



NUEVO MARCO NORMATIVO EN MATERIA DIGITAL



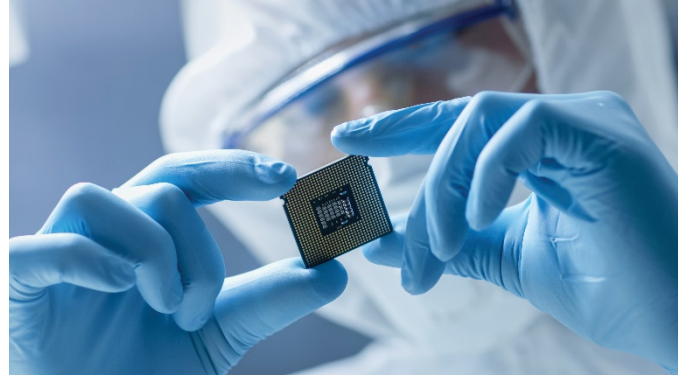
El pasado 15 de diciembre, la Comisión Europea publicó una propuesta de medidas enfocadas a la tecnología y a la digitalización enfocadas a través de dos Reglamentos: la Propuesta de Reglamento de Mercados Digitales (Digital Markets Act, DMA - DSA – por sus siglas en inglés) y la Propuesta de Reglamento de Servicios Digitales (Digital Services Act, DSA – por sus siglas en inglés). Esta futura normativa es una de las piezas centrales de la estrategia digital europea.

Este paquete de medidas propuestas pretende **actualizar la actual Directiva de Comercio Electrónico**, aprobada hace ya más de 20 años. Poco tiene que ver la época en la que fue aprobada esta directiva con la actual, cuando empresas líderes como Facebook, LinkedIn, Tik Tok, Youtube no tenían la significatividad que tienen hoy en día o ni si quiera existían. Estas plataformas controlan y mueven gran cantidad de información y de datos personales, y no son pocos los escándalos que se han generado en estos últimos años en torno a las mismas por permitir la publicación de contenido ilegal por parte de sus usuarios. La Comisión Europea considera que estas plataformas, al margen de aportar importantes ventajas a usuarios y consumidores, también pueden ser objeto de abuso para operar con contenido ilícito. Por ello, la Comisión Europea considera necesario introducir un marco normativo armonizado que **regule la responsabilidad de las grandes compañías tecnológicas a nivel europeo, fomente el crecimiento y la competitividad de las mismas en el mercado digital mediante medidas equitativas y vele por los derechos fundamentales.**

Tendrá que transcurrir un tiempo de al menos dos años para que esta normativa entre en vigor, no obstante, pasamos a comentar los aspectos clave de la misma:

- **Definición de los tipos de prestadores de servicios digitales.** En función de esta clasificación, la normativa requiere menores o mayores obligaciones.
 - Servicios de intermediación
 - Servicios de alojamiento
 - Plataformas online
 - Grandes plataformas online
- **Responsabilidad de los prestadores de servicios digitales:** con la anterior normativa, los prestadores de servicios no eran responsables del contenido lícito que alojaban o transmitían cuando no tuviesen conocimiento efectivo del mismo y no tenían obligación general de monitorización para impedir la publicación o transmisión de estos contenidos. Con la nueva normativa, se incrementa la responsabilidad imponiéndoles nuevas obligaciones a cumplir, entre las que destacamos:
 - i. la adopción proactiva de medidas basadas en riesgos para evitar el abuso de sus sistemas,
 - ii. la creación de procesos que permitan retirar, de manera justificada, diligente y proporcionada, los bienes, servicios o contenidos ilícitos;
 - iii. la salvaguarda de los derechos de los usuarios mediante la habilitación de un mecanismo que les permita defenderse –esto es, un mecanismo de denuncia y solución extrajudicial de controversias–y,
 - iv. la habilitación de medidas contra notificaciones abusivas.
- **Obligación de mayor transparencia** a través de medidas de diligencia debida tales como:
 - i. establecer un punto de contacto único;

- ii. designar un representante legal, aunque, no estando establecidos en el territorio de la Unión, se prestan servicios a sus ciudadanos;
 - iii. describir las políticas, procedimientos y medidas que emplean a la hora de moderar contenidos, incluyendo el uso de sistemas algorítmicos para la toma de decisiones; y
 - iv. publicar información relativa a las solicitudes de retirada de contenidos ilícitos recibidas de terceros (autoridades públicas, ciudadanos) o fruto de su propia actividad de monitorización voluntaria.
 - v. Creación de una estructura de supervisión para que lleve a cabo auditorías externas
 - vi. Acceso a investigadores a los datos de las plataformas, a fin de que examinen el funcionamiento de estas y tengan conocimiento de los riesgos que puedan surgir en el mercado digital.
- **Obligaciones adicionales para grandes empresas o “gatekeepers”** que son aquellas entidades que son capaces de alcanzar el 10% de los 450 millones de usuarios en Europa
 - i. la adopción de medidas de trazabilidad de las empresas en los mercados en línea para localizar a los vendedores;
 - ii. cooperar con servicios alternativos para la resolución de disputas;
 - iii. la obligación de suspender temporalmente cuentas de usuarios infractores; y
 - iv. la retirada preferente de los contenidos ilícitos que sean notificados por los informadores de confianza o trusted flaggers.
 - v. Identificar debidamente la publicidad que se muestran en sus interfaces, incluyendo la información sobre los criterios empleados para seleccionar a los receptores de la publicidad.



Para cumplir con todas las obligaciones expuestas anteriormente, la Comisión propone la creación de un Coordinador de Servicios Digitales en cada estado miembro, que será la autoridad competente para determinar el grado de cumplimiento del Reglamento. Las sanciones podrían alcanzar hasta el 6% de los ingresos anuales del prestador de servicio.