



## Mercados y Servicios Digitales

LEY DE MERCADOS DIGITALES (DMA) Y LEY DE SERVICIOS DIGITALES (DSA)



**Avances en las negociaciones de la Ley de Mercados Digitales (DMA) y la Ley de Servicios Digitales (DSA).**

La tramitación de la DMA y la DSA sigue su curso.

En relación con la DSA, reglamento europeo que pretende actualizar las normas que definirán las responsabilidades y obligaciones de los prestadores de servicios digitales y, en particular, de las plataformas en línea, el IMCO, la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor del Parlamento Europeo, aprobó, en el mes de diciembre, su propuesta de la norma.

La propuesta del IMCO, que se somete a votación plenaria del Parlamento Europeo, previsiblemente en la semana del 17 de enero, incluye algunas novedades frente a la propuesta de la Comisión entre las que destacan las siguientes...:

- *Mayores exigencias en materia de transparencia publicitaria en tiempo real.*
- *Mayores exigencias en relación con los repositorios publicitarios.*
- *Prohibición de realizar publicidad dirigida basada en datos personales a menores.*
- *Medidas encaminadas a prohibir los llamados "dark patterns" para la obtención de consentimiento.*

Una vez se apruebe, y teniendo en cuenta que el Consejo ya aprobó su propuesta el pasado mes de noviembre, se iniciarán las negociaciones en la fase de trílogos durante el primer trimestre de este año.

Respecto a la DMA, reglamento europeo que pretende dar respuesta a las conductas practicadas por plataformas con un papel preponderante en el mercado imponiéndoles un régimen regulatorio especial mediante la aplicación de determinadas obligaciones, la prohibición de ciertas conductas y un régimen sancionador más estricto con infracciones similares a las infracciones en competencia, el Parlamento Europeo ha aprobado en el mes de diciembre su propuesta.

En esta propuesta, destacan las siguientes novedades...:

- *Se amplían los servicios afectados por la norma incluyendo, además, a los navegadores web, asistentes virtuales y televisiones conectadas (siempre y cuando cumplan los criterios para tener la consideración de "gatekeepers").*
- *Prohibición de utilizar los datos de menores con fines comerciales como la mercadotecnia directa, la elaboración de perfiles o la publicidad personalizada basada en datos personales.*
- *Mayores obligaciones de transparencia de las plataformas "gatekeepers" para los anunciantes.*
- *Prohibición para los "gatekeepers" de combinar datos personales a través de sus servicios sin el consentimiento del usuario con el fin de ofrecerle publicidad dirigida o micro-dirigida.*

Dado que el Consejo había adoptado ya su propuesta en el mes de noviembre, el día 11 de enero tuvo lugar la primera de las reuniones en la fase de trílogos en la que participaron representantes de la Comisión, el Parlamento Europeo y el Consejo Europeo.