

NUEVOS VIENTOS PARA LAS PLATAFORMAS EN LÍNEA EN EL MERCADO ÚNICO DIGITAL

Pablo Jarne Muñoz

Doctor en Derecho

Universidad de Zaragoza

Resumen: La importancia de las plataformas en línea en el mercado digital no ha dejado de crecer en los últimos tiempos. Ante esta situación, la Comisión Europea ha puesto en marcha una actividad de consulta y posterior ordenación de la actividad a través de diversas comunicaciones a lo largo de año. Este trabajo trata de dar cuenta de la situación que atraviesa el sector y de las grandes líneas que cabe identificar en la actuación de las autoridades europeas en relación a las plataformas digitales.

Palabras clave: plataformas en línea, mercado único digital, comercio electrónico.

Title: New winds for online platforms in the digital single market.

Abstract: The importance of the online platforms in the digital market has continued growing in the recent past. Against this background, the European Commission has set in motion certain consultations and planning activities through several communications. This paper deals with the situation that the sector is going through, and with the main outlines that can be identified from the activities of the European authorities as regards online platforms.

Keywords: Online platforms, digital single market, e-commerce.

SUMARIO: 1. Introducción. 2. El rol de las plataformas en línea en el mercado único digital. 3. Ámbitos de actuación en el marco de las plataformas digitales. 3.1. La creación de un entorno adecuado que potencie las plataformas. 3.2. La adopción de una normativa acorde a las necesidades del sector. 3.3. La búsqueda de un mayor control y transparencia en las actividades en línea. 4. En particular, las plataformas de consumo colaborativo. 5 Conclusiones.

1. Introducción

La Comisión Europea ha publicado recientemente una Comunicación encaminada a analizar las oportunidades y los retos de las plataformas en línea en el marco del mercado único digital¹. La Comunicación forma parte de un proceso de reflexión de mayor calado, destinado a dotar al mercado único digital de un proyecto de desarrollo sólido, que permita a Europa competir con las grandes potencias en este ámbito, señaladamente los Estados Unidos y el mercado asiático.

Las plataformas digitales no solamente suponen una modernización de los sectores de actividad en los que operan, sino que resulta generalizada la consideración de que abren nuevos nichos de mercado hasta ahora desconocidos. Ante esta situación, la Unión Europea no quiere, y no debe, quedarse atrás en la carrera por controlar el mercado digital, por lo que venimos asistiendo en los últimos tiempos a un despliegue considerable de esfuerzos y de dinero para hacer frente al desafío que supone la consecución de un mercado único digital.

La Comunicación sobre plataformas digitales estaba ya prevista en la hoja de ruta establecida en la Comunicación de la Comisión sobre una estrategia para el mercado único digital de Europa. A pesar de que no tiene un objeto claramente delimitado, pues resulta igualmente aplicable a un gran número de plataformas que pueden no tener demasiado en común, el texto parte de una realidad única, la constatación de que las plataformas digitales resultan claves para generar valor en un entorno digital.

Una vez constatado su potencial, vamos a dedicar las siguientes páginas a analizar el papel que las plataformas digitales juegan en la sociedad y el comercio modernos, así como a exponer las grandes líneas que la Comisión Europea ha venido marcando a la hora de hacer frente a este nuevo escenario. Finalmente, las plataformas de consumo colaborativo merecerán una serie de consideraciones particulares, atendida la extraordinaria difusión que vienen experimentando en los últimos tiempos, lo que ha llevado a la Comisión a publicar recientemente una comunicación para planificar una Agenda Europea para la economía colaborativa.

2. El rol de las plataformas en línea en el mercado único digital

El mercado único digital conectado ha constituido un objetivo prioritario de la Comisión Europea desde el mismo momento en el que Jean-Claude Juncker pasó a presidir la misma en el mes de noviembre de 2014. Desde un primer momento se abogó por un programa ambicioso de inversiones y reformas que pusieran a Europa en el mapa digital.

Las plataformas digitales han demostrado tener, a pesar de encontrarnos en un estadio probablemente embrionario, un ámbito de aplicación siempre creciente. De este modo, se han convertido rápidamente en referentes en gestión de la información, de la mano de los motores de búsqueda o de las redes sociales. Pero no solamente ofrecen información. Las plataformas digitales tienen la virtualidad de

¹ Communication on online platforms and the digital single market. Opportunities and challenges for Europe. COM (2016) 288/2.

tratar esta información, depurándola y presentándola al consumidor de la manera más conveniente para este.

Piénsese sin ir más lejos en lo que sucede con los comparadores de precios, generalizados actualmente en sectores tan dispares como el del alojamiento o los seguros, que facilitan considerablemente la elección del consumidor, al tiempo que constituyen un incentivo evidente a la competencia en estos sectores puesto que, presentando simultáneamente las tarifas de los diferentes operadores en relación a un mismo bien o servicio, dirigen la demanda hacia aquellas opciones que demuestran ser más eficientes.

Habiendo presenciado una evolución importante de las plataformas digitales en los sectores apuntados, la atención de las autoridades se centra especialmente en aquellas asociadas al comercio electrónico, que son sin duda las que despliegan un mayor impacto económico en el seno de la Unión.

Habiendo experimentado un desarrollo notable en los últimos años, el comercio electrónico no podemos decir que dé muestras de haber alcanzado su techo. Antes al contrario, las estadísticas muestran una tendencia al alza en la adquisición de bienes a través de internet, por la comodidad del servicio, las facilidades de pago o el acceso a una ingente oferta que proporcionan las tecnologías derivadas de la sociedad de la información. Pero las bondades del *e-commerce* no parece que se agoten en la esfera del consumidor, pudiendo apreciar ciertas virtudes ordenadoras de la actividad comercial y distributiva.

Los modelos de negocio que operan a través de plataformas digitales supondrían, en este sentido, un incentivo respecto a los operadores tradicionales, que se verían fuertemente incitados a mejorar sus condiciones de servicio y su actuación en el mercado. En este sentido, es posible apreciar desde hace años los esfuerzos que la Comisión Europea viene desarrollando para tratar de evitar que la distribución de productos en línea se vea perjudicada con respecto a la distribución física tradicional².

Finalmente, las plataformas digitales han demostrado ser un instrumento idóneo para dar soporte al denominado consumo colaborativo. Esta nueva forma de satisfacción de las necesidades de los consumidores, cuya característica más destacada es la ausencia de un sujeto profesional en la prestación del servicio, ha supuesto una ruptura en toda regla con los moldes hasta ahora existentes.

No resulta sorprendente, en consecuencia, que un cambio tan profundo en los patrones de las relaciones de consumo acarree un cambio en los instrumentos a través de los cuales se sustentan dichas relaciones. De este modo, las plataformas digitales han adquirido un papel absolutamente central en la denominada economía colaborativa, articulando un sistema rápido, accesible y eficaz.

² V., en el marco de los contratos de distribución integrada, los apartados 52 c) y d) de las Directrices relativas a las restricciones verticales de la Comisión del año 2010.

Y es que, por un lado, las plataformas digitales ofrecen un volumen de información muy notable al demandante de los servicios, al tiempo que permite una comunicación fluida e instantánea entre ambas partes. Por si esto fuera poco, las plataformas en línea aseguran la constancia informática de cuantas transacciones se llevan a cabo en su seno, permitiendo llevar a cabo un seguimiento de las actividades de prestadores de servicios y de usuarios y controlar en consecuencia que la actividad colaborativa se desarrolla dentro de los límites previstos.

3. Ámbitos de actuación en el marco de las plataformas digitales

Las autoridades europeas y, particularmente, la Comisión, llevan tiempo tratando de orientar un régimen que resulte aplicable al nuevo escenario derivado de la aparición de las plataformas digitales. A pesar de que el tema reviste una complejidad sin duda notable, creo que es importante que no perdamos de vista las grandes líneas que han venido guiando la actividad de la Comisión a lo largo de estos últimos tiempos en relación al tratamiento que deban recibir las plataformas en línea.

3.1. La necesidad de desarrollar un entorno adecuado que potencie las plataformas

A pesar de que la lucha contra las barreras nacionales al comercio ha sido una constante desde los inicios de la antigua Comunidad Económica Europea, es innegable que cuando nos movemos en un entorno digital las dificultades que encontramos en este ámbito no son menores, chocando estas limitaciones con el espíritu del comercio en línea, que por definición es transnacional.

Estas dificultades han sido puestas de manifiesto una y otra vez por los profesionales del sector, sirviendo de revulsivo a la Comisión a raíz del intenso procedimiento de consulta desarrollado recientemente. A pesar de que en un primer momento se haya planteado la posible conveniencia de adoptar una normativa especial en sede de plataformas digitales, no hay que perder de vista la necesidad de proceder en primer lugar a armonizar el conjunto de normativas existentes en materia de propiedad intelectual y de Derecho de consumo.

Y es que este ambicioso objetivo deberá plantearse como un *prius* inexcusable a cualquier aproximación sectorial o específica como es la relativa a las plataformas digitales. Resulta lógico pensar que si queremos alcanzar el objetivo de disponer de un mercado único digital este deba operar bajo un único cuerpo de normas, pues de lo contrario el mercado único digital no dejará de ser una ficción.

La reacción de la Comisión a las críticas de los operadores, si no queremos faltar a la verdad, no se hizo esperar, habiendo asistido recientemente a la elaboración de algunos textos de gran repercusión a la hora de avanzar en la pretendida armonización, como sucede sin ir más lejos en relación con la

protección de datos³. De este modo, las mejoras en materia digital habrían de orientarse en un primer momento a la eliminación de los obstáculos o barreras a la entrada, a semejanza de lo que sucedió hace décadas con el mercado interior.

Pero cuando aludimos a las carencias del entorno en el que las plataformas digitales han de desarrollarse en Europa hacemos igualmente referencia a la vertiente más técnica del mismo. Las plataformas digitales, piénsese sin ir más lejos en lo que sucede con las plataformas de consumo colaborativo, parten de la necesidad de una comunicación ágil e intensa entre sus usuarios, debiendo las autoridades responsables garantizar un acceso a la red veloz y libre de restricciones.

Estos objetivos, bien entendidos, no limitan su influencia a las plataformas digitales, debiendo ser puestos en conexión con diversas iniciativas de la Comisión Europea tendentes a modernizar la presencia en línea de las instituciones y del tejido empresarial de la Unión. A pesar de que son muchas las acciones proyectadas por parte de la Comisión en su actual configuración, destacan especialmente en este ámbito sendas Comunicaciones de la Comisión relativas a las prioridades en la normalización de las TIC para el mercado único digital⁴ y aquella otra relativa a la digitalización de la industria europea⁵.

De la lectura de estos textos se desprende inequívocamente la voluntad de las autoridades europeas de actualizar y desarrollar las herramientas a disposición de los operadores económicos en territorio europeo, en direcciones tales como la computación en la nube, el 5G o la ciberseguridad, por citar algunas, con inversiones (públicas y privadas) que superan los 50.000 millones de euros.

Las plataformas digitales, en este sentido, no demandarían probablemente una aproximación específica, al menos en un primer momento. Siendo las plataformas un eslabón más del complejo entramado de instrumentos derivados de la actividad en línea, podrían sin duda beneficiarse de las genéricas acciones que se inscriben en el plan orientado a la consecución de un mercado único digital.

³ El Reglamento 2016/679, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE, desarrolla una concepción instrumental del derecho a la protección de datos, renunciando a caracterizarlo como un derecho absoluto y poniéndolo en relación con el papel que cumple en la sociedad moderna. Por lo que a nosotros interesa, es la diversidad de tratamientos que los Estados Miembros llevan a cabo de la protección de los datos personales lo que puede convertirse en un elemento distorsionador del sistema, provocando que tanto operadores como consumidores guarden recelos en relación con la actividad en línea.

⁴ Communication on ICT Standardisation Priorities for the Digital Single Market (COM(2016)176).

⁵ Communication on Digitising European Industry: Reaping the full benefits of a Digital Single Market (COM (2016) 180 final).

3.2. La adopción de una normativa acorde a las necesidades del sector

Elaborar un régimen satisfactorio que resulte de aplicación a las plataformas digitales se plantea como un esfuerzo de gran complejidad, a pesar de lo cual la cuestión deberá abordarse eventualmente, y de hecho ya se están dando pasos en esta dirección.

Por un lado, la vertiginosa evolución que el sector ha demostrado tener provoca que las dudas a la hora de afrontar el mejor modo de regular las plataformas digitales sean inevitables. La Comisión se muestra consciente de la necesidad de implementar un desarrollo sostenible cuando de las plataformas digitales se trata. Esto significa, en primer lugar, que debe evitarse sobremanera la coexistencia de una multiplicidad de normativas nacionales aplicables a las plataformas, que genera inseguridad no solamente en relación a los prestadores de servicios sino igualmente por lo que respecta a los consumidores.

La confianza se erige en uno de los obstáculos principales a superar, y esto tanto por lo que respecta a los operadores profesionales como a los consumidores finales. No dejan de ser sorprendentes, en este sentido, los datos aportados por la Comisión en la Comunicación relativa a una estrategia para el mercado único en Europa, que indican, por un lado, que solo un 38% de los consumidores de la UE declara confiar al comprar a través de internet de un minorista situado en otro Estado Miembro (frente al 61% en el caso de que el minorista se halle en el mismo Estado) y, por otro, que un 57% de las empresas iniciarían o aumentarían sus ventas en línea en otros Estados Miembros de aplicarse las mismas normas en materia de comercio electrónico en el conjunto de la Unión.

Por otra parte, lo heterogéneo de los diversos modelos de plataformas que podemos encontrar en la actualidad dificulta considerablemente dar un tratamiento global que resulte adecuado y bastante para todas ellas. Obviamente, existen puntos en los que se puede efectuar un tratamiento unitario aplicable a todos los sectores, como sucede por ejemplo cuando se aborda la problemática relativa a la transparencia de las plataformas. En otras ocasiones, sin embargo, las consideraciones generalistas se verán seriamente dificultadas.

Estas dificultades conducen a que, cuando las circunstancias lo demanden, se impulsen en el seno de la Unión normativas especiales para ciertos segmentos de la contratación que presenten contornos peculiares y que aconsejen un tratamiento individualizado, como ocurre en relación con las plataformas de consumo colaborativo a las que haremos referencia posteriormente.

En cualquier caso, no podemos obviar en esta aproximación a la regulación de las plataformas en línea la cuestión de si los nuevos modelos de negocio que posibilitan las plataformas en línea sustituyen a los modelos tradicionales o si meramente se plantean como un complemento a los mismos. La Comisión se muestra consciente de que, al menos en ciertos sectores y franjas de edad, los prestadores de servicios en línea se perciben progresivamente como

sustitutos de los operadores tradicionales a pesar de que, en un principio, ambos presentan objetivos complementarios y ven su actividad sometida a normativas diversas.

Por ello, la Comisión defiende en línea de principio que los servicios equivalentes se sujeten a las misma normativa o, al menos, a una regulación comparable. Esto no significaría aún, probablemente, que deba ponerse en marcha la maquinaria legislativa de la Unión para elaborar nuevas normas de aplicación a los servicios ofrecidos a través de las plataformas en línea.

Por el contrario, la Comisión ha venido defendiendo una actualización edulcorada de la normativa ya existente, que resulte de aplicación tanto a las actividades clásicas como a las nuevas formas de prestación de servicios. En definitiva, el escenario de la desregulación o, al menos, el de la racionalización de la normativa ya existente, se plantea como el más probable a corto y medio plazo.

3.3. La búsqueda de un mayor control y transparencia en las actividades en línea

Hemos mencionado, cuando poníamos el acento en un primer momento en las virtudes que las plataformas en línea vienen demostrando, que uno de sus mayores atractivos es su capacidad de gestionar un volumen de información muy notable. De hecho, es este tratamiento masivo de datos lo que permite a las plataformas en línea generar valor en el entorno digital.

Pues bien, siendo este hecho en línea de principio positivo, no podemos obviar, y de hecho la Comisión no lo hace, que este tratamiento masivo de datos genera una cierta incertidumbre en varios frentes. En primer lugar, por los riesgos de que determinados contenidos sean accesibles a través de internet a sujetos que puedan resultar vulnerables. Pero, igualmente, por la desconfianza que genera en los consumidores que las plataformas digitales tengan acceso a un volumen de información importante sobre sus actividades.

En relación con el primero de los frentes, la Comisión viene haciendo gala de una preocupación creciente por todo lo que tiene que ver con la educación de nuestros niños y jóvenes. La diversidad de los contenidos que pueden buscarse en internet es el motor de la moderna sociedad del conocimiento, pero comporta de la misma manera riesgos sustanciales de acceso a información indebida por parte de personas en situación o edad vulnerable.

Si tenemos en cuenta que una parte importante de este tipo de contenidos nocivos es de libre acceso, se entiende que la Comisión insista en la necesidad de que sean las propias plataformas digitales las que tengan que garantizar un mayor control en los contenidos que ofrecen, eliminando aquellos que resulten más peligrosos o, al menos, asegurando que únicamente puedan acceder a los mismos aquellos individuos con unos requisitos determinados.

Este alegato a favor del autocontrol en las plataformas digitales se explica igualmente por lo deficiente del régimen de responsabilidad que para los intermediarios de servicios se deriva de la Directiva sobre comercio

electrónico en la Unión Europea. No se trata tanto de que esta resulte deficiente, sino probablemente de que la misma se ha visto superada por la extraordinaria evolución del sector digital, hecho particularmente cierto por lo que respecta a las plataformas en línea.

Pero las dudas de las autoridades y de los consumidores en relación al enorme volumen de información que gestionan las plataformas no vienen limitadas al carácter de los contenidos por ellas alojados, sino que se extiende igualmente a la utilización que de los mismos puedan hacer. De este modo, cabe apreciar un interés creciente de los usuarios por conocer el tratamiento que las plataformas realizan de los datos que les afectan.

Obviamente, no podemos considerar en un principio que la acumulación de información por parte de las plataformas sea un hecho negativo puesto que, como hemos dicho anteriormente, es esta gestión masiva de datos lo que permite a las plataformas generar valor en un entorno digital. A pesar de todo, resulta sumamente deseable que los consumidores puedan conocer cuándo están prestando su consentimiento a la cesión de datos personales y qué tratamiento pretenden dar las plataformas a los mismos.

La Comisión pone el acento del mismo modo en la conveniencia de que se conceda al usuario una mayor transparencia para que pueda hacerse una idea de cómo se filtra la información que le es transmitida, señaladamente en aquellos casos en los que dicha información constituya el fundamento en atención al cual pueda tomar decisiones tales como adquirir un determinado producto o ejercer determinados derechos.

Estas preocupaciones explican que la Comisión haya decidido presentar, a la par de la Comunicación sobre plataformas en línea y el mercado único digital, una propuesta de revisión de la normativa sobre protección de consumidores en la Unión, centrada en lidiar con los problemas derivados de las adquisiciones y operaciones transfronterizas.

4. En particular, las plataformas de consumo colaborativo

Sentadas las bases de la actuación de las autoridades europeas en relación a la cuestión de las plataformas digitales considero apropiado, si no necesario, dar unas pinceladas de las peculiaridades que estas plataformas plantean en el ámbito del consumo colaborativo. Especialmente si tenemos en cuenta que la Comisión Europea ha publicado recientemente (2 de junio de 2016) una Comunicación por la que implementa una Agenda Europea para la economía colaborativa.

Las plataformas vinculadas al consumo colaborativo presentan unas diferencias de base importantes con las plataformas en línea tradicionales, por el hecho de que dan soporte a actividades que, al menos teóricamente, son desarrolladas por sujetos no profesionales y en las que no existe un ánimo de lucro. Ambas circunstancias van a influir considerablemente en el futuro de este tipo de plataformas ya que, a pesar de que suponen un incremento de la oferta y un

avance en materia de sostenibilidad, son una fuente de problemas por lo que respecta a los operadores económicos tradicionales, no resultando por otro lado su actividad fácilmente encuadrable en las diversas normativas sectoriales que les resultan de aplicación.

La Directiva Servicios supuso en su momento un hito importante, simplificando los procedimientos administrativos a los que deben hacer frente los operadores y eliminando en definitiva los obstáculos que todavía podemos encontrar en el mercado de servicios en el seno de la Unión. A pesar de que la Directiva dejaba fuera de su ámbito de actuación determinados sectores, como pueda ser el transporte público de pasajeros, este hecho que no ha impedido que las plataformas de base colaborativa hayan experimentado un progresivo proceso de posicionamiento en estos sectores.

En esta situación, la Comisión Europea, consciente del potencial que estos nuevos modelos de consumo abren para la economía de la Unión, incide en la necesidad de actualizar las regulaciones existentes, con el fin de permitir que los nuevos operadores puedan formar parte del sistema. Esto puede significar, según el caso, que los requisitos a los que deben hacer frente los operadores se dulcifiquen o, incluso, que las exigencias de determinadas normativas sectoriales sean derogadas por excesivas.

El principal problema que encontramos a la hora de lidiar con el fenómeno colaborativo es la dificultad de deslindar aquellas actividades desarrolladas por consumidores, que de modo ocasional y frecuentemente accidental (teniendo en cuenta que al tiempo que prestan un servicio están satisfaciendo sus propios intereses particulares, piénsese en la compartición de un trayecto en vehículo compartido) prestan un servicio a terceros, de aquellas otras situaciones en las que un individuo, profesional o no, desarrolla una actividad con ánimo de lucro recurriendo al instrumento que suponen las plataformas digitales.

A pesar de las dificultades que esta determinación presenta en la práctica, la Comisión parece en este punto valorar la posibilidad de llevar a cabo un sistema de baremos, que revestirán necesariamente un carácter sectorial, para tratar de determinar el umbral a partir del cuál un servicio *peer to peer* deja de ser ocasional y puede sujetarse a la normativa prevista para la prestación profesional de servicios en ese concreto sector económico.

Del mismo modo, reviste una particular complejidad la determinación del status con el que actúan en el tráfico las plataformas de consumo colaborativo. Especialmente difícil es la determinación de dónde comienza y dónde termina la labor de intermediación que se asocia a este tipo de plataformas. La Comisión considera ahora, creo que con acierto, que a la hora de determinar si una plataforma limita su actividad a lo que conocemos como servicios derivados de la sociedad de la información y por tanto puede beneficiarse de lo dispuesto en la Directiva Servicios o bien va más allá, desplegando un papel en la propia prestación de los servicios subyacentes, debemos llevar a cabo una aproximación que tenga en cuenta caso

por caso el nivel de control ejercido por la plataforma sobre los prestadores del servicio⁶.

En el caso de que el nivel de control revista la suficiente intensidad, podrá considerarse que es la propia plataforma la prestadora del servicio subyacente, resultándole en consecuencia de aplicación las exigencias administrativas derivadas de la normativa sectorial en cuestión. A pesar de todo, existe un amplio abanico de servicios considerados accesorios a la actividad, que frecuentemente asumen las plataformas, que a juicio de la Comisión no resultan suficientes para atribuirle la prestación efectiva del servicio, como sucede con la puesta a disposición de pólizas de seguro o la articulación de pasarelas de pago en línea.

Idéntico enfoque casuístico atribuye la Directiva sobre economía colaborativa a las cuestiones de responsabilidad que surjan en relación a las plataformas. Partiendo de la genérica exención de responsabilidad establecida en la Directiva sobre comercio electrónico⁷, la Comisión se muestra partidaria de mantener este régimen para tratar de fomentar el desarrollo de las plataformas en el seno de la Unión.

Hay que tener presente, todavía, que esta exención se aplica únicamente cuando de albergar contenidos se trata, no pudiendo aplicarse en relación a todos aquellos servicios a los que aludíamos hace un momento usualmente conexos a estos, entre los que la Comisión incluye los servicios de valoración de usuarios o los sistemas de pago.

De lo expuesto hasta el momento se deduce que, a pesar de ser una mera aproximación al problema, la Comunicación que establece una Agenda Europea para la economía colaborativa tiene ya el acierto de ofrecer directrices útiles en relación a las cuestiones de mayor complejidad a las que deben hacer frente las autoridades. De algunas nos hemos ocupado brevemente en estas líneas. Otras, como pueda ser la calificación que merezcan los prestadores de los servicios finales desde un punto de vista del Derecho laboral, creo que exceden del ámbito de este trabajo, orientado a pergeñar el régimen al que se someten las plataformas digitales tras las últimas intervenciones normativas de las autoridades europeas.

5. Conclusiones

⁶ Aproximación en la que habrá que analizar asimismo el carácter más o menos imperativo de las instrucciones proporcionadas por la plataforma, revistiendo particular importancia el hecho de si dicha plataforma fija el precio final que ha de ser abonado por el usuario. En el caso de que estos indicios no resulten suficientemente clarificadores, podrá ser útil observar quién asume los costes y correlativamente los riesgos del servicio en cuestión, así como tratar de determinar si existe una relación de empleo entre la plataforma y sus prestadores de servicios.

⁷ Recordemos que el art. 15.1 de la Directiva declara que *“Los Estados miembros no impondrán a los prestadores de servicios una obligación general de supervisar los datos que transmitan o almacenen, ni una obligación general de realizar búsquedas activas de hechos o circunstancias que indiquen actividades ilícitas, respecto de los servicios contemplados en los artículos 12, 13 y 14.”*

A la vista del nuevo régimen diseñado por la Comisión para hacer frente al reto que suponen las plataformas digitales en el mercado único considero que una conclusión prevalece sobre todas las demás: la necesidad de actuar con prudencia.

Es necesario ser prudentes a la hora de valorar el verdadero potencial de las plataformas en línea en la Unión Europea, encontrándonos en un estadio de desarrollo todavía temprano. El mercado digital ha demostrado tener una capacidad de crecimiento espectacular en los últimos tiempos, habiendo confirmado las plataformas en línea tener un ámbito de aplicación siempre creciente.

Del mismo modo, la prudencia ha de ser la tónica a la hora de proceder a regular las plataformas digitales, debiendo evitar caer en la sobrerregulación, que desgraciadamente reina en numerosos ámbitos. Para ello, la adaptación de la legislación ya existente, y la eliminación de aquellos requisitos que se muestren excesivos a la luz de los acontecimientos y de los de nuevos operadores que ejercen su actividad en el mercado, son un excelente punto de partida.

No se trata de evitar a toda costa la elaboración de normativas aplicables al mercado digital, pero sí de racionalizar su cometido. Y es que, lo más complicado no es dotar a las plataformas digitales de una normativa propia, sino avanzar en la necesaria coordinación que estas han de recibir respecto a la prestación de los servicios en su configuración tradicional, evitando duplicidades y requisitos innecesarios o desproporcionados.

Finalmente, considero que hay que mantener una cierta distancia en materia de responsabilidad en relación con las plataformas digitales. Esto no significa, lógicamente, que no haya que prestar una atención especial al control de aquellos contenidos especialmente sensibles o dañinos para la población. Pero creo que, partiendo de la exención de responsabilidad que de un modo genérico establece la Directiva Servicios sobre comercio electrónico, es necesario conceder un cierto margen de maniobra para que las plataformas implementen sus políticas de seguimiento y control de los contenidos que alojan.