



Os políticos e grupos de defesa europeus estão convencidos de que a legislação da região não é suficientemente dura para dismantlar os monopólios das grandes empresas tecnológicas. Na última semana, duas cartas abertas foram escritas aos reguladores criticando como a Apple e o Google permanecem sem controle.

No dia 16 de janeiro, quatro grupos de direitos digitais responderam às medidas propostas pela Comissão Europeia para a Apple garantir a interoperabilidade com os sistemas operacionais iOS e iPadOS. Eles alegam que o processo atual da Apple para lidar com solicitações de interoperabilidade é complicado, desencorajando os desenvolvedores de enviá-las.

As organizações “Gatekeeper” – as empresas de tecnologia mais proeminentes que operam na [Europa](#), incluindo a Apple e a Alphabet, empresa controladora do Google – devem fornecer a terceiros as ferramentas necessárias para fazer com que seus produtos de [software](#) e hardware funcionem perfeitamente com os seus próprios, de acordo com a Lei de Mercados Digitais .

VEJA: UE aprova acordo da NVIDIA com Run:ai, pressiona pela interoperabilidade da Apple

No dia seguinte, o Club de Madrid, uma [rede](#) de antigos chefes de estado europeus, manifestou o seu apoio à Comissão para “acabar com o monopólio do Google sobre as tecnologias de publicidade digital” através do desinvestimento forçado.

“O domínio desenfreado do Google, resultante da aquisição da DoubleClick em 2007, sufocou a concorrência e consolidou o seu controlo sobre todos os segmentos do mercado adtech”, escreveram os 18 líderes numa carta.

Em junho de 2023, a Comissão disse ao Google que um “desinvestimento obrigatório” de parte do seu negócio de tecnologia publicitária seria a única forma de abordar as preocupações concorrenciais. Isto ocorreu depois de uma investigação ter produzido a conclusão preliminar de que a empresa tinha violado as regras antitrust da UE. Segundo a carta do Clube de Madrid, a Comissão anunciará em breve o resultado final.

O que você vai ler:



- [O que está em alta na TechRepublic](#)
- [Grupos de defesa digital dizem que a Apple ainda é capaz de evitar a interoperabilidade com a Lei de Mercados Digitais existente](#)
- [Ex-chefes de estado europeus dizem que o domínio do Google no setor de tecnologia publicitária coloca a democracia em risco](#)



O que está em alta na TechRepublic

Grupos de defesa digital dizem que a Apple ainda é capaz de evitar a interoperabilidade com a Lei de Mercados Digitais existente

Em setembro de 2024, a Comissão Europeia iniciou dois processos no âmbito do DMA para orientar a Apple no sentido de melhorar a interoperabilidade entre iOS, iPadOS e dispositivos de terceiros, como smartwatches e auscultadores. Depois, em dezembro, publicou as suas conclusões preliminares e propôs soluções.

As medidas recomendadas incluem melhorar a compatibilidade entre iOS e recursos de dispositivos como smartwatches e fones de ouvido. Esses recursos incluem notificações, conexões Wi-Fi automáticas, AirPlay, AirDrop e troca automática de áudio Bluetooth.

VEJO: Meta e Apple violaram a Lei de Mercados Digitais, cobranças da UE

A autoridade também sugeriu que a Apple tornasse seu processo para os desenvolvedores solicitarem interoperabilidade nos recursos do iOS e iPadOS mais transparente e previsível. Isso envolve fornecer informações claras sobre seus recursos internos e solicitar atualizações de status em tempo hábil.

No entanto, a Free Software Foundation Europe, ARTIGO 19, Direitos Digitais Europeus e Direitos de Dados afirmou que as propostas da Comissão são “claramente deficientes e estruturalmente incapazes de proporcionar uma interoperabilidade eficaz”. Na carta, os grupos recomendam que a Apple:

- Adote a interoperabilidade desde a concepção, pois ela é “exigida pela letra do DMA”, em vez de depender de um modelo reativo baseado em solicitações.
- Não será permitido “impor acordos de não divulgação exclusivamente a seu próprio critério” que bloqueiem o acesso às APIs.
- Ser obrigado a fornecer um formulário de solicitação de interoperabilidade padronizado e de livre acesso aos desenvolvedores, dedicar recursos adequados para lidar com eles e oferecer maior transparência sobre o status ou rejeição de uma solicitação.
- Não ser capaz de usar declarações de segurança para bloquear a interoperabilidade efetiva.
- Seja incentivado a oferecer APIs de terceiros “flexíveis” em resposta a solicitações de interoperabilidade, que atendam às diversas necessidades dos desenvolvedores.
- Melhorar ou revisar seu sistema para resolver bugs relacionados à interoperabilidade.

Eles também sugerem que a Comissão nomeie conciliadores neutros para resolver disputas



e evitar preconceitos da Apple.

Em resposta às medidas propostas pela Comissão, a Apple publicou um documento que descreve como a concessão de acesso à sua pilha de tecnologia e, portanto, aos dados dos utilizadores pode comprometer a privacidade e a segurança. Ele destacou como a Meta fez 15 solicitações de acesso às ferramentas de software da Apple que, se aceitas, forneceriam dados do usuário, e que a empresa “foi multada repetidamente pelos reguladores por violações de privacidade”.

VEJO: Meta oferece anúncios menos personalizados para usuários da UE para apaziguar os reguladores

O Diretor de Meta Communications, Andy Stone, respondeu a isso no X: “Aqui está o que a Apple está realmente dizendo: eles não acreditam em interoperabilidade. Na verdade, sempre que a Apple é criticada por comportamento anticompetitivo, ela se defende com base em questões de privacidade que não têm base na realidade.”

Ex-chefes de estado europeus dizem que o domínio do Google no setor de tecnologia publicitária coloca a democracia em risco

O setor de tecnologia de publicidade digital, conhecido como “pilha de tecnologia de publicidade”, inclui vários intermediários que facilitam a venda de anúncios online. O Google possui quatro deles: Google Ads, DV360, AdX e DoubleClick For Publishers.

O Google Ads e o DV360 são usados pelos anunciantes para licitar espaços publicitários em sites e aplicativos. DoubleClick For Publishers é uma plataforma para gerentes de sites e aplicativos onde eles podem listar seus espaços publicitários disponíveis. O AdX conecta os dois combinando o anunciante com lance mais alto com o site ou gerenciador de aplicativo em um leilão em tempo real.

O Club de Madrid descreveu esta configuração como “como se o Goldman ou o Citibank fossem donos da Bolsa de Valores de Nova Iorque”. A propriedade do Google de uma parte significativa da pilha de tecnologia publicitária significa que “a democracia da Europa ainda está em risco”, apesar da publicação da pioneira Lei de DMA e Serviços Digitais.

O grupo, que inclui antigos chefes de Estado de França, Holanda, Áustria, Grécia, Suécia, Bélgica, Finlândia e Polónia, disse que a “dependência da Europa em plataformas estrangeiras” que influenciam os resultados financeiros das organizações noticiosas poderia desgastar o jornalismo local, resultando em última análise na proliferação de desinformação, política e de outra natureza.

O Club de Madrid fez duas recomendações em sua carta:



1. Os reguladores devem receber os recursos e a autoridade para implementar soluções estruturais que restaurem a concorrência leal, na sequência de ações decisivas na investigação em curso da Google.
2. A Comissão deve procurar ativamente promover a inovação europeia — apoiando, por exemplo, startups, aplicando o DMA e o DSA e construindo infraestruturas digitais independentes.

O segundo ponto aborda especificamente as recentes críticas de que a falta de financiamento e o excesso de regulamentação levaram a um fosso tecnológico entre a Europa e outras superpotências globais como os EUA. Apenas quatro das 50 maiores empresas tecnológicas do mundo são europeias.

O Club de Madrid também apoia os sentimentos expressos por Teresa Ribera, a nova comissária europeia da concorrência, na Bloomberg TV, onde disse que a ordem de desinvestimento do Google ainda está em cima da mesa.

Em resposta à carta, um porta-voz do Google disse ao Wall Street Journal: “Como dissemos antes, embora discordemos da visão da Comissão Europeia, temos nos empenhado de forma construtiva”. Eles acrescentaram que a empresa está comprometida em criar valor para editores e anunciantes.

Autoridades de todo o mundo questionaram as práticas adtech do Google. A Autoridade de Concorrência e Mercados do Reino Unido decidiu provisoriamente que o domínio do Google no mercado de tecnologia publicitária é prejudicial aos concorrentes em setembro.

A empresa de propriedade da Alphabet também enfrenta um processo antitruste semelhante movido por um coletivo de editores online no Reino Unido. A Ad Tech Collective Action alega que o Google abusou de sua posição dominante no setor de tecnologia de publicidade digital, levando a perdas no valor de £ 13,6 bilhões.

Do outro lado, uma investigação em andamento do Departamento de Justiça dos EUA alega que o Google “utilizou ilegalmente os acordos de distribuição para impedir a concorrência”. Além disso, em agosto, um juiz federal decidiu que a empresa de tecnologia detém o monopólio dos serviços de busca geral e dos anúncios de texto e violou a lei antitruste.

No entanto, o Google não aceita essas acusações de braços cruzados. Em Setembro, a empresa tecnológica anulou com sucesso uma multa antitrust de 1,5 mil milhões de euros que recebeu da Comissão Europeia em 2019 por impedir que terceiros que utilizavam a sua plataforma AdSense exibissem anúncios de concorrentes junto aos resultados de pesquisa do Google.