderada ou limitada); método (causal, correlacional, descritivo ou teórico); eixo de análise; fonte de coleta, isto é, a ferramenta

	ou base em que o documento foi localizado; tipo de documento (pesquisa acadêmica, relatório institucional, estudo de mercado, entre outros); link. Cada fonte foi alocada, de forma não excludente, em um ou mais dos cinco eixos. Cada uma recebeu também duas classificações independentes. A força de evidência (robustez) segue o tipo de publicação: robusta (periódico com revisão por pares), moderada (série de working papers com filtro editorial) ou limitada (sem nenhum desses crivos). O método indica o que o estudo permite afirmar: causal, correlacional, descritivo ou teórico. Para cada eixo, foi elaborada uma tabela com o principal achado de cada estudo, sua robustez e seu método, seguida de uma síntese que compara os estudos e indica o que eles mostram em conjunto. O fichamento inicial foi assistido por IA (Claude). Depois, as autoras revisaram as classificações e conferiram cada achado no texto original.
Procedimentos de Redução de Vieses	(i) Adoção de critérios de inclusão e exclusão predefinidos antes da coleta (recorte geográfico, temporal e tipo de fonte); (ii) comandos de busca neutros, que pediam evidências favoráveis, contrárias e mistas com o mesmo esforço; (iii) definição prévia e explícita do conceito de "impacto do DMA nos mercados digitais" (Box 1), para evitar critérios implícitos ou divergentes entre as pesquisadoras na triagem; (iv) triangulação da busca entre quatro ferramentas de IA, bases acadêmicas e documentos primários, para não depender de um único mecanismo de busca; (v) dupla revisão humana independente, com resolução conjunta das divergências; (vi) classificação de robustez por critério externo e verificável, o tipo de publicação, e não pelo julgamento das autoras sobre a qualidade de cada trabalho; (vii) controle de possíveis vieses de origem pela própria régua de robustez: fontes que não passaram por revisão externa, como relatórios institucionais, estudos encomendados por empresas ou pelo regulador, consultorias e documentos de posicionamento, foram classificadas como de robustez limitada. Essas fontes não passaram por um crivo independente capaz de filtrar eventual influência de quem as produziu ou financiou. Estudos encomendados só foram incluídos quando o financiador era declarado.
Outras Limitações Metodológicas	As obrigações do DMA valem desde março de 2024. Parte da produção mais recente ainda não chegou a periódicos revisados por pares e aparece com robustez inferior por razão de calendário, não de qualidade. Pelo mesmo motivo, muitos efeitos de mercado ainda não tiveram tempo de aparecer nos dados. Predominam estudos descritivos e teóricos, e os achados baseados em modelos e análises jurídicas são apresentados como projeções, e não como efeitos observados. Parte relevante da literatura foi produzida ou financiada por empresas, associações setoriais ou pela própria Comissão Europeia. A coleta dependeu em parte de ferramentas de IA, cuja cobertura pode ser incompleta e cujos resultados não são integralmente reprodutíveis. Algumas fontes de acesso restrito foram obtidas pelo vínculo institucional de uma das pesquisadoras, o que limita a replicabilidade por quem não tem acesso equivalente. A classificação de robustez pelo tipo de publicação não avalia a qualidade interna de cada estudo. O recorte geográfico exclui evidências de regimes semelhantes em outras jurisdições.
Uso de Software	Claude (Anthropic): busca inicial em modo Deep Research, fichamento preliminar das fontes e redação assistida, incluindo síntese dos achados, adequação à linguagem simples e formatação de referências. ChatGPT (OpenAI), Consensus e Perplexity: buscas complementares de fontes não identificadas na fase inicial.

	ChatGPT (Codex): utilizado para geração de imagens. Google Sheets: registro e consolidação da base de fontes. Google Docs: registro do protocolo de busca, das decisões de triagem e da metodologia, além da edição do relatório final.
Diretrizes Éticas	Privacidade e proteção de dados pessoais: a pesquisa não envolveu coleta ou tratamento de dados pessoais de indivíduos identificáveis. Os dados utilizados são de domínio público ou de acesso institucional regular, obtidos sem violar a privacidade ou a confidencialidade de qualquer indivíduo ou instituição. Uso responsável de IA: todo conteúdo gerado ou sugerido por ferramentas de IA foi revisado e validado pelas autoras, e cada referência e achado foi conferido na fonte original. Transparência metodológica: a metodologia foi documentada cronologicamente (protocolo de busca, critérios de triagem e resultados de cada fase), permitindo a validação dos resultados por qualquer pesquisador da equipe. Não discriminação: a pesquisa foi conduzida de maneira a respeitar a diversidade e evitar qualquer forma de discriminação.
Declaração de Independência Editorial	**Esta pesquisa foi financiada pelo Google Brasil Internet Ltda**. Para garantir a integridade deste trabalho, as autoras desenvolveram, conduziram e analisaram o estudo de forma independente, sem interferência da empresa financiadora, que também não influenciou na interpretação dos resultados. As autoras mantêm total independência profissional e assumem integral responsabilidade pelo conteúdo e pelas conclusões deste trabalho.

reglab

centro de estratégia
& regulação

www.reglab.com.br