

ESTUDIOS

Incluye



Papel

Digital

HACIA UNA TRANSICIÓN DIGITAL CENTRADA EN LA PERSONA: ESTUDIOS JURÍDICOS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA UNIÓN EUROPEA

JOSÉ JUAN CASTELLÓ PASTOR
COORDINADOR

ISABEL ANTÓN JUÁREZ
JOSÉ JUAN CASTELLÓ PASTOR
JOSÉ CORBERÁ MARTÍNEZ
CLARA ISABEL CORDERO ÁLVAREZ
ENRIQUE FERNÁNDEZ MASIÁ
ANA GASCÓN MARCÉN

ROSA LAPIEDRA ALCAMÍ
PATRICIA LLOPIS NADAL
ANTONIO MERCHÁN MURILLO
GUILLERMO PALAO MORENO
ROSA PLA ALMENDROS
ISABEL REIG FABADO

ARANZADI LA LEY, S.A.U.

C/ Collado Mediano, 9
28231 Las Rozas (Madrid)
www.aranzadilaley.es

Atención al cliente: <https://areacliente.aranzadilaley.es/publicaciones>

Proyecto de investigación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades titulado «Hacia una transición digital centrada en la persona en la Unión Europea» TED 2021-129307A-I00 financiado por MICIU/AEI/10.13039/501100011033 y por la Unión Europea «NextGenerationEU»/PRTR. I.P. José Juan Castelló Pastor.



Primera edición: Noviembre 2025

Depósito Legal: M-23887-2025

ISBN versión impresa con complemento electrónico: 978-84-1163-776-3

ISBN versión electrónica: 978-84-1163-775-6

Diseño, Preimpresión e Impresión: ARANZADI LA LEY, S.A.U.

Printed in Spain

© ARANZADI LA LEY, S.A.U. Todos los derechos reservados. A los efectos del art. 32 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba la Ley de Propiedad Intelectual, ARANZADI LA LEY, S.A.U., se opone expresamente a cualquier utilización del contenido de esta publicación sin su expresa autorización, lo cual incluye especialmente cualquier reproducción, modificación, registro, copia, explotación, distribución, comunicación, transmisión, envío, reutilización, publicación, tratamiento o cualquier otra utilización total o parcial en cualquier modo, medio o formato de esta publicación.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la Ley. Diríjase a **Cedro** (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

El editor y los autores no asumirán ningún tipo de responsabilidad que pueda derivarse frente a terceros como consecuencia de la utilización total o parcial de cualquier modo y en cualquier medio o formato de esta publicación (reproducción, modificación, registro, copia, explotación, distribución, comunicación pública, transformación, publicación, reutilización, etc.) que no haya sido expresa y previamente autorizada.

El editor y los autores no aceptarán responsabilidades por las posibles consecuencias ocasionadas a las personas naturales o jurídicas que actúen o dejen de actuar como resultado de alguna información contenida en esta publicación.

ARANZADI LA LEY no será responsable de las opiniones vertidas por los autores de los contenidos, así como en foros, chats, u cualesquiera otras herramientas de participación. Igualmente, ARANZADI LA LEY se exime de las posibles vulneraciones de derechos de propiedad intelectual y que sean imputables a dichos autores.

ARANZADI LA LEY queda eximida de cualquier responsabilidad por los daños y perjuicios de toda naturaleza que puedan deberse a la falta de veracidad, exactitud, exhaustividad y/o actualidad de los contenidos transmitidos, difundidos, almacenados, puestos a disposición o recibidos, obtenidos o a los que se haya accedido a través de sus PRODUCTOS. Ni tampoco por los Contenidos prestados u ofertados por terceras personas o entidades.

ARANZADI LA LEY se reserva el derecho de eliminación de aquellos contenidos que resulten inveraces, inexactos y contrarios a la ley, la moral, el orden público y las buenas costumbres.

Nota de la Editorial: El texto de las resoluciones judiciales contenido en las publicaciones y productos de ARANZADI LA LEY, S.A.U., es suministrado por el Centro de Documentación Judicial del Consejo General del Poder Judicial (Cendoj), excepto aquellas que puntualmente nos han sido proporcionadas por parte de los gabinetes de comunicación de los órganos judiciales colegiados. El Cendoj es el único organismo legalmente facultado para la recopilación de dichas resoluciones. El tratamiento de los datos de carácter personal contenidos en dichas resoluciones es realizado directamente por el citado organismo, desde julio de 2003, con sus propios criterios en cumplimiento de la normativa vigente sobre el particular, siendo por tanto de su exclusiva responsabilidad cualquier error o incidencia en esta materia.

Índice General

	<i>Página</i>
PRESENTACIÓN	
JOSÉ JUAN CASTELLÓ PASTOR.....	23
BLOQUE I	
CAPÍTULO 1	
VULNERABILIDAD DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS EN EL ENTORNO DIGITAL	
JOSÉ JUAN CASTELLÓ PASTOR.....	27
I. Planteamiento inicial	27
1. <i>Repensar el marco jurídico digital para hacer frente a los daños actuales a los usuarios digitales</i>	27
2. <i>Usuarios digitales: ¿una tutela jurisdiccional reforzada?</i>	30
II. <i>Corpus jurídico digital: unde venimus et quo imus</i>	32
III. La cuadratura del círculo en materia digital	41
1. <i>Instrumentalización de la atención y manipulación como recursos económicos de las plataformas digitales</i>	42
2. <i>Medidas diseñadas para mitigar las técnicas de manipulación y adicción de las plataformas digitales</i>	45
IV. Equidad digital: paternalismo del regulador vs. soberanía del consumidor.....	52
V. Reflexión final.....	58
Bibliografía.....	59

CAPÍTULO 2

HACIA UN ENTORNO DIGITAL SEGURO PARA LA INFANCIA: EL MARCO EUROPEO Y ESTATAL DE PROTECCIÓN DE LOS MENORES

ROSA LAPIEDRA ALCAMÍ	63
I. Introducción.....	63
II. La especial vulnerabilidad de los menores y la necesidad de protección en el entorno digital	65
1. <i>Principales riesgos para los menores en la red</i>	66
III. Marco normativo europeo y estatal en materia de protección de menores en la red	69
1. <i>Las medidas de protección de los menores en el entorno digital previstas en el Reglamento (UE) 2022/2065, de servicios digitales</i>	71
a) Prohibición de dirigir publicidad a menores basada en perfiles	76
2. <i>Medidas de protección previstas en el Reglamento (UE) 2024/1689, de inteligencia artificial</i>	83
3. <i>Medidas de protección previstas en el Reglamento (UE) 2023/2854, de datos.....</i>	83
4. <i>Medidas de protección previstas en el Proyecto de Ley Orgánica para la protección de menores en entornos digitales.....</i>	84
IV. Nuevos mecanismos de verificación de la edad para el acceso de los menores a los servicios digitales: el reglamento (UE) 2024/1183, de identidad digital.....	90
V. Conclusiones.....	94
Bibliografía.....	95

CAPÍTULO 3

EVOLUCIÓN DE LA REGULACIÓN DE LOS “DARK PATTERNS” EN LA UNIÓN EUROPEA

JOSÉ CORBERÁ MARTÍNEZ	99
I. Introducción.....	100

ÍNDICE GENERAL

	<u>Página</u>
1. <i>Impacto socioeconómico de las nuevas tecnologías</i>	100
2. <i>Importancia de los interfaces de usuario en línea como “front office” del comercio digital.....</i>	101
3. <i>Objeto: aproximación al concepto y a la regulación europea sobre interfaces engañosas</i>	103
II. Concepto y tipos de interfaces engañosos	104
1. <i>Precisiones terminológicas</i>	104
2. <i>Concepto de “Dark Patterns”</i>	104
3. <i>Breve referencia a los tipos de interfaces engañosas y patrones oscuros</i>	106
III. Regulación vigente	107
1. <i>Reconocimiento de los “patrones oscuros” en interfaces de usuarios en la Comunicación sobre la Nueva Agenda del Consumidor de 2020</i>	110
2. <i>Reglamento de Servicios Digitales de 2022 como primera regulación expresa de las interfaces engañosas en la Unión Europea</i>	111
2.1. <i>Ámbito de aplicación.....</i>	114
2.2. <i>Articulación con la Directiva de Prácticas Comerciales Desleales con Consumidores y del Reglamento General de Protección de Datos</i>	116
3. <i>Directiva sobre las Prácticas Comerciales Desleales de 2005..</i>	116
4. <i>Reglamento General de Protección de Datos de 2016.....</i>	118
5. <i>Reglamento de Mercados Digitales de 2022.....</i>	121
6. <i>Reglamento de Datos de 2023</i>	122
7. <i>Directiva de Servicios Financieros a Distancia de 2023</i>	124
8. <i>Reglamento de Inteligencia Artificial de 2024</i>	125
9. <i>Necesidad de mayor cohesión de la normativa reguladora de las “Dark Patterns”.....</i>	125
IV. Regulación futura sobre “equidad digital”	126
V. A modo de conclusión.....	129
Bibliografía.....	130

CAPÍTULO 4

DUDAS SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DE LOS ÓRGANOS DE SOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL CERTIFICADOS EN EL MARCO DEL REGLAMENTO DE SERVICIOS DIGITALES

ROSA PLA ALMENDROS	133
I. Planteamiento inicial	133
II. A modo de contexto: aspectos regulados y no regulados por el art. 21 RSD	136
III. Órganos certificados	142
IV. Concreción de algunos extremos por los órganos certificados	145
1. Ámbito de actuación	146
1.1. ADROIT	146
1.2. User Rights	148
1.3. Tanács	148
1.4. Appeals Centre	149
1.5. RTR	150
1.6. ADR Center	150
2. Lengua del procedimiento	151
3. Plazo para interponer la reclamación	152
4. Tercero encargado de resolver la disputa	155
5. Costas y honorarios	156
V. Problemas detectados y soluciones propuestas	158
Bibliografía	162

CAPÍTULO 5

LA ADAPTACIÓN A LA ERA DIGITAL DEL MARCO EUROPEO DE RESOLUCIÓN ALTERNATIVA DE LITIGIOS “RAL” EN MATERIA DE CONSUMO

ENRIQUE FERNÁNDEZ MASIÁ	165
I. El nuevo paquete de reforma propuesto en octubre de 2023 por la Comisión Europea	166

II. Ampliación del ámbito de aplicación de la directiva “RAL” del 2013: ¿todos los litigios que afecten a un derecho del consumidor deben poder ser resueltos mediante un procedimiento “RAL”?	176
III. Un mejor acceso y comprensión de los procedimientos “RAL” por parte de los consumidores y comerciantes	181
1. <i>Potenciación de las funciones de asistencia de la Red de Centros Europeos del Consumidor</i>	181
2. <i>Supresión de la plataforma de Resolución de Litigios en Línea “RLL” europea</i>	183
IV. Una mayor implicación en el sistema “RAL” de los empresarios y comerciantes y una racionalización de sus costes	186
V. Preocupación por los consumidores vulnerables en los mercados digitales	188
VI. Mayor simplificación y transparencia de los procedimientos “RAL”	190
VII. Menores obligaciones para las entidades “RAL”	193
VIII. Incentivar a los mercados en línea y a las asociaciones comerciales de la Unión Europea para que sus mecanismos de resolución de litigios con los consumidores se ajusten a los criterios de calidad de la directiva “RAL” del 2013.....	194
Bibliografía.....	196

BLOQUE II

CAPÍTULO 6

**SISTEMAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y
RESPONSABILIDAD POR PRODUCTOS DEFECTUOSOS EN
SUPUESTOS TRANSFRONTERIZOS: NOVEDADES EN SU
REGULACIÓN EUROPEA Y RÉGIMEN CONFLICTUAL**

GUILLERMO PALAO MORENO	203
I. Introducción.....	204
II. La regulación europea de la responsabilidad civil ocasionada por sistemas de Inteligencia Artificial: estado de la cuestión e impacto en la modernización del régimen de responsabilidad por productos defectuosos	208

	<i>Página</i>
1. <i>Los esfuerzos del legislador europeo por establecer un marco regulatorio en relación con la responsabilidad civil derivada de sistemas de Inteligencia Artificial.....</i>	211
2. <i>La Directiva (UE) 2024/2853 sobre responsabilidad por los daños causados por productos defectuosos y su impacto en el ámbito de la Inteligencia Artificial</i>	215
III. La responsabilidad por productos transfronteriza por los sistemas de Inteligencia Artificial: aspectos de ley aplicable	225
1. <i>Cuestiones introductorias.....</i>	225
2. <i>La problemática que suscita la aplicación del Convenio de La Haya de 1973.....</i>	230
3. <i>Las posibilidades que ofrece el Reglamento Roma II</i>	234
IV. Valoración.....	244

CAPÍTULO 7

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y TUTELA JURÍDICA DE DERECHOS DIGITALES EN LA UNIÓN EUROPEA

ISABEL REIG FABADO	247
I. Introducción.....	247
1. <i>La Unión Europea en su afán regulador del entorno digital...</i>	247
2. <i>Los modelos generales de IA</i>	252
II. La regulación de los riesgos sistémicos en la UE.....	253
1. <i>Riesgos sistémicos en el Reglamento de IA</i>	253
1.1. <i>Introducción.....</i>	253
1.2. <i>La clasificación de los riesgos sistémicos en el Reglamento de IA.....</i>	254
1.3. <i>Las obligaciones adicionales para los riesgos sistémicos en el Reglamento de IA.....</i>	256
2. <i>Los riesgos sistémicos en la DSA</i>	258
2.1. <i>Categorías de riesgos sistémicos en la DSA</i>	258
2.2. <i>Evaluación y mitigación de riesgos sistémicos en la DSA.....</i>	260

ÍNDICE GENERAL

	<i>Página</i>
A. <i>La evaluación de riesgos sistémicos en la DSA .</i>	260
B. <i>Las medidas de mitigación de riesgos sistémicos de la DSA.....</i>	265
2.3. <i>Los procedimientos formales iniciados por la Comisión contra las grandes plataformas por incumplimiento de las obligaciones de la DSA ..</i>	267
3. <i>La aplicación conjunta de ambos Reglamentos</i>	272
III. Conclusiones.....	273
Bibliografía.....	276

CAPÍTULO 8

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y RIESGOS SISTÉMICOS EN LA RED: LA LUCHA CONTRA LA DESINFORMACIÓN EN LA UNIÓN EUROPEA

CLARA ISABEL CORDERO ÁLVAREZ.....	281
I. Planteamiento.....	282
II. Marco jurídico europeo frente a los riesgos del uso de la IA	286
1. <i>El Reglamento de IA: sistemas de IA para la desinformación ¿sistemas prohibidos, alto riesgo o riesgo moderado?</i>	287
2. <i>Directivas sobre responsabilidad en materia de IA</i>	299
2.1. <i>La Directiva de 2024 sobre productos defectuosos y su posible aplicación al caso</i>	300
2.2. <i>Propuesta de Directiva de adaptación de las normas de responsabilidad extracontractual a la IA: oportunidad perdida.....</i>	308
3. <i>El uso de la IA para la creación de contenidos en la DSA.....</i>	316
III. Mecanismos de lucha contra la desinformación dentro de la UE en el uso de los servicios digitales	320
1. <i>Obligaciones sustantivas para los grandes prestadores de la DSA y el recurso a la IA para su cumplimiento.....</i>	322
1.1. <i>La desinformación como riesgo sistémico para grandes plataformas y motores de búsqueda.....</i>	326

	<i>Página</i>
1.2. Moderación (proactiva) contra contenidos no deseados: en particular los mecanismos automatizados	330
1.3. Curación (recomendación) de contenidos automatizada: peligros en presencia y oportunidades	335
2. <i>La Comisión europea en la lucha contra la desinformación en las redes</i>	339
2.1. Investigaciones en curso frente a muy grandes plataformas para mitigar riesgos en procesos electorales y discursos cívicos: los casos de Tik-Tok, X y Meta	340
2.2. Normas de autorregulación de las plataformas para hacer frente a la desinformación.....	353
IV. Conclusiones	361
Bibliografía	365

CAPÍTULO 9

LA GOBERNANZA INTERNACIONAL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN NACIONES UNIDAS DESDE UNA PERSPECTIVA DE DERECHOS HUMANOS

ANA GASCÓN MARCÉN	371
I. Introducción	371
II. Iniciativas de gobernanza	375
1. <i>Gobernanza interna</i>	375
2. <i>Gobernanza externa</i>	376
2.1. Informe Gobernanza de la IA en beneficio de la humanidad	376
2.2. Pacto Digital Mundial	381
2.3. Avances en 2025.....	382
III. Asamblea General de Naciones Unidas	384
IV. Consejo de Derechos Humanos	391
1. <i>Marco empresa y derechos humanos</i>	392

	<i>Página</i>
2. <i>Informes de expertos en Derechos Humanos</i>	394
V. UNESCO	397
VI. Unión Internacional de Telecomunicaciones	401
VII. Conclusiones	402
Bibliografía	403

BLOQUE III

CAPÍTULO 10

LA PROPIEDAD DIGITAL Y SU SUCESIÓN *MORTIS CAUSA*: ¿NUEVOS ESCENARIOS PARA EL DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO EUROPEO?

ISABEL ANTÓN JUÁREZ.....	409
I. Aproximación inicial	409
II. Hacia un concepto de “bien digital”	411
III. El impacto de la vida digital en la sucesión <i>mortis causa</i>: ¿toda sucesión es internacional?	413
1. <i>Aproximación inicial</i>	413
2. <i>La calificación de la sucesión <i>mortis causa</i> como internacional por la existencia de bienes digitales</i>	414
3. <i>Las normas que regulan la sucesión <i>mortis causa</i> transfronteriza de bienes digitales</i>	416
IV. La categorización de los bienes digitales	418
V. La determinación de la competencia judicial internacional y el Derecho aplicable de la sucesión <i>mortis causa</i> de bienes digitales	420
1. <i>El punto de partida</i>	420
2. <i>Los diferentes escenarios</i>	422
3. <i>La determinación del Derecho aplicable bienes personales y mixtos</i>	424
4. <i>Los litigios derivados de la sucesión <i>mortis causa</i> de bienes digitales y la determinación del tribunal competente</i>	427

	<i>Página</i>
VI. La sucesión de bienes digitales creados por el causante	433
VII. Reflexiones finales	434
Bibliografía.....	436

CAPÍTULO 11

LOS DATOS COMO BIENES DIGITALES TRANSNACIONALES

ANTONIO MERCHÁN MURILLO	439
I. Introducción.....	439
II. Principios rectores en la contratación digital automatizada..	440
III. Los datos como infraestructura jurídica: del flujo informa- cional al activo digital.....	442
IV. Titularidad, control y apropiabilidad de los datos.....	447
V. El dato en movimiento: conflictos de leyes y circulación transnacional.....	451
VI. Automatización y responsabilidad: atribución de actos jurí- dicos en entornos algorítmicos.....	456
VII. Conclusiones.....	459
Bibliografía.....	460

CAPÍTULO 12

EL REFUERZO DE LA COOPERACIÓN DIRECTA ENTRE LOS ESTADOS Y LOS PRESTADORES DE SERVICIOS PARA LA OBTENCIÓN DE PRUEBAS ELECTRÓNICAS EN EL SEGUNDO PROTOCOLO ADICIONAL AL CONVENIO DE BUDAPEST

PATRICIA LLOPIS NADAL.....	463
I. Introducción.....	465
II. La solicitud de datos de sus abonados a los proveedores de servicios: una medida directa de alcance nacional prevista en el art. 18 del Convenio	468
III. La cooperación directa reforzada con los prestadores de ser- vicios en el Segundo Protocolo adicional al Convenio de Bu- dapest	471

	<u>Página</u>
1. <i>Dos nuevos procedimientos para reforzar la cooperación directa con entidades y proveedores de servicios que se encuentran en el territorio de otros Estados parte.....</i>	471
2. <i>La necesidad de respetar el principio de especialidad y el principio de proporcionalidad en los procedimientos de cooperación directa</i>	473
3. <i>La autoridad competente para iniciar los procedimientos de cooperación directa: un concepto amplio que podría limitarse por los Estados parte.....</i>	474
4. <i>El idioma de las solicitudes y de los requerimientos sujeto a lo que haya decidido la entidad o el proveedor de servicios requerido.....</i>	475
5. <i>La necesaria protección de los derechos humanos, las libertades y los datos de carácter personal en la cooperación directa.</i>	476
5.1. <i>La protección de los derechos humanos y de las libertades: la exigencia de respetar los niveles mínimos asumidos en virtud de tratados internacionales</i>	476
5.2. <i>La protección de los datos de carácter personal: una exigencia regulada con detalle en el art. 14 del Segundo Protocolo en defecto de otro acuerdo aplicable</i>	478
IV. La posibilidad de solicitar información sobre los registrantes de nombres de dominio a las entidades ubicadas en el territorio de otro Estado parte	479
1. <i>Facultar a sus autoridades y permitir a las entidades: la doble obligación asumida por los Estados parte en virtud del art. 6 del Segundo Protocolo</i>	479
2. <i>Las entidades que prestan servicios de registro de nombres de dominio como receptoras de la solicitud y su condición de prestadores de servicios</i>	481
3. <i>Los datos que pueden solicitarse a las entidades que prestan servicios de registro de nombres de dominio: relevancia y requisitos</i>	482
4. <i>Los requisitos que ha de cumplir la solicitud y el necesario respeto de las garantías procesales en la entrega de la información</i>	483

V. La posibilidad de solicitar información sobre los abonados a los proveedores de servicios que se encuentran en el territorio de otro Estado parte	485
1. <i>Las obligaciones asumidas en virtud del art. 7 del Segundo Protocolo y la posibilidad de reservarse el derecho a no aplicarlo de manera total o de manera parcial</i>	485
1.1. La doble obligación que impone del art. 7 del Segundo Protocolo y la posibilidad de restringir las autoridades competentes de los otros Estados parte	485
1.2. La posibilidad de realizar reservas de distinta extensión para la no aplicación del art. 7 por un Estado parte del Segundo Protocolo	486
2. <i>Los proveedores de servicios definidos en el Convenio de Budapest como receptores del requerimiento</i>	488
3. <i>La delimitación de los datos relativos a los abonados que pueden solicitarse a los proveedores de servicios</i>	489
4. <i>El contenido mínimo del requerimiento y la posibilidad de acompañarlo de información complementaria</i>	491
4.1. El contenido mínimo del requerimiento por el que se solicita a los proveedores de servicios información relativa a sus abonados	492
4.2. La información complementaria al requerimiento y la necesidad de mayor claridad sobre cómo, quién, cuándo y qué habrá de aportarse	493
5. <i>La posible intervención del Estado parte en cuyo territorio se encuentra el proveedor de servicios con carácter previo a facilitar la información</i>	495
5.1. La posibilidad de que el Estado parte exija notificación simultánea del requerimiento con carácter general o en determinados supuestos	495
5.2. La posibilidad de que el Estado parte exija la consulta previa del proveedor de servicios en determinados supuestos	497

ÍNDICE GENERAL

	<i>Página</i>
5.3. Las distintas actuaciones de la autoridad del Estado parte notificada simultáneamente o consultada por el proveedor de servicios	498
6. <i>La negativa o inactividad del proveedor de servicios y el recurso a la cooperación internacional o a la asistencia mutua como alternativa</i>	500
6.1. Las posibles conductas del proveedor de servicios requerido y la posibilidad de exigir que motive toda negativa e inactividad	500
6.2. Las alternativas de la autoridad competente para obtener la información ante la negativa o inactividad del proveedor de servicios	501
VI. Conclusión	502
Bibliografía y otras fuentes consultadas	504
1. <i>Bibliografía</i>	504
2. <i>Otras fuentes consultadas</i>	506

Capítulo 1

Vulnerabilidad de los consumidores y usuarios en el entorno digital*

JOSÉ JUAN CASTELLÓ PASTOR
Prof. Titular de Derecho Internacional Privado

Universitat de València

ORCID: 0000-0002-7517-0296

SUMARIO: I. PLANTEAMIENTO INICIAL. 1. *Repensar el marco jurídico digital para hacer frente a los daños actuales a los usuarios digitales.* 2. *Usuarios digitales: ¿una tutela jurisdiccional reforzada?* II. CORPUS JURÍDICO DIGITAL: *UNDE VENIMUS ET QUO IMUS.* III. LA CUADRATURA DEL CÍRCULO EN MATERIA DIGITAL. 1. *Instrumentalización de la atención y manipulación como recursos económicos de las plataformas digitales.* 2. *Medidas diseñadas para mitigar las técnicas de manipulación y adicción de las plataformas digitales.* IV. EQUIDAD DIGITAL: *PATERNALISMO DEL REGULADOR VS. SOBERANÍA DEL CONSUMIDOR.* V. REFLEXIÓN FINAL. BIBLIOGRAFÍA.

I. PLANTEAMIENTO INICIAL

1. REPENSAR EL MARCO JURÍDICO DIGITAL PARA HACER FRENTE A LOS DAÑOS ACTUALES A LOS USUARIOS DIGITALES

El entorno digital plantea desafíos que difícilmente encuentran paralelo en el ámbito analógico, como el uso de tecnologías altamente sofisticadas

* Esta publicación es parte del Proyecto TED2021-129307A-I00, financiado por MICIU / AEI /10.13039/501100011033 y por la Unión Europea NextGenerationEU / PRTR, cuyo investigador principal es el autor. Estudio realizado durante la estancia de investigación en el Centro de Investigación Interdisciplinaria sobre la Justicia de la facultad de Derecho de la Universidad de Porto (Portugal).

por parte de operadores digitales, capaces de anticipar, condicionar o incluso modificar el comportamiento de los usuarios. A pesar de los avances regulatorios impulsados por la Unión Europea —orientados a reforzar la transparencia, la seguridad de los usuarios y una gobernanza de las tecnológicas más equitativa—, ciertos colectivos continúan expuestos a notables vulnerabilidades.

En este escenario de constante transformación, asistimos a una auténtica revolución digital que, si bien ha sido asimilada con sorprendente rapidez, viene acompañada de una paradójica pérdida de control: vivimos hiperconectados, pero sometidos a dinámicas comerciales que mercantilizan nuestra atención¹.

Los datos así lo muestran. En promedio, las personas pasan más de siete horas al día conectadas a internet. Asimismo, uno de cada cuatro menores de dieciocho años manifiesta un patrón de uso problemático o disfuncional de los teléfonos inteligentes, expresando sensaciones de inseguridad o dependencia ante la ausencia de estos dispositivos y se observa, paralelamente, un incremento en los problemas de salud mental entre los adolescentes². A estos preocupantes indicadores se suma el hecho de que una amplia mayoría de los consumidores percibe que las empresas tecnológicas vulneran sus derechos digitales. En efecto, solo un cuarenta y tres por ciento declara sentirse plenamente en control de sus decisiones en línea, mientras que las prácticas comerciales desleales representan el principal daño a los derechos de los usuarios en el entorno digital³.

Todo esto evidencia que el actual marco jurídico digital de la Unión Europea necesita una actualización, esta vez, orientada explícitamente a pro-

-
1. El término “economía de la atención” se refiere al conjunto de actividades económicas basadas en la atención de las personas, considerada como un recurso escaso y muy deseable que hay que captar y mantener. *Vid.*, Documento de Trabajo de la Comisión *Fitness Check of EU consumer law on digital fairness*, Bruselas, 3.10.2024. SWD (2024) 230 final, pág. 20.
 2. Véase la Resolución del Parlamento Europeo, de 12 de diciembre de 2023, sobre el diseño adictivo de los servicios en línea y la protección del consumidor en el mercado único de la Unión (2023/2043(INI)).
 3. Así lo indica el barómetro del consumidor de 2023, que el 70 % de los consumidores están preocupados por la forma en que se utilizan y comparten sus datos personales. Según la encuesta a los consumidores en el marco de la prueba de aptitud, el 37 % de los encuestados tenía la impresión de que una empresa conocía sus debilidades y utilizaba este conocimiento con fines comerciales. Véase, igualmente el informe de BEUC, *Connected but unfairly treated. Consumer survey results on the fairness of the online environment* (2023).

teger la vulnerabilidad del usuario digital, ya que, en el contexto actual, los intereses económicos de las tecnológicas están poniendo al límite nuestros derechos fundamentales recogidos en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea.

Y vaya por delante que un modelo de autorregulación no constituye, a mi modo de ver, una respuesta adecuada a los desafíos actuales, en tanto que estos gigantes tecnológicos subordinan la salvaguarda de las libertades digitales de los usuarios a sus propios intereses, instrumentalizando nuestra atención y manipulación como recursos económicos. No obstante, tampoco resulta evidente que un enfoque excesivamente paternalista del regulador de la Unión constituya una alternativa plenamente satisfactoria, como se estudia en este trabajo.

En cualquier caso, la Comisión Europea ha reconocido que el marco jurídico vigente de la Unión no puede considerarse suficientemente eficaz para hacer frente a los perjuicios actuales y emergentes que afectan a los consumidores⁴. De hecho, la presidenta de la Comisión Europea, Úrsula von Der Leyden, en la Mission Letter enviada a Michael McGrath, Comisario Europeo para la Democracia, la Justicia y el Estado de Derecho al inicio del segundo mandato, mostró su preocupación y marcó unas líneas de trabajo: “[...] me gustaría que desarrollara un marco de política común actualizado y presentara la próxima Agenda del Consumidor 2025-2030, en particular analizando cómo proteger a los consumidores vulnerables y evaluando la necesidad de actualizar la legislación y garantizar su aplicación. Como parte de esto, también debería proponer un nuevo Plan de Acción sobre los consumidores en el Mercado Único para garantizar que los consumidores no se enfrenten a una discriminación injusta, mantengan los beneficios al cruzar las fronteras y estén protegidos al comprar bienes y servicios. Me gustaría que se centrara en el impacto y las oportunidades de las tecnologías digitales

4. En concreto subraya que “[...] para lograr la equidad digital, el *Fitness Check* señala la necesidad de hacer más para abordar los retos pendientes en materia de protección de los consumidores en el entorno digital. Una lección clave aprendida es que un marco de protección de los consumidores sólido e independiente aporta un valor añadido a la hora de evaluar las prácticas comerciales en constante evolución en los mercados digitales. El marco jurídico vigente de la UE no puede considerarse suficientemente eficaz para hacer frente a los perjuicios actuales y emergentes que afectan a los consumidores. Si no se adoptan nuevas medidas, la legislación de la UE en materia de consumo no alcanzará plenamente sus objetivos, corre el riesgo de perder relevancia en el ámbito digital y puede seguir aplicándose solo en casos limitados” (traducción del autor). Véase el Documento de Trabajo de la Comisión *Fitness Check of EU consumer law on digital fairness*, Bruselas, 3.10.2024. SWD (2024) 230 final, pág. 88.

en los consumidores y nuestro sistema de justicia. Desarrollará una Ley de Equidad Digital para abordar las técnicas y prácticas comerciales poco éticas relacionadas con los patrones oscuros, el marketing de los *influencers* de las redes sociales, el diseño adictivo de productos digitales y la elaboración de perfiles en línea, especialmente cuando se explotan las vulnerabilidades de los consumidores con fines comerciales. Contribuirá a abordar los desafíos de las plataformas de comercio electrónico, en particular para proteger a los consumidores y garantizar que se beneficien de una igualdad de condiciones. También impulsará nuestros esfuerzos para modernizar, implementar y hacer cumplir las políticas de seguridad de los productos. Garantizará que la Unión Europea siga siendo un referente mundial en materia de protección del consumidor y seguridad de los productos⁵”.

2. USUARIOS DIGITALES: ¿UNA TUTELA JURISDICCIONAL REFORZADA?

Uno de los aspectos más significativos, a mi modo de ver, viene referido al término usuario digital como sujeto vulnerable *per se* en este entorno tecnológico. A este respecto, la política digital de la Unión Europea parece estar dando prioridad a configurar categorías genéricas —con términos más inclusivos— que engloban el papel que desempeñan las personas en estos nuevos entornos tecnológicos⁶.

Sirva a modo de ejemplo el Reglamento (UE) 2022/2065 de servicios digitales, que si bien define al consumidor como toda persona física que actúe con fines ajenos a su actividad comercial, negocio, oficio o profesión⁷, también se introducen, no obstante, otras categorías adicionales que van difuminando a esta figura, como la del destinatario del servicio, entendida como toda persona física o jurídica que utilice un servicio intermediario, en particular para buscar información o para hacerla accesible⁸, y la del destinatario activo (de una plataforma o de un buscador) que es el destinatario del servicio que haya utilizado una plataforma en línea, bien solicitando a la plataforma que aloje información, bien exponiéndose a la información

-
5. Disponible en la página commission.europa.eu.
 6. NAMYSŁOWSKA, M.: “The Silent Death of EU Consumer Law and Its Resilient Revival: Reinventing Consumer Protection Against Unfair Digital Commercial Practices”, *Journal of Consumer Policy*, 2025 (versión en línea).
 7. En las definiciones incorporadas en el artículo 3 letra c) del Reglamento (UE) de servicios digitales.
 8. De acuerdo con la definición del artículo 3 letra b) del Reglamento (UE) de servicios digitales.

alojada en la plataforma en línea y difundida a través de su interfaz en línea⁹. Además, este mismo texto normativo se refiere al usuario en el artículo 25 en relación con el diseño y organización de interfaces en línea, a la amplia categoría de ciudadanos en el artículo 45.3 sobre los códigos de conducta y a la de destinatarios como se ha referido.

De este modo, como se observa, coexisten el consumidor, el destinatario del servicio y otras categorías genéricas. Y no solo en este texto jurídico-digital, sino también en otras normativas tecnológicas como por ejemplo en el Reglamento (UE) 2022/1925 de mercados digitales o más recientemente en el Reglamento (UE) 2024/1689 de inteligencia artificial. Así cabe referirse al término usuarios finales en el artículo 20.2 del Reglamento (UE) 2022/1925 de mercados digitales y en el artículo 71 del Reglamento (UE) 2024/1689 de inteligencia artificial y a la categoría de personas físicas utilizada en el artículo 78 del Reglamento (UE) 2024/1689 de Inteligencia Artificial.

Por este motivo cabe preguntarse si resulta oportuno reforzar la protección del usuario digital mediante una tutela jurisdiccional especial. Dicho de otro modo, si en el marco normativo de la competencia judicial internacional sería oportuno establecer una regla específica en materia digital —una idea que está presente en las infracciones a los derechos de la personalidad cometidas en la red por parte de la doctrina¹⁰—.

9. De acuerdo con la definición del artículo 3 letra p) del Reglamento (UE) de servicios digitales.

10. Véase HESS, B.: “Reforming the Brussels Ibis Regulation: Perspectives and Prospects”, *MPILux Research Paper Series*, 4, 10, 2021 y, como subrayé en otro estudio, véase CAS-TELLÓ PASTOR, JJ.: “Por un foro de competencia judicial internacional para favorecer al vulnerable de los comportamientos lesivos a los derechos de la personalidad en internet” en *Protección multidisciplinar del vulnerable en la sociedad digital* (Coord. BLANCO GARCÍA. A.I.), Aranzadi, 2024, págs. 75-76: “[...] es cierto que la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea ha creado un foro digital en la que la víctima puede reclamar la totalidad de los daños ante los tribunales de su residencia habitual —condicionado a que coincida con su centro de intereses—. Se trata de meritoria regla tuitiva que mitiga la vulnerabilidad del usuario frente a los exponenciales efectos de cualquier publicación en internet. Sin embargo, desde mi punto de vista, sería deseable que —en una revisión del Reglamento Bruselas Ibis— se incorpore una regla especial de competencia judicial internacional para estos ilícitos ciberneticos de forma que la víctima no tuviera que probar su centro de intereses para interponer la acción civil por la totalidad de los daños causados por una publicación digital ante los tribunales del Estado miembro de su domicilio. Esta nueva regla especial y tuitiva de competencia judicial internacional podría ser aplicable a todas las personas físicas y jurídicas —estas últimas sólo para las microempresas o pequeñas empresas definidas en la Recomendación 2003/361/CE para evitar cargas desproporcionadas al disponer de recursos limitados—, de modo que podría recurrirse a este *forum actoris* digital

A mi parecer, la respuesta debe ser afirmativa, encontrándose el punto de partida de esta nueva regla especial y tuitiva de competencia judicial internacional en el concepto de vulnerabilidad aplicado a los usuarios como consumidores, que, en este contexto tecno-digital, debería ampliarse para incluir también a los ciudadanos en general. Esta nueva regla tuitiva en favor del usuario —en términos generales— como vulnerable digital facilitaría esencialmente la determinación del tribunal competente en caso de verse afectado, por ejemplo, por un riesgo sistémico; en consonancia con la idea de que la transición digital debe estar centrada en la persona.

Sentado lo anterior, el presente estudio se centra en uno de los temas más trascendentales en el ámbito de los derechos de los consumidores y usuarios digitales: los efectos perjudiciales que generan las plataformas —ya sean de comercio electrónico, redes sociales u otras— mediante el uso de técnicas deliberadamente diseñadas para influir en la conducta y captar su atención. En este sentido, el trabajo se estructura en tres partes: en primer término, se presenta un examen sintético del marco jurídico digital actualmente vigente; en segundo lugar, se analiza el modo en el que las tecnológicas orientan y condicionan la atención de los usuarios, así como las respuestas regulatorias adoptadas para contrarrestar estas prácticas; finalmente, se ofrece una reflexión crítica sobre la regulación futura en materia de equidad digital, subrayando que una posible sobreregulación del legislador de la Unión —motivada por un enfoque excesivamente paternalista o por una tendencia a reforzar su tutela— pudiera, en determinadas circunstancias, limitar el ámbito de su autonomía y responsabilidad individual del usuario digital, con el consiguiente menoscabo de su capacidad en la toma de decisiones.

II. *CORPUS JURÍDICO DIGITAL: UNDE VENIMUS ET QUO IMUS*

Resulta complejo prever cómo será la sociedad en la próxima década, dada la profundidad y rapidez de los cambios que las innovaciones tecnológicas han generado —y continúan generando— en la sociedad¹¹. Una de las preocupaciones del legislador de la Unión es cómo afrontar de manera

aunque el contenido lesivo publicado en internet no tuviera impacto real en el Estado miembro de la residencia habitual de la víctima, pero sí en otros Estados miembros, y permitirle de este modo reclamar la totalidad del daño sufrido por la publicación”.

11. En este sentido, la inteligencia artificial se perfila como un elemento disruptivo de gran relevancia, con el potencial de transformar significativamente la sociedad tal como la conocemos. Al igual que hizo —y continúa haciendo— internet, la inteligencia artificial se proyecta como una tecnología transversal capaz de incidir en múltiples dimensiones de la vida cotidiana.

eficaz el impacto de las tecnologías emergentes en la sociedad contemporánea. Desde la irrupción de internet en la década de 1990, hemos sido testigos de una transformación socioeconómica sin precedentes¹².

La digitalización ha dado lugar a una economía global interconectada, que funciona a una velocidad y escala inimaginables hace apenas unas décadas. La adopción generalizada de internet facilitó el surgimiento de los primeros modelos de negocio digitales que comenzaron a consolidarse en los primeros años del presente siglo¹³. Este desarrollo no habría sido posible sin un entorno regulatorio favorable que, durante las últimas décadas, ha permitido el crecimiento exponencial y el fortalecimiento del ecosistema tecnológico en la Unión. En este escenario, la labor normativa de las instituciones de la Unión Europea se ha orientado a capacitar a empresas y ciudadanos, con la finalidad de configurar un futuro digital centrado en las personas, sostenible y próspero.

Ya en el marco de la Estrategia de Lisboa, la (primera) Agenda Digital para Europa¹⁴ del año 2010 reconocía el papel estratégico de las tecnologías de la información y la comunicación en el logro de los objetivos de desarrollo e integración de la Unión. Posteriormente, en el año 2015, la Estrategia para el Mercado Único Digital¹⁵ propuso medidas para mejorar el acceso a bienes y servicios digitales en toda la Unión, establecer condiciones óptimas para el despliegue de redes y servicios digitales, y ampliar el potencial de crecimiento de la economía digital. En el año 2020, la Unión avanzó hacia la configuración de su futuro digital mediante una estrategia orientada a

-
12. Es opinión generalizada que la revolución tecnológica de estas últimas décadas ha generado un impacto social y económico sin precedentes en la historia de nuestra civilización desde la expansión del uso de internet a principios de la década de 1990. Este fenómeno representa un auténtico cambio de era que supera en efecto y significado a la primera revolución industrial del siglo XVIII e incluso a la Revolución Francesa de 1789. *Vid. BARRIO ANDRÉS, M.: “Inteligencia artificial, Internet de las cosas y blockchain”, en MONTERO PASCUAL, J.J., *Digitalización y Derecho*, Tirant Lo Blanch, Valencia, 2024, pág. 253.*
13. La accesibilidad a la red facilitada por la proliferación de dispositivos inteligentes, junto con la disponibilidad de conexiones a través de fibra y redes inalámbricas con tarifas muy asequibles, entre otros factores, fomentó la fidelización de los usuarios hacia el consumo de contenidos y servicios digitales. Asimismo, la significativa inversión de la industria tecnológica contribuye a consolidar este hábito digital de los usuarios europeos, desplazando progresivamente a su homólogo tradicional. Esta distancia entre lo analógico y digital se amplía aún más con la tecnología 5G y la inteligencia artificial, transformando la interacción y el consumo digitales, e incluso conduciendo a una sociedad excesivamente dependiente de la tecnología, como se ha referido.
14. Bruselas, 19.5.2010. COM (2010) 245 final.
15. Bruselas, 6.5.2015. COM (2015) 192 final.

situar la tecnología al servicio de las personas, promover una economía más competitiva y reforzar una sociedad abierta y democrática¹⁶. Finalmente, en el año 2021, la iniciativa Brújula Digital¹⁷ definió los objetivos estratégicos de la Unión en materia digital para 2030, organizados en torno a cuatro ejes fundamentales: desarrollo de capacidades digitales, refuerzo de la gobernanza, transformación de las empresas e inversión en infraestructuras digitales.

Efectivamente, desde la década de los noventa, la Unión Europea ha venido adoptando un conjunto progresivo de medidas legislativas orientadas a abordar los desafíos del entorno digital, así como a garantizar su efectiva implementación¹⁸. Muchas de estas normativas han sido objeto de procesos de modernización y europeización¹⁹ en los últimos años, en respuesta a la acelerada evolución tecnológica y al crecimiento exponencial del ecosistema digital.

En este contexto, la Estrategia Europa 2020 —diseñada con el propósito de convertir la economía europea en la más competitiva y sostenible del mundo²⁰— incorporó como una de sus siete iniciativas emblemáticas la

-
- 16. Bruselas, 19.2.2020. COM (2020) 67 final.
 - 17. Bruselas, 9.3.2021. COM (2021) 118 final.
 - 18. Entre otras, sirva a modo de ejemplo la Directiva 91/250/CEE del Consejo, de 14 de mayo de 1991, sobre la protección jurídica de programas de ordenador; la Directiva 92/100/CEE del Consejo, de 19 de noviembre de 1992, sobre derechos de alquiler y préstamo y otros derechos afines a los derechos de autor en el ámbito de la propiedad intelectual; la Directiva 93/83/CEE del Consejo, de 27 de septiembre de 1993, sobre coordinación de determinadas disposiciones relativas a los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en el ámbito de la radiodifusión vía satélite y de la distribución por cable; Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 1997, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia; Directiva 1999/93/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de diciembre de 1999, por la que se establece un marco común para la firma electrónica. Y a principios de la siguiente década, como la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior o la Directiva 2001/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo de 2001, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en la sociedad de la información.
 - 19. Léase el comunicado de prensa de la Comisión Europea de 6 de mayo de 2015 titulado “Un mercado único digital para Europa: la Comisión establece 16 iniciativas”.
 - 20. Fue uno de los objetivos de la Estrategia de Lisboa, literalmente señala que “la Unión se ha fijado hoy un nuevo objetivo estratégico para la próxima década: convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo,

Agenda Digital para Europa. Esta primera hoja de ruta digital, impulsada bajo el mandato del entonces presidente de la Comisión Europea, José Manuel Durão Barroso (2004-2014), tenía como objetivo principal acelerar el despliegue de redes de internet de alta velocidad y maximizar los beneficios del mercado único digital para ciudadanos y empresas en toda la Unión²¹. En consonancia con esta visión estratégica, su sucesor, Jean-Claude Juncker (2014-2019), subrayó en su discurso inaugural ante el Parlamento Europeo la necesidad de aprovechar plenamente el potencial de las tecnologías digitales, caracterizadas por su naturaleza transfronteriza. En sus propias palabras, abogó por “tener el valor de abrir los compartimentos nacionales de regulación de las telecomunicaciones, de los derechos de propiedad intelectual y de la legislación sobre protección de datos, de la gestión de las ondas de radio y de la aplicación del derecho de la competencia”, con el fin de garantizar que “los consumidores puedan acceder a los servicios, la música, las películas y los eventos deportivos con sus dispositivos electrónicos en cualquier punto de Europa e independientemente de fronteras”²². En aquel momento, las proyecciones económicas estimaban que la concreción de una Unión digital plenamente funcional podría contribuir con aproximadamente cuatrocientos mil millones de euros anuales, así como generar cientos de miles de nuevos empleos en sectores estratégicos²³. A la luz de estas perspectivas y sobre la base de los marcos estratégicos previamente establecidos, la Comisión Europea emprendió una ambiciosa labor legislativa, que daría forma al núcleo normativo del Mercado Único Digital, consolidando así una de las apuestas más trascendentales de la integración europea en el siglo XXI.

Esta (primera) Agenda Digital para Europa (2010-2020), concebida como una de las siete iniciativas emblemáticas de la Estrategia Europa 2020, permitió la consecución de diversos hitos clave en el ámbito del desarrollo tecnológico y la consolidación del mercado único digital. Sin ánimo de exhaustividad, pueden destacarse los siguientes logros normativos que contribuyeron significativamente a la transformación digital del espacio europeo: la mejora del acceso y reducción de costes en las comunicaciones electrónicas. Uno de los avances más relevantes en este sentido fue la eliminación de los recargos

capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social”. *Vid.*, Consejo Europeo de Lisboa, 23 y 24 de marzo 2000, Conclusiones de la Presidencia, punto I.5.

21. Bruselas, 3.3.2010. COM (2010) 2020 final.
22. Bruselas, 6.5.2015. COM (2015) 192 final.
23. De acuerdo con la información facilitada en la web de la Comisión Europea en aquel momento, si bien es cierto que algunos informes apuntaban a números superiores, como el Informe de 21 de diciembre de 2015 sobre la iniciativa “Hacia un mercado único digital” (2015/2147(INI)).

por itinerancia dentro de la Unión Europea, efectuada el 14 de junio de 2017, en virtud del Reglamento (UE) 2022/612, que regula la itinerancia en redes públicas de comunicaciones móviles. Esta medida supuso una democratización efectiva del acceso transfronterizo a los servicios móviles, impulsando la cohesión digital en el espacio europeo. También, la ampliación de la conectividad digital: se garantizó la cobertura universal de banda ancha básica, mediante el aprovechamiento de tecnologías móviles y satelitales, lo que permitió cerrar brechas territoriales en el acceso a internet, en línea con los objetivos de inclusión digital de la Unión.

Por su parte, el refuerzo de la protección de los consumidores en el entorno digital: se adoptaron marcos clave en materia de privacidad y protección de datos, entre los que destacan la Directiva 2009/136/CE de 25 de noviembre de 2009 y el Reglamento (UE) 2016/679 del 27 de abril de 2016 y la Directiva (UE) 2016/680 del 27 de abril de 2016). Asimismo, la eliminación de barreras en el comercio digital transfronterizo: para fortalecer la libre circulación de servicios digitales, se adoptaron dos significativas normas como el Reglamento (UE) 2018/302 del 28 de febrero de 2018 sobre bloqueo geográfico injustificado y el Reglamento (UE) 2017/1128 del 14 de junio de 2017 sobre portabilidad transfronteriza de servicios digitales permitiendo a los consumidores acceder a contenidos en línea en toda la Unión Europea. En relación con la regulación de las relaciones contractuales digitales: se armonizaron las normas sobre contratos de compraventa de bienes y contratos de suministro de contenidos digitales mediante la Directiva (UE) 2019/770 y la Directiva (UE) 2019/771. En materia de transparencia en plataformas digitales: el Reglamento (UE) 2019/1150 introdujo medidas para fomentar la equidad y la transparencia en las relaciones entre las plataformas digitales y sus usuarios profesionales, consolidando una gobernanza más equilibrada del ecosistema de intermediación en línea. Y por último se centró en el fomento de una economía basada en los datos: con la visión de facilitar un entorno ágil y competitivo en el ámbito del tratamiento de datos no personales, la Unión Europea aprobó un conjunto de normas específicas, entre las que destacan: el Reglamento (UE) 2018/1807, que garantiza la libre circulación de datos no personales, permitiendo a las empresas y administraciones almacenar y procesar información en cualquier Estado miembro; el Reglamento (UE) 2019/881, relativo a la ciberseguridad, que establece un marco europeo de certificación en la materia y la Directiva (UE) 2019/1024, relativa a los datos abiertos y la reutilización de la información del sector público, con el objetivo de promover la innovación y el uso estratégico de los datos en beneficio del interés general.

En aquel entonces, se abordó, a mi modo de ver, uno de los desafíos más significativos del entorno digital: la necesidad de reducir las asimetrías existentes entre el ámbito digital y el analógico en el contexto de las actividades transnacionales en línea²⁴. En efecto, la Comisión Europea adoptó un firme compromiso con la eliminación de los obstáculos que impedían la plena realización del mercado único digital, concebido como un proyecto esencial dentro de una Unión caracterizada por la supresión de fronteras físicas y por la vigencia de las cuatro libertades fundamentales. La segmentación de los mercados en función de las fronteras nacionales, habitualmente sin justificación objetiva, resultaba incompatible con los principios que rigen el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. En este sentido, el desarrollo del mercado único digital, estrechamente vinculado con el concepto de mercado interior²⁵, se definió como un espacio en el que se garantiza la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales, y en el que ciudadanos y empresas pueden acceder y participar en actividades económicas en línea en condiciones de competencia equitativa, con un alto nivel de protección de los datos personales y de los derechos de los consumidores, independientemente de su nacionalidad o lugar de residencia²⁶.

Una vez alcanzado con éxito el objetivo estratégico del mercado único digital²⁷, la nueva Comisión Europea, presidida por Ursula von der Leyen (2019-2024), dio continuidad a las líneas de acción establecidas por su pre-

-
24. Eliminando cualquier traba o discriminación existente ya que se daban prácticas comerciales que difícilmente encontraban apoyo —salvo en contadas excepciones— en uno de los objetivos generales de la Unión Europea, a saber: el establecimiento del mercado interior implicará un espacio sin fronteras interiores, en el que la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales estará garantizada de acuerdo con las disposiciones de los Tratados. Así se pronunció en su momento la STJ de 11 de julio de 1974, as. 8/74, *Dassonville*, (EU:C:1974:82), apdo. 5, señalando que “[...] toda normativa comercial de los Estados miembros que pueda obstaculizar directa o indirectamente, real o potencialmente, el comercio intracomunitario debe considerarse como una medida de efecto equivalente a las restricciones cuantitativas”.
25. Art. 26.2 del TFUE.
26. Bruselas, 6.5.2015, COM (2015) 192 final. En síntesis, la Estrategia para el mercado único digital consiste en mejorar el acceso de los consumidores y las empresas a los bienes y servicios en línea; crear condiciones adecuadas y equitativas para el éxito de las redes digitales y los servicios innovadores; y aprovechar al máximo el potencial crecimiento de la economía digital.
27. Aunque la rápida transformación digital unido al incremento de las transacciones en línea en estos últimos años ponen de manifiesto la importancia de reevaluar la normativa relacionada con el bloqueo geográfico para eliminar las barreras restantes y maximizar, así, el potencial del mercado único de la Unión conforme subrayó un grupo de diputados al Parlamento Europeo el 13 de diciembre de 2023.

decesor, al tiempo que introdujo una renovada visión política a través de la definición de seis prioridades estratégicas para su mandato. Entre ellas destacó la construcción de una Europa adaptada a la era digital²⁸, orientada a situar la tecnología al servicio de las personas, fomentar una economía digital justa y competitiva, y promover una sociedad abierta, democrática y sostenible²⁹.

Esta (segunda) Agenda Digital para Europa (2020-2030) se centró en gestionar los profundos cambios inducidos por las tecnologías digitales y en resaltar la importancia estratégica de los servicios y mercados digitales. En efecto, esta nueva fase se caracterizó por una clara dimensión tecnológica y geopolítica, mediante la cual la Unión Europea buscó afirmar su autonomía y liderazgo en la esfera digital global. Una prioridad posteriormente desarrollada en documentos clave como la comunicación “Configurar el futuro digital de Europa³⁰” y la comunicación sobre la “Década Digital de Europa”, donde se trazaron las líneas de actuación para asegurar la seguridad de los servicios y mercados digitales. Asimismo, se otorgó prioridad a áreas tecnológicas de alto impacto como las estrategias en blockchain, el desarrollo ético y responsable de la inteligencia artificial, el diseño y producción de semiconductores avanzados, la consolidación de la soberanía digital europea, y la creación de espacios europeos de datos, así como a la promoción de normas tecnológicas globales acordes con los valores de la Unión, entre otras medidas.

Esta prioridad estratégica en el ámbito digital durante el último lustro se ha traducido en una intensa y prolífica actividad legislativa por parte de las instituciones de la Unión Europea, dando lugar a un *corpus* normativo de gran relevancia jurídica y política en el marco del proceso de digitalización.

Entre las principales normativas adoptadas destacan: el Reglamento (UE) 2022/2065 de servicios digitales, cuyo objetivo es actualizar las reglas de los intermediarios, esencialmente por medio de la transparencia en la gobernanza de las plataformas y diligencia debida; el Reglamento (UE) 2022/1925, sobre mercados digitales, cuyo objetivo es limitar las prácticas anticompetitivas de los grandes operadores de plataformas consideradas “guardianes de acceso”; el Reglamento (UE) 2024/1689, sobre inteligencia artificial, que constituye el primer marco legal integral sobre el desarrollo,

28. Orientaciones políticas para la próxima Comisión Europea (2019-2024).

29. Léase el discurso ante la sesión plenaria del Parlamento europeo pronunciado por la presidenta electa de la Comisión Europea Ursula von der Leyen el 27 de noviembre de 2019.

30. Bruselas, 19.2.2020, COM (2020) 67 final.

la comercialización y el uso de sistemas de IA dentro del territorio de la Unión; el Reglamento (UE) 2021/784, centrado en la lucha contra la difusión de contenidos terroristas en línea, que impone obligaciones estrictas a los proveedores de servicios para la retirada rápida de dichos contenidos; el Reglamento (UE) 2022/868, relativo a la gobernanza europea de datos, y el Reglamento (UE) 2023/2854, conocido como Reglamento de Datos, ambos destinados a fomentar la disponibilidad, el intercambio seguro y el acceso equitativo a los datos industriales, personales y públicos, entre otros.

A lo anterior cabe añadir que el Parlamento Europeo ha desempeñado también un papel activo por la adopción de diversas resoluciones estratégicas, especialmente en materia de inteligencia artificial. Cabe mencionar, al respecto, la resolución 2020/2012 (INL), sobre las implicaciones éticas de la IA; la resolución 2020/2014 (INL), relativa a la responsabilidad civil derivada del uso de sistemas de IA; la resolución 2020/2015 (INI), que aborda el impacto de la IA sobre los derechos de propiedad intelectual; así como la resolución 2023/2043 (INI), que impulsa la prohibición del uso de técnicas adictivas en el diseño de servicios digitales dirigidos a manipular el comportamiento del usuario. Igualmente, en línea con los valores democráticos de la Unión, se han adoptado otras normas emblemáticas como: el Reglamento (UE) 2024/1083, sobre la Libertad de los Medios de Comunicación, destinado a proteger la independencia editorial y prevenir injerencias indebidas en los medios y el Reglamento (UE) 2024/900, relativo a la transparencia y segmentación en la publicidad política, que busca garantizar elecciones más limpias y una comunicación política más justa y transparente en el entorno digital, entre otras.

El conjunto de estos actos jurídicos adoptados en los últimos años, junto con otras iniciativas normativas, pone de manifiesto la capacidad legislativa de las instituciones de la Unión Europea para definir un marco normativo propio en el contexto tecnológico. Este ejercicio normativo autónomo en el mundo digital constituye un paso decisivo en la construcción de nuestra soberanía digital³¹, entendida no solo como la capacidad de innovación tecnológica, sino también como la potestad de regular conforme a principios y valores propios.

En este sentido, la Unión Europea no solo ha avanzado en la regulación de un sector tecnológico históricamente dominado por actores situados en terceros Estados —en particular, por gigantes tecnológicos estadouniden-

31. MADIEGA T.: “Digital sovereignty for Europe”, *EPRS Ideas Paper Towards a more resilient EU*, 2020, pág. 1.

ses—, sino que, a mi modo de ver, logra algo más relevante: proyectar los valores fundamentales de la Unión a través de la extraterritorialidad normativa que deriva del acceso al mercado interior³². Así, el cumplimiento del marco jurídico digital de la Unión se ha convertido en una condición de acceso para cualquier operador económico que desee prestar servicios dentro de la Unión, lo que refuerza su posición como potencia regulatoria global en el ámbito digital³³.

Finalmente, el 18 de julio de 2024, Ursula von der Leyen, reelegida como presidenta de la Comisión Europea para un segundo mandato, presentó ante el Parlamento Europeo las directrices políticas que orientarán la acción de la Comisión Europea durante el período 2024-2029. En su intervención, delineó una hoja de ruta centrada en el fortalecimiento y la consolidación de la unidad europea, al tiempo que expuso las prioridades estratégicas de su nueva gestión. Entre los ejes prioritarios, y en lo que interesa al presente trabajo, subrayó la necesidad de estimular la productividad a través de la expansión de las tecnologías digitales, advirtiendo que la competitividad europea se ve limitada en comparación con la de sus principales competidores globales, debido en gran parte a una insuficiente adopción de instrumentos digitales. Esta carencia afecta negativamente la capacidad de la Unión para innovar en servicios y modelos de negocio.

Así, anunció que la nueva Comisión centrará sus esfuerzos en la implementación efectiva de la legislación digital adoptada durante el mandato anterior, haciendo especial énfasis en la responsabilidad que deben asumir las grandes plataformas tecnológicas, dadas las implicaciones sistémicas de su poder en las dinámicas sociales y económicas actuales. En este contexto, se reforzará la aplicación del Reglamento (UE) 2022/2065 de Servicios Digitales y el Reglamento (UE) 2022/1925 de Mercados Digitales, avanzando hacia un entorno digital más justo y equilibrado. Asimismo, se abordarán los desafíos derivados del crecimiento de las plataformas de comercio electrónico, con el objetivo de garantizar condiciones de competencia equitativas para consumidores y empresas, sustentadas en normativas eficaces en materia aduanera, fiscal, de seguridad y de sostenibilidad. La presidenta de la Comisión concluyó que el cumplimiento de los objetivos digitales y la consolidación de un verdadero mercado único digital podrían representar

32. CHRISTAKIS, T.: *“European Digital Sovereignty”: Successfully Navigating Between the “Brussels Effect” and Europe’s Quest for Strategic Autonomy*, 2020, pág. 2.
33. Este fenómeno, conocido como el “efecto Bruselas”, ilustra cómo la Unión Europea, incluso actuando de forma unilateral, puede influir en los estándares globales, imponiendo *de facto* sus normas más allá de sus fronteras mediante el poder de atracción de su mercado.

un punto de inflexión crucial para mejorar tanto la productividad como la competitividad de Europa³⁴.

No obstante, persiste la incertidumbre sobre el futuro inmediato de esta agenda regulatoria, especialmente en el contexto de las tensiones transatlánticas. En particular, se ha planteado la posibilidad de que el *corpus* normativo digital europeo se convierta en objeto de negociación política con la nueva administración Trump, en el marco de eventuales discusiones comerciales y arancelarias. El Gobierno de Estados Unidos ha manifestado en múltiples ocasiones su oposición frontal a determinadas disposiciones del Reglamento (UE) 2022/2065 de servicios digitales, alegando que sus disposiciones podrían suponer una amenaza para la libertad de expresión y resultar discriminatorias para las empresas estadounidenses.

Queda por ver si, en un escenario de creciente fricción económica, la Comisión Europea mantendrá su postura regulatoria firme o se verá presionada a reconsiderar ciertos aspectos normativos como parte de una negociación geopolítica más amplia.

III. LA CUADRATURA DEL CÍRCULO EN MATERIA DIGITAL

Con una generación de nativos digitales, el acceso a internet se ha convertido un elemento esencial para la realización de prácticamente cualquier actividad a través de las aplicaciones, redes sociales y, en términos más amplios, plataformas digitales.

La expansión de estas herramientas digitales ha dado lugar a un entorno marcado por una oferta prácticamente ilimitada de contenidos y servicios, lo que ha contribuido al aumento del tiempo que los usuarios permanecen frente a las pantallas de sus dispositivos. Una tendencia que responde, en buena medida, a la habilidad de las tecnológicas para anticipar y satisfacer las necesidades de los usuarios, que conlleva también considerables efectos adversos —entre los que se destaca el impacto negativo sobre la salud mental por estar continuamente pendiente de la red³⁵—.

La verdadera cuadratura del círculo en la regulación digital radica hoy en día en la capacidad de mitigar los efectos adversos provocados por las plataformas digitales —sean de comercio electrónico, redes sociales u otras—

-
- 34. Visítese la página web de la Comisión y las Orientaciones políticas 2024-2029.
 - 35. Téngase presente este problema actual de la adicción digital y salud mental. Aunque no se aborda en este trabajo, será objeto de un futuro estudio los menores en el entorno digital.

cuyo diseño deliberado busca manipular y mantener la atención constante del usuario.

Tal como se ha expuesto en el planteamiento inicial, el marco jurídico vigente de la Unión Europea muestra importantes limitaciones para afrontar, con eficacia, los daños actuales y potenciales que sufren los consumidores.

Este escenario plantea la necesidad de repensar y posiblemente adaptar el marco legal para ofrecer una protección más acorde con los desafíos que plantea la evolución tecnológica.

1. INSTRUMENTALIZACIÓN DE LA ATENCIÓN Y MANIPULACIÓN COMO RECURSOS ECONÓMICOS DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES

Mas allá de los mencionados objetivos políticos generales de la nueva Comisión Europea, resulta crucial resaltar cómo la atención y la manipulación se han convertido en activos económicos clave para los operadores tecnológicos. Estas multinacionales obtienen valor de cualquier interacción que los usuarios tienen con las aplicaciones, redes sociales o, en un sentido más amplio, plataformas digitales.

A lo largo de estos años, los servicios digitales se han nutrido de los datos personales que proporcionamos al registrarnos —como condición para acceder al servicio— o mediante la navegación, *i.e.* por el rastreo y seguimiento a través de las *cookies*³⁶. Esto les ha permitido adquirir un conocimiento detallado sobre nuestros hábitos, comportamientos, preferencias e incluso vulnerabilidades, colocándoles significativamente en una situación privilegiada para influir en nuestras decisiones. De hecho, alguna

36. Aunque muchos servicios ofrecidos en el entorno digital se presentan como gratuitos, en realidad su acceso suele estar condicionado por el modelo “*consent or pay*”. Un sistema que ofrece al usuario dos opciones: consentir el tratamiento de sus datos personales —especialmente para fines publicitarios *personalizados*— y acceder gratuitamente al contenido ofrecido por el servicio, o, en caso de no dar este consentimiento, abonar una tarifa para poder utilizar el servicio. Sobre este aspecto, véase, TRUJILLO CABRERA, C.: “Los nuevos cookie walls: ‘consent or pay’”. A propósito de la Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 4 de julio de 2023”, *Revista de Derecho Civil*, vol. XI, núm. 2, 2024, págs. 75-112; DAVIES, G.: “Consent or Pay: Transforming Internet Users from Products into Customers”, *Journal of European Consumer and Market Law*, vol. 14, núm. 1, 2025, págs. 6-14; GASCÓN MARCÉN, A.: El Reglamento General de Protección de Datos como modelo de las recientes propuestas de legislación digital europea, *Cuadernos de derecho transnacional*, vol. 13, n.º 2, 2021, págs. 209-232.

voz subraya que “la privacidad desempeña un papel en la vulnerabilidad digital”³⁷.

En términos generales, puede sostenerse que los usuarios no ejercemos plena soberanía en nuestras decisiones digitales. Ya sea por pasividad, aquiescencia o desconocimiento, los usuarios proporcionamos a las tecnológicas constante información valiosa sobre nuestros comportamientos en línea. Esta forma de vigilancia comercial, basada en la recolección y segmentación de nuestros datos por el rastro digital (en su mayor parte imperceptible para el usuario), es utilizada hábilmente para predecir, moldear y rentabilizar nuestras acciones. A cambio, se nos ofrece una experiencia digital personalizada e intuitiva, mientras estas compañías obtienen extraordinarios beneficios económicos³⁸.

En este contexto, cuanto más tiempo permanezcamos conectados a internet, mayor es la rentabilidad generada. Por ello, uno de los desafíos actuales es cómo abordar la comercialización de nuestra atención.

Como se ha referido, la cuadratura del círculo en materia de regulación digital parece situarse en cómo solventar los efectos perjudiciales que generan las plataformas digitales por el uso de técnicas deliberadamente diseñadas para manipular y captar la atención continua del usuario.

Los esfuerzos del legislador de la Unión Europea por construir un ecosistema digital más transparente y confiable son, sin duda, loables, como lo refleja el marco normativo vigente orientado en esa dirección. Sin embargo, aún persisten retos significativos para lograr un entorno digital verdaderamente justo y equitativo. En este contexto, fenómenos como la

-
37. DOMURATH, I.: “Digital Vulnerability as a Power Relation” en CREA, C. y DE FRANCESCO, A. (eds.): *The New Shapes of Digital Vulnerability in European Private Law*, nomos, 2024, pág. 244.
38. Señala el informe realizado por la organización europea de consumidores BEAUC que “[...] uno de los problemas fundamentales de la protección de los consumidores en el ámbito digital es la existencia de enormes asimetrías digitales en forma de control sobre los datos, el conocimiento, las infraestructuras y los potentes modelos algorítmicos optimizados para maximizar los beneficios, los clics, el compromiso, la adicción y la dependencia. Los consumidores se benefician sin duda de una gran cantidad de nuevas aplicaciones y servicios, de la facilidad de integración, de las plataformas transfronterizas y de la personalización sin esfuerzo. Sin embargo, este nuevo nivel de comodidad para el cliente tiene un precio, en forma de pérdida de control, pérdida de privacidad, nuevas formas de adicción, susceptibilidad a la manipulación y dependencias estructurales [...]”. HELBERGER, H. y otros, *Digital Fairness for Consumers*, BEAUC, 2024, pág. 259.

ansiedad derivada del uso compulsivo de redes sociales, la disminución de la autoestima por la escasez de reacciones positivas (como “me gusta” o *likes*), el consumo prolongado y excesivo de contenidos durante horas, o el sentimiento de haber sido manipulado (o engañado) por interfaces diseñadas para incidir indebidamente en la toma de decisiones del usuario, revelan los peligros de una economía digital estructurada en torno a la monetización de nuestra atención, a través de prácticas que, por su impacto potencial sobre los derechos de los usuarios, deberían estar sujetas a una regulación más exhaustiva, o al menos, a mayores estándares de transparencia que posibiliten a los usuarios ejercer un consentimiento realmente informado.

Efectivamente, las grandes corporaciones tecnológicas juegan con ventaja. En un contexto donde la información abunda de forma casi ilimitada en internet, captar y retener la atención del usuario se ha convertido en una prioridad. La atención es un recurso escaso, convertido en una valiosa mercancía. Así, estos gigantes —como por ejemplo el conglomerado tecnológico Meta o la red social X— no obtienen directamente sus ingresos de los usuarios, sino de comercializar su atención. Esta se convierte en el producto esencial que se vende a terceros, principalmente anunciantes u otros actores económicos interesados en datos sobre el comportamiento del usuario. Y como se ha referido, el modelo económico dominante en el entorno digital se basa en la explotación sistemática de nuestra atención.

En esta economía de la atención, nada se deja al azar: se desarrollan entornos digitales diseñados para maximizar el tiempo de exposición del usuario, mediante estrategias adictivas y personalizadas. Cuanto más prolongada es la interacción, mayor es la cantidad de datos generados y más altos son los beneficios económicos obtenidos. Los algoritmos y otras herramientas de predicción permiten adaptar los estímulos y contenidos a cada usuario, con el objetivo de aumentar su implicación y permanencia en el servicio digital.

Y si bien la legislación sectorial de la Unión Europea ha comenzado a establecer límites, en particular a través del Reglamento (UE) 2022/2065 de servicios digitales, así como mediante otras normativas³⁹, imponiendo obligaciones a las plataformas en línea —y su efecto es absolutamente posi-

39. Como, por ejemplo, el Reglamento (UE) 2016/679 General de Protección de Datos, el Reglamento (UE) 2022/1925 de mercados digitales, el Reglamento (UE) 2024/1689 de inteligencia artificial; y también estos límites pueden encontrarse en la Directiva 2005/29/CE sobre prácticas comerciales desleales, la Directiva 93/13/CEE sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores; la Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores.

tivo—, todavía queda camino por recorrer para mitigar la explotación de las vulnerabilidades de los consumidores y usuarios en el entorno digital.

2. MEDIDAS DISEÑADAS PARA MITIGAR LAS TÉCNICAS DE MANIPULACIÓN Y ADICCIÓN DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES

El recurso a técnicas de manipulación y persuasión por parte de los operadores económicos con el fin de incidir en las decisiones de los consumidores es una práctica bien consolidada. Tradicionalmente, tanto las campañas de marketing en medios de comunicación convencionales —radio, prensa o televisión— como las estrategias aplicadas por avisados vendedores de comercios y de grandes superficies han buscado influir el comportamiento del consumidor hacia determinados productos o servicios. No obstante, cualquiera de estas prácticas adquiere una dimensión significativamente mayor en el entorno digital, debido al vasto volumen de datos que las multinacionales tecnológicas recopilan a partir de nuestra huella digital.

Esta información les permite perfeccionar sus mecanismos de influencia de forma cada vez más sofisticada, sutil y, en la mayoría de las ocasiones, difícilmente perceptible para el usuario medio.

A este respecto, un estudio realizado por la Comisión Europea evidencia que el noventa y siete por ciento de los sitios web y aplicaciones más utilizados por los consumidores en la Unión emplean, al menos, un patrón oscuro⁴⁰.

40. Los patrones oscuros son estrategias digitales que afectan negativamente la capacidad de decisión de los consumidores al diseñar las opciones de manera que los influencian. Utilizados en las interfaces en línea, estos mecanismos pueden inducir, confundir o presionar a los usuarios para que elijan alternativas contrarias a sus propios intereses. Entre las prácticas más comunes destacan: la ocultación de información relevante, la estructuración engañosa de las alternativas ofrecidas, la reiteración persistente de una misma petición, la complicación del proceso para anular servicios y la exigencia de un registro obligatorio. Véase el considerando núm. 67 del Reglamento (UE) de servicios digitales en la nota al pie 48. Igualmente, entre otros, *cfr. OECD, Dark commercial patterns, OECD Digital Economy Papers, No. 336, OECD Publishing, Paris, 2022; MATO PACÍN, M.N.: Aspectos jurídicos del diseño de las interfaces digitales. En especial, los patrones oscuros*, Agencia Estatal Boletín Oficial Del Estado, Madrid, 2024 págs. 54-60; CORBERÁ MARTÍNEZ, J., “Diseño y organización de interfaces en línea en el Reglamento (UE) de servicios digitales” en *Análisis del Reglamento (UE) de servicios digitales y su interrelación con otras normas de la Unión Europea*, Aranzadi, 2024, págs. 171-200; *Id.*, “Evolución de la regulación de los ‘Dark Patterns’ en la Unión Europea” en *Hacia una transición digital centrada en la persona: estudios jurídicos desde la perspectiva de la Unión Europea* (Coord. CASTELLÓ PASTOR, J.J.), Aranzadi, 2025.

Asimismo, aproximadamente el cuarenta por ciento de los encuestados afirmó haber experimentado situaciones en las que el diseño o el lenguaje empleado en una página web —o aplicación— inducía confusión, impidiéndoles comprender con claridad los términos aceptados, así como sus derechos y obligaciones. Por otro lado, el sesenta y seis por ciento de los usuarios señaló haber recibido mensajes indicando escasa disponibilidad del producto o una alta demanda simultánea por parte de otros consumidores, mientras que el sesenta y uno por ciento fue expuesto a afirmaciones de que determinados productos estarían disponibles únicamente por un tiempo limitado. En ambos casos, no existía posibilidad de verificar la veracidad de dicha información.

Un treinta y dos por ciento de los encuestados manifestó haber pagado un importe superior al inicialmente anunciado debido a variaciones en el precio durante el proceso de compra. De igual forma, casi la mitad indicó haber sido presionados con reiterativos mensajes para tomar decisiones (como suscribirse a servicios *premium*, aceptar descuentos especiales o adquirir productos recomendados). Incluso tras haber manifestado su elección o rechazo a la oferta, el cuarenta y dos por ciento recibió mensajes diseñados para generar duda o incertidumbre respecto a su decisión, con preguntas de si estaba realmente seguro de no querer aprovechar un descuento. Un treinta y siete por ciento reconoció haber encontrado información relevante que estaba visualmente oculta o presentada de forma que se destacaban opciones menos beneficiosas. Este mismo porcentaje detectó que ciertas configuraciones predeterminadas favorecían a la empresa, dificultando su modificación. Y un cuarenta y dos por ciento de los consumidores mencionó situaciones en las que la opción seleccionada condujo a un resultado distinto al esperado: por ejemplo, al hacer clic para darse de baja los redirigía a una página con mensajes disuasivos destacando los beneficios del servicio que se perdería, dilatando o dificultando la acción deseada.

En todos estos supuestos, las prácticas engañosas y manipuladoras se articulan mediante herramientas tecnológicas —particularmente a través del uso de los referidos patrones oscuros— con el objetivo de influir en la toma de decisiones del usuario, favoreciendo de manera sistemática los intereses del operador tecnológico.

La personalización o curación —algorítmica— de contenidos constituye otro elemento esencial en el modelo de negocio de las grandes plataformas tecnológicas⁴¹. En términos generales, los sistemas de recomendación auto-

41. Un estudio completo de los sistemas de recomendación, *vid.*, GENOVESI, S.; KAESLING, K. y ROBBINS, S. (ed.): *Recommender Systems: Legal and Ethical Issues*, Springer, 2023, *passim*.

ESTUDIOS



Acceso online a Biblioteca Digital Legalteca:
consulte página inicial de esta obra

La presente obra colectiva surge de la necesidad de reflexionar sobre las múltiples dimensiones que adopta el Derecho en el contexto digital, abarcando desde la protección de los consumidores hasta el impacto de la inteligencia artificial en la gobernanza global. A lo largo de sus doce capítulos, la obra aborda cuestiones de plena actualidad, como la vulnerabilidad del consumidor en línea, la protección de menores en entornos digitales, la regulación de los patrones oscuros, los mecanismos alternativos de resolución de litigios y la obtención de pruebas electrónicas. También se analizan los complejos desafíos que plantean la sucesión de bienes digitales y la consideración de los datos como bienes transnacionales. Destaca, además, el desarrollo normativo impulsado desde la Unión Europea y su diálogo con el Derecho internacional, orientado a adaptar los marcos regulatorios a los retos de la digitalización. En especial, se examina el papel de la inteligencia artificial en sus múltiples dimensiones: responsabilidad, derechos digitales, desinformación y riesgos sistémicos.

En su conjunto, se ofrece una visión de los esfuerzos legislativos –principalmente desde la Unión Europea– orientados a promover una transición digital centrada en la persona que preserve las garantías y los valores democráticos. Estos estudios representan una aportación significativa al debate sobre la evolución del Derecho en el entorno digital.

Esta obra colectiva es fruto de las reflexiones alcanzadas en la segunda etapa del proyecto de investigación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades titulado «Hacia una transición digital centrada en la persona en la Unión Europea» TED 2021-129307A-I00 financiado por MICIU/AEI/10.13039/501100011033 y por la Unión Europea «NextGenerationEU»/PRTR cuyos autores forman parte del equipo de investigación y de trabajo.

ISBN: 978-84-1163-776-3



Proyecto TED 2021-129307A-I00 financiado por:



MARANZADI