Anais do Congresso Brasileiro de Iniciação Científica

(https://periodicos.unisanta.br/COB)

ISSN 2317-1316

ESTRATÉGIAS TRANSNACIONAIS E CONCENTRAÇÃO DE MERCADO NA ERA DIGITAL: UMA ANÁLISE ECONÔMICA-EMPRESARIAL DO ECOSSISTEMA META

TRANSNATIONAL STRATEGIES AND MARKET CONCENTRATION IN THE DIGITAL AGE: AN ECONOMIC-BUSINESS ANALYSIS OF THE META ECOSYSTEM

Manuela Marques Santos, Giulia Gomes Laffront, Nicole da Rocha Romero, Luiz André Evangelista

Universidade Santa Cecília, Faculdade de Relações Internacionais, Curso de Relações Internacionais
E-mail para contato: gl252847@alunos.unisanta.br, ms257794@alunos.unisanta.br, nr252228@alunos.unisanta.br

RESUMO – O presente artigo analisa as estratégias corporativas de concorrência imperfeita da Meta Platforms sob a ótica da Economia Política Internacional. O objetivo central é compreender como a empresa atua enquanto corporação transnacional para suprimir a concorrência e consolidar um monopólio global no setor de redes sociais digitais. Para tanto, a pesquisa fundamenta-se nos conceitos de capitalismo de plataforma e poder estrutural do conhecimento. Metodologicamente, adota-se uma abordagem qualitativa de caráter exploratório, baseada em revisão bibliográfica e na análise documental de relatórios econômicos e antitruste.

Palavras-chave: Empresas Transnacionais; Meta; Capitalismo de Plataforma; Monopólio Digital.

ABSTRACT – This article analyzes the imperfect competition corporate strategies of Meta Platforms from the perspective of International Political Economy. The central objective is to understand how the company acts as a transnational corporation to suppress competition and consolidate a global monopoly in the digital social media sector. To this end, the research is grounded in the concepts of platform capitalism and the structural power of knowledge. Methodologically, it adopts a qualitative, exploratory approach based on literature review and the documentary analysis of economic and antitrust reports.

Keywords: Transnational Companies; Meta; Platform Capitalism; Digital Monopoly.

ISSN 2317-1316

1 INTRODUÇÃO

A empresa Meta Platforms é responsável por controlar as maiores redes sociais utilizadas ao redor do mundo, como o Facebook, Instagram, WhatsApp e Messenger, consolidando-se como uma das principais Big Techs da atualidade, além de estar a caminho de se tornar um grande monopólio digital. Muito além de meras redes sociais, a Meta atua como uma Empresa Transnacional de Plataforma, ou seja, uma infraestrutura digital que funciona para conectar não somente usuários, mas também vendedores e compradores. A ascensão dessas plataformas digitais transformou diretamente a dinâmica do capitalismo moderno, fazendo com que corporações transnacionais de tecnologia concentrassem poder econômico, controle de dados e influência global sobre mercados estratégicos. Nesse contexto, a atuação da Meta no cenário internacional pode ser compreendida a partir de diferentes abordagens teóricas dentro da Economia Política Internacional (EPI).

De acordo com o Paradigma Eclético de John Dunning, também conhecido como modelo OLI (mencionando as vantagens de Ownership, Location e Internalization), a internacionalização ocorre quando uma firma possui vantagens específicas que justificam e motivam a expansão de suas operações globalmente. Relacionando esse paradigma com o caso da Meta, as vantagens de propriedade (Ownership) estão diretamente ligadas ao seu domínio tecnológico, especialmente seus algoritmos proprietários, sistemas de inteligência artificial, infraestrutura digital e capacidade de coleta massiva de dados de usuários. Esses ativos garantem uma vantagem competitiva ímpar no mercado global e fortalecem sua posição na economia digital.

As vantagens locacionais (Location) também são fundamentais para compreender a atuação da Meta, visto que a empresa opera em escala global, alcançando bilhões de indivíduos em diferentes países e aproveitando ambientes regulatórios e tributários favoráveis para maximizar seus lucros. Além disso, as vantagens de internalização (Internalization) ajudam a explicar a estratégia da empresa de adquirir concorrentes em vez de apenas licenciar tecnologias ou estabelecer parcerias comerciais. A unificação de dados dos usuários de suas plataformas, asseguradas por uma mesma governança corporativa, impede que outras transnacionais venham a copiar o seu modelo de negócios, garantindo à empresa uma forte blindagem no meio digital.

ISSN 2317-1316

Essa dinâmica se alinha ao conceito de capitalismo de plataforma, cunhado pelo economista político Nick Srnicek. De acordo com o autor, no cenário econômico contemporâneo, os dados digitais passaram a operar como a matéria-prima mais valiosa do mercado global. Gigantes digitais passam a atuar como intermediárias entre usuários, trabalhadores e empresas, extraindo e controlando dados e transformando a informação no principal motor de acumulação de riqueza. Srnicek analisa que essas infraestruturas digitais possuem uma necessidade intrínseca de expansão e monopolização para lidar com a competição intercapitalista e com os desafios que essas condições geram.

Essa busca por expansão e controle nos leva à teoria de Poder de Mercado, de Stephen Hymer, que argumenta que as multinacionais se expandem principalmente para ampliar seu poder de mercado e reduzir a concorrência internacional, diferindo das visões clássicas que associavam a expansão à mera busca por eficiência econômica. Hymer afirmava que o mercado internacional opera sob concorrência imperfeita, onde empresas utilizam vantagens exclusivas para erguer barreiras de entrada. No caso da Meta, seu maior trunfo não é o capital financeiro isolado, mas sim os efeitos de rede, uma barreira estrutural em que a utilidade do serviço aumenta conforme mais pessoas o utilizam, somados ao domínio algorítmico de dados de bilhões de pessoas.

A teoria da sociedade em rede de Manuel Castells aprofunda essa discussão ao demonstrar como as tecnologias de informação transformaram radicalmente as relações de poder na economia global. Em sua obra clássica, Castells afirma que a sociedade contemporânea é estruturada por redes digitais globais que conectam informação, comunicação e capital em tempo real. Nesse cenário, o poder econômico passa a depender diretamente da capacidade de controlar fluxos informacionais e infraestruturas tecnológicas. O "poder de mercado" de Hymer, que antes se baseava em fábricas e patentes físicas, agora se baseia no controle desses fluxos descritos por Castells. Em sua teoria do poder, o autor define os "programadores" como aqueles que têm a capacidade de configurar e programar as redes globais de acordo com seus interesses. A Meta atua exatamente como essa programadora global: através de seus algoritmos, ela dita quais informações têm visibilidade, quais negócios prosperam através de anúncios e como as interações sociais ocorrem. Essa capacidade de programar a rede social global confere à empresa um poder político e econômico que desafia, inclusive, a soberania de Estados-nação.

ISSN 2317-1316

Dessa forma, as contribuições articuladas de Dunning, Srnicek, Hymer e Castells oferecem a chave analítica para compreender a Meta Platforms como o arquétipo do monopólio do século XXI. Diante desse panorama teórico, esta pesquisa tem como objetivo a compreensão do modelo de negócios da Meta, que consolidou sua posição no cenário econômico digital, analisando suas estratégias de fusões e aquisições (M&A) e os impactos econômicos de seu possível monopólio. Para tanto, examina-se como a empresa utiliza sua capacidade financeira para absorver potenciais concorrentes e ampliar o controle sobre dados, redes de comunicação e fluxos de informação em escala internacional, tendo como foco os casos emblemáticos das aquisições do Instagram e do WhatsApp.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Para responder ao problema de pesquisa proposto, este artigo adota uma abordagem metodológica predominantemente qualitativa, com objetivos de caráter exploratório e descritivo. Dado que o escopo do trabalho se insere no campo da Economia Política Internacional e na análise do comportamento de empresas transnacionais, o desenho metodológico foi estruturado a partir de dois pilares principais: a revisão bibliográfica e a análise documental de dados econômicos e regulatórios.

O procedimento metodológico dividiu-se em etapas lógicas e complementares. A primeira fase consistiu no mapeamento teórico e no fichamento das matrizes conceituais sobre o poder de mercado das corporações multinacionais. Esta etapa concentrou-se especificamente nos conceitos de capitalismo de plataforma de Nick Srnicek, nas teorias de supressão de concorrência por firmas transnacionais de Stephen Hymer, no conceito de capitalismo de vigilância de Shoshana Zuboff e na estrutura do poder estrutural do conhecimento proposta por Susan Strange.

A segunda fase compreendeu o levantamento documental e a coleta de dados primários e secundários sobre a atuação empresarial da Meta Platforms no cenário global. As fontes documentais foram selecionadas com base em sua relevância econômica e regulatória, incluindo os e-mails internos da liderança corporativa e os dados de mercado contidos no

ISSN 2317-1316

Relatório de Investigação de Competição em Mercados Digitais da Câmara dos Representantes dos EUA, além dos balanços financeiros anuais divulgados pela própria empresa em seus relatórios oficiais para investidores.

Por fim, realizou-se a triangulação de dados através do confronto direto entre as evidências empíricas levantadas, como as estratégias de fusões e aquisições e o faturamento global com publicidade, e os modelos conceituais revisados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1. O Ecossistema Meta como Monopólio Transnacional

A consolidação da Meta Platforms como uma empresa transnacional dominante no setor de redes sociais digitais não decorre apenas da preferência orgânica dos usuários, mas sim de uma atuação deliberada e estratégica no mercado global. Sob a ótica da Economia Política Internacional (EPI) e das teorias de poder de mercado de Stephen Hymer (1976), a corporação utiliza mecanismos específicos para neutralizar forças concorrenciais e erguer barreiras de entrada intransponíveis.

Para compreender como a Meta suprime a concorrência global, é necessário utilizar o conceito de Capitalismo de Plataforma, criado pelo economista político Nick Srnicek. De acordo com o autor, no cenário econômico contemporâneo, os dados digitais passaram a operar como a matéria-prima mais valiosa do mercado global. Diferente das indústrias tradicionais que produzem mercadorias físicas, empresas como a Meta funcionam como "plataformas": infraestruturas digitais que intermediam a interação entre diferentes grupos, como usuários, criadores de conteúdo e anunciantes.

Srnicek aponta que a principal característica dessas plataformas é a necessidade intrínseca de expansão e monopolização. Isso ocorre devido aos efeitos de rede (network effects). Em termos simples, quanto mais usuários entram no ecossistema da Meta (Instagram, WhatsApp e Facebook), mais atraente a plataforma se torna para novos usuários e, consequentemente, para as empresas que desejam anunciar. Esse fenômeno gera um ciclo de feedback de concentração econômica: o aumento de usuários gera mais dados, que refinam os algoritmos, atraem mais anunciantes e consolidam o domínio de mercado. À medida que a base de dados cresce, os algoritmos de recomendação e direcionamento publicitário da Meta tornam-se mais precisos.

ISSN 2317-1316

Como o custo marginal de se conectar a um novo usuário é praticamente zero para a empresa, ela atinge uma economia de escala transnacional imbatível. Para a concorrência, o resultado é o chamado aprisionamento tecnológico (lock-in). Como o valor da plataforma está atrelado à presença dos outros indivíduos, um usuário dificilmente migrará para uma rede social concorrente se seus contatos não fizerem o mesmo.

Dessa forma, a Meta não compete apenas oferecendo um produto melhor, mas sim controlando o próprio espaço social e comercial onde as interações digitais globais ocorrem. Startups e empresas de tecnologia locais, especialmente no Sul Global, veem-se bloqueadas de competir, uma vez que não possuem o capital inicial de dados necessário para quebrar esse monopólio de atenção.

Quando os mecanismos orgânicos de efeito de rede não são suficientes para impedir o surgimento de novos entrantes no mercado, a Meta adota uma estratégia empresarial agressiva de Fusões e Aquisições (M&A) de caráter predatório. Essa prática pode ser explicada teoricamente pelo pioneiro das análises sobre multinacionais em Relações Internacionais, Stephen Hymer.

Hymer (1976) argumentava que a expansão transnacional de uma firma não visa essencialmente a eficiência produtiva, mas sim a criação e manutenção de poder de mercado através da eliminação de rivais. Ao invés de investir recursos competindo em termos de inovação tecnológica, a corporação utiliza seu gigantesco acúmulo de capital para absorver competidores antes que eles alcancem uma escala que possa ameaçar o monopólio. No histórico da Meta, duas operações internacionais consolidaram essa dinâmica:

- **A aquisição do Instagram (2012):** Comprado por US$ 1 bilhão, o Instagram era uma plataforma puramente móvel que crescia aceleradamente. Relatórios oficiais da investigação antitruste do Congresso dos EUA (US House Judiciary Antitrust Report) revelaram e-mails internos em que o CEO da Meta, Mark Zuckerberg, afirmava explicitamente que o Instagram poderia ser "muito disruptivo" e que a compra serviria para "comprar tempo" e neutralizar um competidor perigoso. Trata-se do exemplo prático do que a literatura econômica chama de killer acquisition (aquisição assassina).

ISSN 2317-1316

A aquisição do WhatsApp (2014): A compra por US$ 19 bilhões retirou do mercado global o maior concorrente de mensageria instantânea. Mais do que adquirir o aplicativo em si, a Meta realizou uma manobra de internalização (dialogando com o paradigma eclético de John Dunning): a empresa absorveu a maior rede global de números de telefone e dados de comunicação direta do planeta.

Ao unificar as bases de dados de usuários do Facebook, Instagram e WhatsApp sob uma mesma governança corporativa, a Meta estabeleceu um monopólio cruzado de dados que impede qualquer outra empresa transnacional de replicar seu modelo de negócios. A estratégia de M&A da Meta, portanto, transformou a concorrência de mercado em um jogo de exclusão, onde novos modelos de negócios são sistematicamente integrados à estrutura da própria transnacional dominante.

A verdadeira riqueza por trás das aquisições do Instagram e do WhatsApp não reside nos aplicativos em si, mas na centralização dos dados gerados por bilhões de usuários. Ao unificar essas plataformas, a Meta consolidou um modelo econômico que a socióloga Shoshana Zuboff conceitua como Capitalismo de Vigilância. Zuboff explica que esse modelo não vende produtos físicos, mas transforma a própria experiência humana e o comportamento dos usuários em "matéria-prima comportamental". Esses dados são extraídos, processados por inteligência artificial e transformados em produtos de previsão (o que o usuário vai desejar, clicar ou comprar), que são então comercializados e vendidos para anunciantes globais.

Essa capacidade de transformar dados em mercadoria e controlar o mercado de anúncios conecta-se diretamente à teoria de Susan Strange em sua obra clássica ″States and Markets″. Strange argumenta que o poder nas Relações Internacionais baseia-se em quatro estruturas fundamentais: segurança, produção, finanças e conhecimento. Para a autora, quem controla a infraestrutura por onde a informação passa e define como o conhecimento é armazenado e comunicado, detém o poder estrutural da economia global.

Ao se tornar proprietária dos principais canais de comunicação do planeta, a Meta deixou de ser uma mera empresa comercial para se transformar na própria infraestrutura do poder estrutural do conhecimento na era digital. Quem deseja vender, produzir ou se comunicar globalmente é obrigado a pagar um pedágio econômico para a Meta na forma de compra de anúncios.

ISSN 2317-1316

Assim, a acumulação massiva de dados digitais pela transnacional não apenas sufoca a concorrência empresarial, mas redefine quem detém as rédeas do poder econômico global no século XXI.

Por fim, quando uma empresa concorrente recusa propostas de aquisição, a Meta utiliza seu poder de mercado para criar uma "zona de asfixia" (kill zone) ao redor do rival. Essa estratégia empresarial consiste em monitorar tendências globais de dados e clonar sistematicamente as principais funcionalidades de plataformas emergentes, sufocando seu crescimento financeiro.

Conforme aponta Lina Khan (2019), essa dinâmica ocorre porque a plataforma transnacional atua simultaneamente como o mercado onde os concorrentes operam e como competidora direta nesses mercados, criando conflitos de interesse estruturais. O exemplo mais emblemático foi a reação ao Snapchat em 2016. Após ter sua oferta de compra rejeitada, a Meta implementou a função de fotos temporárias (Stories) em todas as suas plataformas (Instagram, Facebook e WhatsApp) simultaneamente. Estratégia semelhante é aplicada contra o TikTok através do desenvolvimento e impulsionamento algorítmico do Reels. Ao replicar a inovação alheia e distribuí-la instantaneamente para sua base bilionária de usuários já consolidada, a transnacional esvazia o valor econômico do concorrente, desestimulando investidores internacionais de financiarem novas empresas no setor.

3.2. Os impactos econômicos globais no monopólio da Meta

Um dos principais impactos econômicos globais é a formação de um duopólio global da publicidade digital, dominado pela Meta e pela Google. Atualmente, grande parte da publicidade online mundial depende das plataformas controladas por essas empresas, que concentram bilhões de usuários e possuem acesso privilegiado a dados comportamentais. Isso permite que as plataformas determinem regras de visibilidade, preços de anúncios e alcance de conteúdo, tornando pequenas e médias empresas dependentes de seus algoritmos para alcançar consumidores. Essa assimetria é perversamente aprofundada nas periferias econômicas por meio da criação de kill zones (zonas de abate), ambientes de mercado nos quais startups e empresas nacionais deixam de competir por reconhecerem a incapacidade de enfrentar o poder econômico das Big Techs.

ISSN 2317-1316

Quando uma plataforma apresenta potencial competitivo, a Meta frequentemente utiliza duas estratégias centrais: a aquisição direta da empresa concorrente, como ocorreu com o Instagram e o WhatsApp, ou a reprodução de funcionalidades semelhantes, como ocorreu na implementação dos Stories em resposta ao Snapchat e do Reels diante do crescimento do TikTok.

Os efeitos desse processo são particularmente graves para países periféricos e economias do Sul Global. Startups nacionais enfrentam enormes dificuldades para competir com plataformas que possuem bilhões de usuários, acesso privilegiado a dados e capacidade praticamente ilimitada de investimento. Isso reduz o desenvolvimento de ecossistemas tecnológicos locais e limita a capacidade de inovação independente em países em desenvolvimento, aprofundando relações de dependência tecnológica.

De acordo com a teoria da sociedade em rede de Manuel Castells, uma economia estruturada por redes digitais globais, o controle da infraestrutura de comunicação representa também controle econômico. As plataformas digitais não funcionam apenas como empresas privadas, mas como estruturas centrais da circulação de informação, publicidade e interação social. Assim, empresas como a Meta passam a exercer influência estrutural sobre o funcionamento da economia global, sendo indispensáveis para empresas, consumidores e produtores de conteúdo.

A partir da lógica apresentada, podemos observar que o poder econômico está diretamente associado ao controle dos fluxos globais de informação e tecnologia. De acordo com a perspectiva de Dunning, podemos compreender como a internacionalização das plataformas digitais permite que essas empresas maximizem lucros globalmente enquanto mantêm controle centralizado sobre dados, publicidade e infraestrutura digital. Hymer, por sua vez, evidencia que essa expansão internacional fortalece estruturas monopolistas que dificultam a concorrência e ampliam desigualdades econômicas internacionais.

Dessa forma, o futuro monopólio digital da Meta não produz apenas impactos tecnológicos, mas também consequências econômicas estruturais para o sistema internacional. A concentração de publicidade, dados e inovação em poucas plataformas transnacionais fortalece a dependência econômica global, reduz a competitividade de empresas locais e amplia as assimetrias entre países centrais e periféricos na economia digital contemporânea.

ISSN 2317-1316

4 CONCLUSÃO

Após a análise apresentada no estudo, conclui-se que a empresa representa um nível avançado de uma etapa transnacional no século XXI, ou seja, uma cooperação que não apenas produz mercadorias, mas que é dona do próprio mercado digital onde outras empresas atuam. Em suma, a concentração de dados, publicidade e infraestrutura digital nas mãos de poucas plataformas transnacionais não apenas compromete a competitividade global, mas também aprofunda as assimetrias econômicas e tecnológicas entre países centrais e periféricos. A Meta Platforms se apresenta, nesse contexto, como um dos principais símbolos do capitalismo digital contemporâneo, no qual o controle das redes, dos fluxos de informação e dos dados comportamentais se torna a principal fonte de poder econômico internacional no século XXI. Mais do que uma empresa de tecnologia, a Meta se transforma em uma infraestrutura estratégica da economia global, capaz de influenciar mercados, direcionar padrões de consumo, controlar mecanismos de visibilidade digital e condicionar as possibilidades de crescimento econômico de empresas e plataformas dependentes de seu ecossistema. Assim, o domínio exercido pelas Big Techs evidencia uma nova configuração do poder transnacional, baseada não apenas na acumulação de capital, mas sobretudo na capacidade de controlar a circulação de informação, comunicação e atenção na sociedade em rede contemporânea.

5 REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. The Rise of the Network Society. 2. ed. Oxford: Blackwell Publishing, 1996

DUNNING, John H. Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests. Journal of International Business Studies, v. 11, n. 1, p. 9-31, 1980. .

HYMER, Stephen. The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment. Cambridge: MIT Press, 1976.

SRNICEK, Nick. Platform Capitalism. Cambridge: Polity Press, 2017.

ISSN 2317-1316

STRANGE, Susan. States and Markets. 2. ed. London: Pinter Publishers, 1994.

UNITED STATES. Congress. House. Committee on the Judiciary. Investigation of Competition in Digital Markets: Majority Staff Report and Recommendations. Washington, D.C.: Subcommittee on Antitrust, Commercial, and Administrative Law, 2020. Disponível em: https://www.govinfo.gov/content/pkg/CPRT-117HPRT47832/pdf/CPRT-117HPRT47832.pdf. Acesso em: 23 mai. 2026.

ZUBOFF, Shoshana. Big Other: Capitalismo de Vigilância e uma Nova Fronteira de Poder. *In*: BRUNO, Fernanda et al. (org.). Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem. São Paulo: Boitempo, 2018. p. 17-68.