

# Plataformas digitales y su función en la solución sostenible de conflictos en la Unión Europea

## *Digital platforms and their role in sustainable resolution in the European Union*

SILVIA BARONA VILAR<sup>1</sup> 

### RESUMEN

El trabajo se centra en el análisis de la proliferación de plataformas digitales, consecuencia del entorno digital, innovativo y disruptivo que nos acompaña. Estas plataformas permiten desarrollar y lanzar prestación de servicios o productos por las empresas, favoreciendo el comercio y el consumo electrónicos. Las experiencias consolidadas de soluciones de conflictos en algunas plataformas reconocidas internacionalmente, los proyectos (algunos fallidos) de la Unión Europea y las propuestas en algunos países permiten ofrecer vías diversas, en atención a la tipología del conflicto, de manera asimétrica pero modulada presencial o digitalmente e incluso con soluciones algorítmicas.

**Palabras clave:** plataformas digitales, soluciones algorítmicas, consumo electrónico, comercio electrónico, ADR

### ABSTRACT

The work focuses on the analysis of the proliferation of digital platforms, a consequence of the digital, innovative and disruptive environment that accompanies us. These platforms make it possible to develop and launch the provision of services or products by companies, favouring e-commerce and e-consumption. The consolidated experiences of dispute resolution on some internationally recognised platforms, the projects (some of which have failed) of the European Union and the proposals in some countries make it possible to offer different paths, depending on the type of dispute, in an asymmetrical but modulated manner, in person or digitally, and even with algorithmic solutions.

**Keyword:** digital platforms, algorithmic solutions, e-consumption, e-commerce, ADR

<sup>1</sup> Catedrática de Derecho Procesal, Universitat de València, España. Correo: silvia.barona@uv.es

## 1. Las plataformas digitales en el entorno social tecnológico y algorítmico

En la actualidad las plataformas digitales forman parte de nuestras vidas. Estos espacios en línea son múltiples, heterogéneos y generan un entorno digital en el que los usuarios pueden desempeñar tareas diversas, en muchos casos de forma gratuita, favoreciéndose su intervención activa. Precisamente, los usuarios son quienes los que la alimentan las plataformas digitales con contenidos e interacción.; en otros casos, bien toda o bien algunas de sus funciones son de pago.

Las plataformas más populares son las denominadas plataformas sociales, porque permiten la interacción. Sin embargo, también pueden mencionarse las plataformas de música, las de juegos, de lectura, de *streaming*, de *podcast*, de gestión de contenidos, de *e-commerce*, de imágenes, plataformas empresariales de relación empresa-cliente, de *networking*, de publicidad digital, de trabajo colaborativo y trabajo remoto, las plataformas de videoconferencias, las plataformas educativas, entre otras.

Estas plataformas digitales son la combinación de un conjunto de aplicaciones para almacenamiento de datos, herramientas de monitorización de cumplimiento de reglas, motores transaccionales para ejecutar tareas y motores analíticos basados en el aprendizaje máquina de la IA, complementado con interfaces de programación de aplicaciones (API) que permiten diferentes aplicaciones internas y externas; una tecnología de enorme impacto, dado que toda esta capacidad computacional, análisis, aplicaciones ultras especializadas, directrices y acciones generadas, son ofrecidas como un servicio integrado y externalizado, bajo demanda, llave en mano, remotamente, a través del *Cloud Computing*; algo que encuentra acomodo en numerosos sectores y actividades que se despliegan en la sociedad.

Pese a la multifuncionalidad de estas plataformas digitales, se les naturaliza desde parámetros netamente empresariales y de negocio. Lo que empezó favoreciendo que, a través ellas las empresas puedan desarrollar, lanzar o prestar servicios o productos. Así ha emergido el comercio y el consumo electrónicos y, simultáneamente, se crean datos que permiten mejorar las operaciones y redireccionar las estrategias del producto o del negocio. Mediante las plataformas, es posible ampliar los negocios, así como maximizar acciones y estrategias con un equipo de trabajo humano más reducido. Con ello se han fortalecido los valores de eficacia y eficiencia de la sociedad actual enmarcados en una ideología de corte economicista que nos empapa.

Esta tecnología digital se considera disruptiva, y no solo en cuanto a l *modus operandi*, sino muy especialmente en cuanto comportaría una posible superación de la humanidad por la tecnología. Esta evolución está presente a medida que las computadoras, el *software*, y las herramientas algorítmicas reemplacen la actividad laboral humana: se caminaría así, quizá inexorablemente, hacia la servidumbre maquínica o el proletariado digital. Si bien este paso inicialmente se hizo sentir en el mundo empresarial, la permeabilización economicista de todos los ámbitos y sectores de la vida y la sociedad ha llevado a transformar, también, el hábitat jurídico, legal.

La aparición de muchas de estas plataformas no es reciente, empero la volcanización de su irrupción y su consolidación tuvieron un importante sustento en el período de la pandemia del COVID, debido a ese “estado de necesidad” que justificó su expansión en hábitats como el de la justicia. Con ello se iniciaba, y posteriormente se consolidaba, en la mayor parte de los países la colaboración público-privada en la conformación de estas plataformas, amén de la cada vez más reclamada regulación jurídica de las mismas; algo que ha encontrado en Europa un soporte esencial en el impulso que, desde la Unión Europea se ha venido efectuando, en busca del objetivo de generar una plataforma digital de Justicia en territorio europeo, algo que va camino de ir consolidándose.

De este modo, el paisaje social, tan favorable a las iniciativas digitales a través de plataformas, y de la usabilidad y bondades que estas ofrecen a la ciudadanía, ha ido favoreciendo su expansión al mundo jurídico, tanto en sede judicial —lo que no está siendo fácil, en gran medida por la heterogeneidad, asimetría y falta de interoperatividad que se exige para su efectividad— como en el entorno de los bufetes de abogados, quienes, cada vez más, incorporan numerosas herramientas tecnológicas en sus actividades. La incorporación de la tecnología digital y algorítmica a la abogacía ha desembocado en la generación del denominado *Legaltech*. Con ello ha surgido una suerte de “mercado legal para abogados” que, ofreciéndoles servicios digitales integrados en plataformas, cada vez, más ágiles y, eficientes y satisfactorias para ambas partes.

En este entorno digital, innovativo y disruptivo las plataformas emergen, se desarrollan, se extienden y se integran en la era digital que nos envuelve, en la sociedad innovativa y disruptiva. Estamos asistiendo a un impulso cada vez mayor de nuevos desarrollos innovativos, robots avanzados, sensores sofisticados, nubes, internet de las cosas —todos ellos desarrollos digitales—, a la captura de datos (*data capture*) y el análisis de datos (*data analytics*), así como la fabricación digital (en 3D y próximamente en 4D), a *software* como servicio u otros modelos de *marketing*, y los *smartphones* y otros dispositivos móviles, plataformas que usan algoritmos para dirigir vehículos de motor. Todos los elementos previamente enumerados se incorporan en una cadena de valores globales que interaccionan, compartidos por varias compañías de varios países (Geissbauer *et al*, 2016, p. 1). Es tecnología innovativa que se caracteriza por combinar distintas modalidades de tecnología, distintos instrumentos, en los que numerosas aplicaciones del internet de las cosas van a favorecer, cada vez más, la interconexión de las personas con ellas y, cada vez más, facilitarán la interacción de los artefactos digitales entre sí.

De este modo, lo que hace algunas décadas pareciera ciencia ficción, no solo ha llegado para quedarse, sino para inundar el planeta de nuevos y cada vez más sofisticados artilugios, cada vez más movibles, con capacidad para realizar acciones pseudo-humanas de pensamiento, un acercamiento hacia estructuras inteligentes, entendiendo por tal aquellas que simulan, se identifican o —el reto— superan la capacidad de discernir de los humanos (Barona, 2021, p. 78). En los términos expresados por el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, en su definición de la palabra inteligencia, estamos ante un sistema o mecanismo inteligente cuando aquel está controlado por computadora y puede adaptarse a los cambios del entorno para mantener las condiciones óptimas de funcionamiento sin intervención humana.

Desde mediados del siglo XX las máquinas inteligentes han estado presente de una u otra forma. Si bien es cierto que la larga historia de las tecnologías intelectuales se encuentra en el corazón de la evolución de la humanidad (Cardon, 2018, p. 14), el paso decisivo se produjo con la revolución del 4.0, que ha ido mostrando un mundo digital más amplio, rápido y cercano a las personas, favoreciendo una suerte de dependencia del ser humano hacia ellas. Esa dependencia nos ha animado a buscar más, exigir más, siendo la tecnología quien nos lo facilita y aproxima. Y así, poco a poco, ha ido consolidándose lo que Ferry (2017, p. 21) denominó como “la ideología del transhumanismo”, que ha alterado todo y a todos, abrigando desde esta mirada digital un enorme desasosiego también en el mundo de las libertades y derechos y, por supuesto, generando inquietudes éticas indiscutibles (Han, 2013, p. 37; 2014, pp. 26-27), dada la mayor facilidad para la manipulación humana, en términos del pensamiento, de la ideología, de las conductas y de la cultura.

Vivimos en lo que han denomina como el “enjambre digital”, la nueva masa que consta de individuos aislados y anónimos, una suerte de un alguien anónimo. Lasalle (2019, p. 42), por su parte, habla de una humanidad algorítmicamente asistida, una especie de proletariado digital o de servidumbre maquina, a la que, con una u otra denominación, se han referido también autores como Hovart (2020), Lazzarato

(2013) o Gabriel (2020) y, unos años antes, Sadin (2017), entre otros. Como antecedente podríamos referirnos a la noción del *homo electronicus* desarrollada por McLuhan (1978, p. 74), considerado por este como un hombre de masas, una suerte de espectador en un estadio global de deporte o un nadie.

En este paisaje o coordenadas descritas, los desarrollos digitales se multiplican. En efecto, son incontables las aplicaciones que implicarían una están propulsándose en la sociedad que vivimos y de las que nos servimos, lo que será positivo en la medida en que nos sirvan, y no en cuanto nos convirtamos en siervos de ellas hibridación entre las máquinas y lo humano-social. A título de ejemplo, en sede laboral se emplean aplicaciones de control horario de entrada y salida de los trabajadores, o las de búsqueda de empleo, bien las genéricas como *Infojobs*, *JobandTalent*, *Monster* o *Indee*, o *LinkedIn*, o ya específicas referidas a determinados sectores laborales como *Turijobs* dedicada al sector turístico, o incluso las aplicaciones de la economía colaborativa (Blablacar) o de economía de plataforma. En otro sentido, se está empleando algoritmos para la selección de personal a través de las plataformas de ofertas de empleo; se analizan las informaciones, establecen patrones y se dibujan perfiles, utilizando herramientas tecnológicas para evaluar la idoneidad de los candidatos al puesto de trabajo. E incluso tendrán un papel cada vez más relevante en la determinación de sueldos, determinación de equipos, formación, etc., con base en la evaluación de los rendimientos e incluso en las capacidades emocionales de los trabajadores.

Paralelamente han proliferado los conflictos, precisamente por la ausencia de la regulación jurídica adecuada, lo que ha desencadenado una suerte de reclamaciones en sede judicial, quienes son los que, a la postre, han venido delimitando las garantías y condiciones laborales de quienes se hallan inmersos en estas plataformas. Basta pensar en *Uber*, *Glovo*, *Deliveroo* (Ferrer, 2010), generándose puntos de fricción, favorecidos porque estamos ante sociedades de servicios que tienen como elemento clave el uso de las aplicaciones informáticas, plataformas que sirven para coordinar trabajadores de forma telemática que realizan servicios de diversa naturaleza, si bien son claramente algoritmos informáticos los que dirigen el trabajo de las personas, organizan turnos, controlan tiempos en los que se realizan esos servicios, y en función de las respuestas de los usuarios, les otorgan más o menos trabajo (Boix, 2020, pp. 232-233). Se le denomina la *gig economy*. Hace más de una década apareció en Estados Unidos, con la llegada de la crisis económica al mercado laboral, una suerte de forma alternativa de contratación laboral, aceptándose encargos de una duración concreta y sin exclusividad con la empresa contratante y en los que la flexibilidad, la deslocalización y la comunicación *on-line* son los pilares de su diseño y actuación (Iglesias, 2018). En esta modalidad económico-laboral se percibe no solo la incorporación imprescindible de las plataformas digitales, sino una verdadera mutación de las relaciones laborales y una necesidad de “regulación” específica que aborde sus características y sus garantías y que evite la conflictividad que en estos años de “vida jurídica” se ha planteado en numerosos ámbitos del sector de consumo y de servicios, y que ha generado beneficios para determinadas firmas (Hornemann, 2019, p. 214).

En el mundo empresarial el número prácticamente infinito de plataformas ha generado un modelo de negocio que pasa necesariamente por la incorpora y usa las aplicaciones del mercado empresarial para consolidar o lanzar nuevos vectores de negocios o asentar los ya existentes. Con ello se favorecen las relaciones económicas, tanto *ad intra* de la empresa, como *ad extra*, mediante la proyección aumentada de la acción humana con la funcionalidad digital. Incluso en el sector público, desde la aprobación del Real Decreto 1112/2018, de 7 de septiembre, sobre accesibilidad de los sitios *web* y aplicaciones para dispositivos móviles del sector público, transponiendo la Directiva (UE) 2016/2102 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de octubre de 2016, sobre la accesibilidad de los sitios *web* y aplicaciones para dispositivos móviles de los organismos del sector público (cubre los sitios *web* y aplicaciones móviles del sector público, de las administraciones, tribunales y servicios de policía, hospitales, universidades y bibliotecas), se abriga las plataformas para gestión sanitaria (por ejemplo, para conseguir recetas de

MUFACE, con Hacienda, con el Registro para conseguir certificados de nacimiento o defunción, para gestionar el padrón municipal, etc.), pasando por quejas y reclamaciones. El límite en la usabilidad de estas plataformas se encuentra en que no afecten a derechos de la ciudadanía cuando estas puedan tener un contenido discrecional. Por ejemplo, en Alemania, a través de la 35VwVfg (Ley alemana de Procedimiento administrativo (Siegel, 2017, pp. 24-28)) el uso de algoritmos para la adopción de este tipo de decisiones; solución que en España ha sido propuesta por algún sector doctrinal igualmente (Martín, 2019, pp. 28-30). En sus inicios la incorporación de aplicaciones y plataformas en el sector administrativo no estuvo exenta de resistencias, si bien los desarrollos en el sector parecen imparables.

Por otra parte, en el ámbito del ocio y de las relaciones personales también son numerosas las aplicaciones y plataformas. Existen en el sector del cine (para buscar información acerca de salas, cartelera, duración de las películas, compra de entradas, etc.), pasando por aquellas que ofrecen los mejores lugares para comer, cenar o tomar copas, con evaluación de la calidad y el precio, con posibilidad de hacer reserva como sucede con la *app* Tenedor; aquellas que permiten encontrar museos, horarios, comprar entradas o conocer lugares donde salir (*App Fever* o la que ofrece una guía de eventos “Vamos”). Y en el ámbito de la comunicación y relación con personas se multiplican aquellas que permiten conocer y entablar relaciones de todo tipo, afectivas, sexuales, etc., como *Tinder*, *Meetic*, *PalTalk*, *Grindr* o *Wapa*, para hacer amigos por internet; *Gravy*, que no está exclusivamente orientado a conocer gente sino también ofrece lugares para quedar con gente —pones el estado de ánimo y te muestra eventos que solo coincidan con tu ánimo—; *Meetup*, aplicación para encontrar gente, juntando grupos de personas con los mismos intereses; *Follamigos* para ligue de una noche; *Badoo* para poder tener relaciones al estilo de *Tinder*; *Ashley Madison*, para conseguir citas para infieles, entre otras.

En el hábitat educativo “*Kahoot*” es una de las alternativas más populares entre los docentes para los repases de los alumnos, se elaboran cuestionarios que simulan un concurso de preguntas y respuestas, pudiendo accederse por el alumnos desde su tableta, teléfono móvil u ordenador, pudiendo verificar posteriormente los resultados; “*Google Classroom*”, que permite la organización de clases, tareas e incluso trabajos individuales y colectivos, controlando el docente todo lo que sucede en el aula a la vez que el alumnado se puede comunicar con él o con sus compañeros para organizar sesiones de estudio; “*Duolingo*”, para aprender idiomas; “*Khan Academy*”, que reúne cientos de cursos para que los estudiantes puedan trabajar materias a diversos niveles y a su propio ritmo mediante videos explicativos y ejercicios prácticos. Los docentes actúan como tutores en el aula virtual y ponen metas a cada estudiante por separado; entre otros muchos. Podemos citar además de las anteriores *Mindtrap*; *Brightspace*; *Teachable*; *Moodle*; *Lessonly*; *GotoTraining*; *Arlo-for Training Providers*; *Intuo*; *Firmwater LMS*; *TalentLMS*; *eFront*, entre otras.

E incluso en el sector sanitario se maneja un alto índice de interacción que lleva al empleo del enorme volumen de datos, el uso de técnicas matemáticas y computacionales para extraer biomarcadores en enfermedades, entre otros, permite trabajar en muchos casos con el principio de prevención de enfermedades. Por ejemplo, “*Headspace*” para meditación; “*IDoctus*” de ayuda a los médicos para realizar diagnósticos; “*Nike+Run Club*” para los deportistas, que permite medir parámetros, ritmos, calorías consumidas y archivar progresos, además de ofrecer entrenamientos para evitar tener que ir al gimnasio; “*Runstatic*”, una especie de entrenador personal virtual que te ayuda en cualquier tipo de deporte; “*Contigo*” para ayudar a mujeres que padecen cáncer a través de experiencias de mujeres que han superado la enfermedad; “*Fabulous*”, que motiva a llevar una vida saludable, dando consejos desde el desayuno hasta la cena; “*Catch my pain*”, de control diario de dolor a través de la cual el usuario registra lo que le duele, cuánto, dónde y desde cuándo siente malestar para transmitirlo al médico para prescribirle el tratamiento adecuado; “*Diario de tensión arterial*”, para control de la tensión arterial o presión sanguínea; “*Social Diabetes*”, para calcular las dosis de hidratos y administración de insulina; “*Cardiograph de Macropinch*”,

con sensores y cámara que monitorea la manera en que está latiendo el corazón generando historial del usuario; “*Dermomap*”, para diagnóstico de enfermedades de la piel, busca tipo, compara con base de datos y da consejo sobre qué hacer. Son solo meramente ejemplos, algunos especialmente importantes para, empleando algoritmos, pueden detectar enfermedades como el alzhéimer, cáncer, mediante sistemas instrumentales como reloj inteligente o pulsera rastreadora, camisetas que corrigen posturas, pijamas que monitorizan la respiración o petos que controlan a personas con problemas cardiacos. Son lo que se ha denominado en el mundo tecnológico como *wearables* que gestionan la salud.

Algunas de estas herramientas innovativas son aplicaciones, que no plataformas, empero su interacción es en muchos casos una realidad. Debe tenerse en cuenta que una aplicación es un *software* que realiza una función determinada, mientras que la plataforma proporciona un conjunto de recursos y herramientas que permiten construir, implementar y gestionar aplicaciones y sistemas, lo que supone que en muchos casos —no siempre— se hallan directamente imbricadas. En cualquier caso, las unas y las otras se dirigen hacia la interacción y desarrollo del tráfico económico, favorecido precisamente por su realización en el mundo digital. Lo que antes “solo” podía realizarse presencialmente pasó a facilitarse en línea, y cada vez más, pareciera, camina inexorablemente a que “solo” pueda realizarse *on-line*. Y en esa actuación en línea lo significativo es la multiplicación de su funcionalidad, precisamente porque integra funciones meramente algorítmicas (sin control ni intervención humana) con otras con intervención humana, lo que presenta un aumento de la optimización funcional, muy en línea del modelo ideológico que ha empapado el hábitat social del siglo XXI y que viene claramente aplicado desde la Unión Europea a través de políticas que están llevando a los Estados miembros a adaptar sus legislaciones y a desarrollar artefactos, herramientas y plataformas *web* con garantías. Este ideario económico y esta búsqueda de la eficiencia es lo que ha movido, igualmente, algunos de los hitos que están trascendiendo a la solución de conflictos.

## 2. Solución de conflictos en y desde las plataformas digitales: ¿Mecanismos internos o externos? ¿En conexión con la plataforma o autónomo?

Las relaciones económicas, como todo tipo de relación jurídica, son consustanciales a la potencialidad conflictiva, de manera que en el *e-commerce* o *e-consumo* van a surgir inevitablemente discrepancias, desavenencias, conflictos o divergencias. En sus inicios, uno de los problemas que se planteaba precisamente es la desconfianza que generaba la actividad económica electrónica, derivada de la ausencia de una norma que amparase los derechos de reclamación o que aclarase, más allá de la vía judicial existente, los medios de solución del conflicto o divergencia generada como consecuencia de la transacción electrónica, lo que mermaba garantías de efectividad de los derechos de los intervinientes (Barral, 2018, p.327). El tipo de conflicto (en muchos casos entre personas en situación de desequilibrio, consumidor-empresario), en muchos casos de poca entidad, que requieren de una solución ágil y sencilla, planteaba la necesidad de diseñar un modelo de solución de conflictos que, sin negar los otros cauces ya existentes, favoreciera el tráfico económico digital, desde parámetros de mayor confiabilidad en el modelo.

La solución a esta situación no comporta la exclusiva vía de solución de conflictos, monopolística y excluyente, a mi parecer, sino la integración de un diseño general, en el que tenga cabida la opción judicial, amén de la configuración del empleo de las ADR/ODR, ya integradas en la plataforma o ya externalizadas, o incluso la vía solucionadora algorítmica integrada en la plataforma misma. La heterogeneidad de las divergencias, tanto en su ámbito objetivo como subjetivo, debe servir como patrón para configurar un modelo multipuerta, que permita acceder a diversas vías y hacerlo en atención a las características de cada situación y/o persona.

La experiencia de las ya consolidadas soluciones de conflictos en algunas plataformas reconocidas internacionalmente, los proyectos y el impulso que desde la Unión Europea se han venido presentando y las variables nacionales que empiezan a emerger, son todos ellos elementos que permiten no solo pensar en el diseño, sino también valorar desde la eficacia del sistema económico y a la vez desde la satisfacción de los usuarios o consumidores, qué, cómo, cuándo y por qué establecer solución a los conflictos, integrando sistemas *ad intra* o remitiendo a solucionadores *ad extra*, tras el control de las condiciones, características y requisitos que deben validarse.

Así, las experiencias conocidas de gestión de disputas o de quejas planteadas en torno al cumplimiento y a la satisfacción obtenida por los suscriptores o usuarios de un servicio o producto determinado obtenido a través de los grandes tanques maquímicos de servicios, ha ido consolidando, por un lado, una cultura de los consumidores o usuarios, y, por otro, una estrategia empresarial que prioriza mantener a sus clientes satisfechos (Wagner y Eidenmüller, 2021, p. 16), a la vez que evita las consecuencias derivadas de un proceso judicial en materias que pueden solventarse a través de servicios en línea integrados. La satisfacción de los clientes genera clientes, es una máxima que tienen muy presentes las grandes empresas que trabajan en red. Precisamente, uno de los elementos que se va a valorar para determinar el grado de satisfacción de los consumidores o clientes es el de cómo la plataforma maneja las quejas de sus clientes (Katsch y Rabinovitch-Einy, 2017, p. 45 y pp. 72 y ss.). Hay que tratar de evitar que el conflicto finalice en los tribunales de justicia, dado que, amén de la duración y costes, comporta para la entidad una posible publicidad negativa. El objetivo es claro, lo importante es el cómo alcanzarlo.

Con el objetivo de ganar en confiabilidad en el entorno digital, la Unión Europea comenzó a propulsar los medios adecuados de solución de conflictos para solventar los conflictos en el sector del consumo cuando éstos hubieren emergido fruto del tráfico en línea. Las propuestas y los textos que desde la Unión Europea se fueron desarrollando exponían, claramente, la mirada de la UE para solventar las divergencias y los conflictos. Se sucedieron los textos: el Libro Verde de 1993; las posteriores Recomendaciones 98/257/CE y 2001/310/CE y el Libro Verde de 2002, entre otros. Emergieron posteriormente los *Online Dispute Resolution* (“ODR”) que abrían la puerta a la solución de controversias también en línea, a través esencialmente de la Comunicación 161/2001; la Agenda Digital para Europa (2010), el Acta del Mercado Único (2011), la Agenda del Consumidor Europeo para impulsar la confianza y el crecimiento (2012), la Estrategia para el Mercado Único Digital (2015) y la Estrategia Europa (2020).

Las experiencias internacionales permitían plantear la estrategia necesaria que debía seguirse a los efectos de conseguir la confianza en el tráfico económico *on-line*, incorporando como pieza esencial de esa confiabilidad la respuesta que deba darse para garantizar el derecho a la queja, la reclamación, la devolución, la sustitución, etc. Una idea está presente en sede internacional, en Europa y también en sede nacional, la necesidad de abrir caminos que no fueren judiciales ni jurisdiccionales, y que esos caminos no solo se desplieguen presencialmente, sino, igualmente, de forma electrónica.

La integración de la vía solucionadora de conflictos en la misma plataforma de servicios puede ser especialmente interesante cuando se trata de reclamaciones de pequeña cuantía que, sin embargo, afectan e inciden en la satisfacción de consumidores y clientes. De esta manera, es tan importante trabajar la satisfacción en las divergencias de pequeña cuantía como cuando se trata de un conflicto de gran entidad. Es lo que llevó a los primeros integradores de estos servicios *on-line* de solución de conflictos a vincularlos con las ADR, especialmente con los medios de negociación y mediación, sin excluir al arbitraje de estas vías, pero con el foco centrado en salir del marco de lo judicial y jurisdiccional presencial. La agilidad que comporta, la posibilidad de rechazar la solución, la confidencialidad, la amabilidad y menor tecnicismo, etc., llevaron a considerar que eran los cauces adecuados para integrarlos en las plataformas de servicios. La

implicación de las mismas partes en la búsqueda de la solución de conflictos ya suponía un paso adelante en alcanzar acuerdos en las diferencias existentes, algo que refleja una mirada pacificadora diversa a la que se muestra en sede judicial.

El primer paso estaba dado: la solución extrajudicial de conflictos. La duda era el cómo realizarlo, cómo integrar estos cauces como pieza de este modelo económico digital. Algunas empresas tecnológicas de gran envergadura y más avanzadas optaron por desarrollar su propio sistema algorítmico de solución de quejas. Con este auto-sistema algorítmico no solo controlan el sistema, sino que pueden explotar los datos derivados del uso de este sistema. Ejemplo paradigmático es, a estos efectos, *Amazon*. La empresa emplea un algoritmo diseñado para satisfacer a la clientela, de modo que el cliente puede devolver el artículo comprado cuando no le satisfaga; el *software* está programado para diferenciar entre los integrantes del programa *Prime Amazon* y los compradores ocasionales, entre aquellos que devuelven esporádicamente o que lo hacen frecuentemente, entre los artículos que son de consumo habitual y los productos que son de alta gama, etc. (Kramer, 2020). Todos estos datos son de gran interés para la empresa, que sabe perfilar al consumidor habitual y al esporádico.

Este sistema de autoregulación de solución de conflictos o de manejo de quejas no es nuevo, y se emplea en numerosos sectores, incluyendo la incorporación de figuras de autogestión que pueden actuar en un intento de solventar los conflictos, diferencias o controversias. En la actualidad son sistemas que se ven en el sector bancario (incluso haciéndose referencia a la aparición de la figura del *Ombudsman* bancario), en la universidad (defensor universitario) en materia de seguros, etc. Ahora bien, la transformación digital lo que permite es ofrecer una respuesta algoritmizada, sin intervención de humanos, una búsqueda pacífica y amistosa de solución de conflictos, muy cercana a las fórmulas ADR/ODR. Este sistema “solucionador” interno más conocido es el que ha venido desarrollándose de manera presencial, si bien la evolución en su diseño es lo que lleva a integrar el componente más novedoso en la solución de los conflictos, que es el de su algoritmización, esto es, el de convertir el sistema de solución en una función más, un servicio más, integrado en la misma plataforma.

Los servicios de solución de conflictos a través de las plataformas en línea comportan un dato nuevo en relación con los modelos de gestión o solución de quejas tradicionales: la digitalización, la algoritmización y la integración como “plus” de la transacción económica realizada a través de la plataforma digital. Es más que evidente que el coste de este modelo de solución de reclamaciones interno lo valoriza, comportando menor tiempo y gastos, amén de ofrecerse como una opción de *win-win* para ambas partes implicadas. Para los clientes, ofrecen una forma fácil, de bajo costo y bajo riesgo, de manifestar preocupaciones, plantear sus reclamaciones y obtener una compensación. Las empresas, por su parte, esperan fidelizar y no perder clientes. Y si el sistema es interno tienen mucho más control sobre los procedimientos y los algoritmos decisores que el que tendrían sobre posibles agentes externos, ora judiciales, ora negociadores, mediadores o árbitros.

En suma, la solución de conflictos a través de la incorporación de un solucionador algorítmico en la misma plataforma se convierte en una pieza más del desarrollo y la transformación digital de la sociedad, un componente más de ese dar más por menos, de ese dar rápido y ágil, que permite garantizar la eficiencia del modelo y la reversión positiva que todo ello produce en la misma plataforma, dado que este servicio de resolución de conflictos arroja datos, ofrece datos acerca del comportamiento de los clientes, queda registrado el pedido, la devolución, la queja, datos que le son inmensamente útiles para sus estrategias empresariales, por lo que revierte en positivo en la hoja de ruta empresarial. Observamos, por ende, que la economía ha fagocitado efectivamente a la misma modalidad de justicia tradicional, de ahí que haya autores que hablen de privatización de la justicia con estos servicios integrales. Es una solución que cada

vez más se avizora en los denominados *Smart contracts*, incorporando una ejecución algorítmica *per se*, que favorece el cumplimiento recíproco de las obligaciones de ambas partes. En suma, la solución está en la tecnología misma, y en caso de discrepancia, divergencia o controversia, es el mismo sistema digital y algorítmico el que ofrece y aplica la solución.

Volviendo, sin embargo, al modelo interno configurado como un “plus” para los consumidores y usuarios, para los clientes, han ganado protagonismo —desde la mirada tecnológica del programador— las vías de la negociación y mediación, por sus características, por su desconflictivización y porque en tiempos y gastos son altamente competitivas. Son ya numerosos los negociadores o mediadores electrónicos que se han testado en sede de solución de conflictos y son integrables como parte de un sistema interno de gestión y solución de conflictos o como cauces externos (en adelante, ODR). Ya ofrecen en la práctica mayor experiencia significativa, lo que les permite mejorar en las condiciones para su implementación y en las decisiones que se proponen, generando “valor” en las negociaciones entre consumidores/clientes y proveedores. Así, desde que comenzaron las primeras manifestaciones de ODR en la década de 1990, se han perfeccionado notablemente y son en su mayoría los usuarios los que prefieren acudir a estos cauces solucionadores, convirtiéndose en los verdaderos impulsores.

A efectos de favorecer, por un lado, y mejorar, por otro, estos cauces internos propios o fórmulas ODR, podría pensarse en un instrumento que en Europa ha sido planteado, cual es el de la creación de una suerte de “*dispute resolution warehouse*”, o una suerte de almacén de resolución de disputas, algo cercano a lo que se lleva a cabo con el sistema Amazon, especialmente porque existiría una ventanilla única desde la que poder gestionar los conflictos, pero con la información global de todas ellas. Así, si se otorga a la plataforma una función de consultoría y de orientación sobre la vía o cauce digital más adecuado para solventar cada conflicto o queja específico, estaríamos en la admisión de una “*multi-door*” también para solventar estos conflictos en línea (Wagner y Eidenmüller, 2021, p. 27). En todo caso, cuando se habla de ODR y de sus diversas vías es posible plantear que sean humanos o que sean —hacia donde vamos— electrónicos (*e-negotiator* o *e-mediator*). De este modo, no se trata de deconstruir, abandonando los otros medios hasta el momento conocidos, sino de crear fórmulas plurales, sean estas con o sin intervención humana, generando mayores posibilidades a consumidores y usuarios y, con ello, una búsqueda de su mayor satisfacción.

### **3. Especial referencia a la plataforma europea para resolución de conflictos en línea en materia de consumo (Reglamento N° 524/2013) y su derogación por Reglamento (UE) 2024/3228 de 19 de diciembre**

La solución de conflictos en línea encontró un sector especialmente proclive para su evaluación, a saber, en materia de conflictos en consumo. La Unión Europea, sabedora del papel protagonista que asume el consumidor, como árbitro e impulsor de la economía, vino mostrando interés por conformar un modelo de solución de conflictos que permitiera dar respuestas a las quejas y reclamaciones de los consumidores y que este sistema se implantara en línea. La sucesión de instrumentos y acciones de la Unión Europea en relación con la tutela de los consumidores caminaba inexorablemente a favorecer el salto cualitativo a la solución de conflictos en línea.

El Reglamento N.º 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013 sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo, y por la que se modifica el Reglamento (CE) N.º 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE, permitió la creación, desde el 15 de febrero de 2016, de

una plataforma para resolver los litigios en línea en materia de consumo. Por un lado, se establecían requisitos y condiciones que debía tener la plataforma *web* y, por otro, las características que debían cumplir las entidades de resolución alternativa de litigios de consumo para ser acreditadas por los países miembro, pero sin exigir criterios necesarios de estas entidades. Ciertamente es que el primer instrumento comunitario que impulsó los ADR por medios electrónicos fue la Directiva 2000/31/CE (Directiva de comercio electrónico), siendo transpuesta por la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

En los años transcurridos desde la aprobación de estos textos se ha generado una cultura empresarial favorecedora de la confiabilidad del consumo en línea; ha aumentado exponencialmente el *e-consumo* de los ciudadanos, muy probablemente por la facilidad, comodidad y agilidad de las compras *on line*, empero también porque paralelamente se vienen permitiendo reembolsos, devoluciones, sustituciones etc., con el fin de generar satisfacción en los usuarios. Esta política empresarial se anuda a la potencialidad que se ha dado desde la UE a la instauración de mecanismos de solución de conflictos de consumo dentro del Mercado Único Digital europeo, de manera que se obliga a las empresas que interactúan en el mercado digital a informar a los consumidores de la existencia de la Plataforma ODR de la Unión Europea, así como de la posible adhesión empresarial a alguna entidad ADR, lo que supone la integración del modelo solucionador en la plataforma. Esto no significa, empero, que pueda entenderse exitosa la acción de la Unión Europea en la promoción de las ADR y ODR, aun cuando el interés estaba presente.

Este marco, configurado teóricamente desde la Unión Europea, abría enormes expectativas en la economía digital, al dar respuesta a todos los operadores, ofreciendo una solución que podía satisfacer los intereses de cada uno de ellos. La ilusión inicial ha venido a desvanecerse con el paso de los años, ante la inacción de las instituciones europeas que la pusieron en marcha<sup>2</sup>.

La plataforma de resolución de litigios en línea de la UE constituye una ventanilla única para la recepción de reclamaciones sobre bienes o servicios de consumo comprados solo y exclusivamente a través de internet por ciudadanos europeos o ciudadanos residentes en Noruega, Islandia o Liechtenstein. Y siempre que el comerciante tenga su sede en un país de la Unión Europea o en Noruega, Islandia o Liechtenstein, quedando fuera las reclamaciones de consumidores europeos contra empresarios no sitos en sede de la Unión, Noruega Islandia o Liechtenstein.

El reclamante deberá haber intentado, antes de la solicitud, contactar con el comerciante *on- line*, para negociar. Inicialmente, en la primera anualidad se establecía incluso el plazo de 30 días desde el intento de negociación sin éxito antes de plantear la reclamación; plazo que ha desaparecido. La reclamación se plantea mediante un formulario, indicando en primer lugar los datos de la empresa reclamada, nombre o denominación social, dirección de correo electrónico, página web, dirección postal y país de la empresa, para pasar a la exposición de la reclamación indicando el producto o servicio se ha comprado, la fecha en la que lo adquirió, cuando pagó por ello, la referencia del pedido que figura en la factura o contrato si lo hubiera. Se selecciona la opción que el mismo formulario plantea: producto defectuoso o dañado, problemas en la entrega, facturación, garantía del producto, etc., pudiendo exponer con detalle la reclamación en un espacio adecuado para ello. Y deberá exponerse los datos personales de la reclamante, nombre, apellidos, dirección, idioma en el que quiere recibir los mensajes desde la plataforma —debido a que esta tiene instalada en su *software* una aplicación de traducción de textos—, dirección de correo

<sup>2</sup> Un magnífico trabajo, pionero sobre esta materia fue el de Catalán (2018).

electrónico y número de teléfono. Una vez se cumplimentan todos los datos requeridos se procede al envío de la reclamación<sup>3</sup>.

Presentada la reclamación, son varias las situaciones que pueden producirse:

1. Que la empresa conteste a su reclamación a través de la plataforma y le proponga una solución a su reclamación sin necesidad de acudir a un procedimiento de resolución alternativa de conflictos a través de una entidad tercera que le dé solución a la reclamación.
2. Que la empresa acepte la entidad de resolución alternativa de conflictos que el consumidor propone en su reclamación.
3. Que, ante la no propuesta del consumidor, el comerciante, en la contestación a la reclamación, le proponga acudir a una entidad acreditada a la que este esté previamente suscrito o bien le manifieste una entidad que sea de la confianza según el gremio en el que este realice su actividad comercial.
4. Que el empresario no emita respuesta a la reclamación recibida a través de la plataforma o bien rechace o se niegue a acudir a un mecanismo de resolución alternativa de litigios con el consumidor
5. Que la entidad acreditada consensuada por las partes para solventar la diferencia argumente su incompetencia, sin que exista un medio para dar respuesta a esta situación.

Las variables que pueden darse son múltiples (Catalán, 2022), dado que es posible, por ejemplo, que la empresa proponga uno o varios organismos de resolución de litigios para alcanzar una solución al conflicto y el consumidor no los acepte, cerrándose la plataforma, si bien normalmente redirige a otras instituciones de la Unión Europea como son los Centros Europeos del Consumidor —ECC Net—, la red FIN-NET, las reclamaciones judiciales de escasa cuantía a través del procedimiento judicial europeo de escasa cuantía (PEEC) o incluso a través de una plataforma que facilita la búsqueda de abogados.

Es indudable que una de las ventajas que supone el empleo de estas entidades se halla en la duración del procedimiento en sí, que viene a ser de tres meses (90 días) y la flexibilidad que comporta el hecho de que estos procedimientos pueden tramitarse de forma escrita u oral, total o parcialmente, aun cuando la realidad ha llevado todavía a mantener una tendencia en la práctica de que la mayoría de las entidades requieren la presencia física de las partes o de sus representantes para la resolución del procedimiento.

Una de las bondades de la plataforma es que se convierte en informante de los derechos del consumidor, al abrigar mayor interés de los usuarios por las plataformas. Un ejemplo paradigmático es el ya consolidado en el ámbito de los conflictos que se plantean en el tráfico aéreo, de manera que estas plataformas web se convierten en el medio para dar a conocer los derechos de los pasajeros del transporte aéreo, con un informe interactivo, esto es, respondiendo a las cuestiones que se suscitan por los pasajeros, tales como cancelaciones, retrasos, denegación de embarques, sobreventas, pérdidas de conexiones o daño o retraso en el equipaje. En este sentido, es especialmente significativo el apartado que se incorpora a estas plataformas que se denomina “haz valer tus derechos”, donde se indica cómo presentar una reclamación a una compañía aérea, cómo reclamar a la administración nacional, el uso de la propia plataforma ODR e incluso, cómo recurrir a los tribunales a través del procedimiento europeo de escasa cuantía (Catalán, 2022, p. 575). Es destacable, por ello, que la plataforma no solo explica la solución de conflictos interna

<sup>3</sup> Un desarrollo *in extensum* en Catalán (2022).

de la plataforma, sino que se extiende a esa labor de asesoramiento y asistencia en materia de reclamaciones transfronterizas que realizan los Centros Europeos del Consumidor, la red FIN-NET donde se facilita información sobre cómo presentar una reclamación sobre un proveedor de servicios financieros de otro país del Espacio Económico Europeo, así como información sobre los procedimientos de escasa cuantía, el requerimiento europeo de pago o el acceso a la búsqueda de abogados en todos los países miembros (Catalán, 2022, p. 575).

Desde el año 2017 se presenta anualmente el informe sobre el funcionamiento de la plataforma de resolución de litigios en línea (Catalán, 2022, pp. 577-585). En el primer año la plataforma hizo referencia a más de 300 entidades acreditadas. En ese mismo informe se presentó una tasa de cumplimiento del 30 % de la disponibilidad del enlace ODR en las tiendas web de los comerciantes establecidos en la UE. Se arrojan datos interesantes, como 1,9 millones de visitas durante su primer año, que contrasta con el número de reclamaciones recibidas un total de 24.000. Los sectores con mayor reclamación son ropa y calzado de consumo (11,5 %), los billetes de avión (8,5 %) y los bienes de tecnología de la información y la comunicación (8 %). Así como los motivos por los que se ha reclamado, donde principalmente encontramos incidencias relacionadas con la entrega de los productos (21 %), seguidos de la falta de conformidad con el pedido (15 %) y finalmente problemas con productos defectuosos (12 %). Siendo los países con los empresarios más reclamados Alemania y Reino Unido. Sorprende que el 85 % de las reclamaciones se cerraron automáticamente en los 30 días naturales siguientes a su presentación, es decir, en el plazo que tienen el consumidor y el comerciante para ponerse de acuerdo sobre un organismo de RAL competente para resolver su conflicto. Y solo un 2 % de las reclamaciones introducidas en la plataforma llegaron a acordar una entidad ADR para resolver su conflicto, siendo solo la mitad, el 1 % los casos que se consiguieron completar o solventar el conflicto a través de esta. A partir de este año las entidades acreditadas fueron creciendo, el número de personas que visitan la web creció exponencialmente y el número de reclamaciones iniciadas se multiplicó, destacando las reclamaciones en el sector aéreo (13 %), seguido de la ropa y del calzado (11 %) y en tercer lugar los bienes de las tecnologías de la comunicación (8 %). Fueron Alemania y Reino Unido los países con más reclamaciones emitidas por sus ciudadanos y con más reclamaciones recibidas por sus empresarios.

Los informes sucesivos trataron de buscar las razones por las que no está teniendo éxito, o no en el grado pretendido, la fórmula de solución de conflictos desde la plataforma. Se consideraba importante fomentar el aumento de comerciantes inscritos en la plataforma, como punto de partida. Y se creó un auto test para que los consumidores pudieran identificar su problema específico, con propuesta de acudir a la plataforma ODR, ponerse en contacto con el comerciante, acudir a un Centro Europeo del Consumidor o a una entidad ADR establecida previamente. Además de todo ello, tener opción de iniciar una pre-reclamación para intentar resolver el conflicto directamente a través de conversaciones directas. Esta innovación supuso un incremento por cuatro del nivel de interacción con la plataforma, dando lugar a un reducido número de reclamaciones formales.

Ahora bien, la plataforma de solución de conflictos en consumo de la UE no resultó tan efectiva como inicialmente se pensaba, muy probablemente porque no respondía a las expectativas que los consumidores tienen, dado que en un número muy elevado de asuntos iniciada la reclamación, a los 30 días se cierra por no tener acuerdo de entidad ADR que resuelva su conflicto.

Quizás no derivar a una entidad acreditada, sino que la misma plataforma integrara la entidad ODR como parte de la misma sería netamente más eficiente, de modo que, siquiera en una fase previa, pudiera realizar propuestas de solución. Este *software* permitiría agilizar la respuesta, incorporando un sistema de negociación algorítmica. Si no se acepta, podría acudir al siguiente escalón, una entidad ADR acreditada.

Es más, habría que eliminar la exigencia de la presencialidad durante el procedimiento, naturalizándose como lo que es, un procedimiento ODR. Asimismo, muchas de las entidades acreditadas generan obstáculos lingüísticos, lo que puede evitarse mediante sistemas digitales de traducción simultánea durante las conversaciones en la plataforma. Y otra objeción que puede salvarse para fomentar la plataforma de solución de conflictos en línea es que se permita acudir a la plataforma ODR cuando las compras, el consumo a la postre, se ha efectuado presencialmente; opción que en la actualidad está excluida.

Sin embargo, pese a ese esfuerzo inicial y esos análisis evaluativos del sistema, se presentó la Propuesta de Reglamento del parlamento europeo y del Consejo por el que se deroga el reglamento (UE) n. 524/2013 y se modifican los reglamentos (UE) 2017/2394 y (UE) 2018/1724 en lo que respecta a la desaparición de la plataforma europea de resolución de litigios en línea. A pesar del elevado número de visitas que registra (entre dos y tres millones de visitantes al año), la plataforma multilingüe solo está posibilitando un promedio de 200 asuntos en toda la UE por entidad de resolución alternativa al año. Esto implica que la mayoría de estos visitantes abandonan la plataforma al cabo de unos segundos. Se intentaron adoptar algunas medidas, como la mejora de la página de inicio de la plataforma (en la que figura información y un sistema interactivo de preguntas y respuestas), si bien no por ello aumentó el número de solicitudes. Y se barajaron otras medidas para aumentar el uso de la plataforma tanto por los consumidores como por los comerciantes, pero sin éxito. Estos resultados son los que precisamente hacen peligrar el futuro de la plataforma, dado que la Comisión cuestiona su mantenimiento, dado el coste que supone para las administraciones públicas y las empresas en línea el cumplimiento de las obligaciones que les impone el Reglamento. Se realiza el cálculo de que con la desaparición de la plataforma la Comisión Europea ahorraría unos 500.000 euros al año; las empresas que operan en línea, pymes en su mayoría, no tendrían que mantener una dirección de correo y ello se valora con un ahorro para el conjunto de empresas de la Unión Europea de 370 millones de euros al año.

Y así se ha llegado a la supresión de la plataforma europea de resolución de litigios en línea, por la aprobación del Reglamento (UE) 2024/3228 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de diciembre de 2024, por el que se deroga el Reglamento (UE) n. 524/2013 y se modifican los Reglamentos (UE) 2017/2394 y (UE) 2018/1724 en lo que respecta a la supresión de la plataforma europea de resolución de litigios en línea. Se consta que son muy pocos los visitantes que utilizaban la plataforma para presentar reclamaciones y solo el 2 % de los que así lo hacen, recibe una respuesta positiva de los comerciantes. Se valora desde la mirada sostenible económica, esto es, se cuantifica económicamente mantener la plataforma y su efectividad versus no mantenerla. Cuestión diversa es el aporte de sostenibilidad social, en cuanto es indudable que el modelo de la plataforma permite menor coste y tiempo para los implicados, favoreciendo el acceso a la tutela efectiva, y evita, en aras de la sostenibilidad medioambiental, una menor exigencia de movilidad y aminoración de la huella de carbono. Valorando pros y contras para la Unión Europea pesa más en el equilibrio el coste económico y la poca usabilidad que se le da.

#### **4. Sistemas internos de reclamaciones y resolución extrajudicial de conflictos en las plataformas en línea de servicios digitales (Reglamento 2022/2065 de Servicios Digitales)**

Con las experiencias conocidas de las grandes empresas que han desplegado plataformas en línea como proveedores de servicios digitales, que han venido incluyendo servicios de solución de conflictos, como el ya citado *supra* Amazon —podríamos añadir *Ebay* o *PayPal*— como más famoso, y con la experiencia de la Unión Europea en materia de la creación de la plataforma europea de solución de conflictos de consumo,

con sus falencias y con los datos con los que se cuenta, que pueden permitir efectuar una valoración acerca de cómo favorecer la solución de estos conflictos desde la misma plataforma, el último paso dado en el espacio europeo fue la aprobación del Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a un mercado único de servicios digitales, Reglamento (UE) 2022/2065, de 19 de octubre de 2022, por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE.

Entre los prestadores intermediarios se hallan las denominadas plataformas en línea. Son definidas en el Reglamento como “un servicio de alojamiento de datos que, a petición de un destinatario de servicio, almacena y difunde información al público”, teniendo en cuenta que el destinatario de servicio puede ser una persona física o una persona jurídica que haga uso de la plataforma, bien para alojar información que favorezca el acceso al público, así como para obtener información disponible. De este modo, las redes sociales, los *on-line market-places*, los foros de internet, las *app stores*, las plataformas que permiten compartir contenidos como videos, imágenes, etc., son entre otros, prestadores de servicios de plataforma que quedan sujetos a las obligaciones del Reglamento (Llopis, 2023, pp. 141-142). La proliferación de estas plataformas y su imparable ascendente usabilidad, fruto de esa servidumbre digital que nos acompaña, llevó a la Unión Europea a preocuparse por delimitar y regularlas, amén de establecer sus obligaciones y las respuestas que, ante sus decisiones, deben encontrar fácil cauce de reclamación.

En este sentido, los arts. 20 y 21 del Reglamento configuran los cauces para dar respuesta. El art. 20 del Reglamento establece un sistema interno de gestión de reclamaciones y el art. 21 hace referencia al sometimiento al órgano certificado de resolución extrajudicial que haya sido elegido por el destinatario de servicio. Dos maneras de ofrecer respuestas, *ad intra* y *ad extra*, empero con la acción desde la misma plataforma. Así, la plataforma en línea que ofrezca sus servicios en la Unión Europea, teniendo conexión sustancial con la misma, es la que quedará obligada por lo que dispone el Reglamento<sup>4</sup>.

Se trata de dos medios (arts. 20 y 21), diversos de los tribunales, de modo que al final los destinatarios del servicio pueden elegir impugnar la decisión a través del sistema interno de gestión de reclamaciones, a través de la vía extrajudicial y extrajudicial de conflictos, o bien a través de los órganos judiciales, a los que cabrá acudir en todo caso en cualquier momento, dado el reconocimiento indiscutible del derecho a la tutela judicial efectiva. Se genera con ello el efecto “multipuerta” al que nos referimos *supra*, que deja abierta la vía judicial en todo caso. Lo que sí debe tenerse en cuenta es que el sistema interno de gestión de reclamaciones la vía extrajudicial no es excluyente entre sí, esto es, puede acudir al sistema interno de gestión de reclamaciones y, si no se obtiene respuesta o esta es contraria a la pretensión solicitada, se podrá acudir al sistema extrajudicial de conflictos, aunque no al revés (Llopis, 2023, p. 166; Plá, 2024, p. 584). Una suerte de medios sucesivos que permiten generar confianza en el modelo de solución de las quejas, reclamaciones o conflictos, por lo que la pluralidad y heterogeneidad de cauces no hace sino afianzar la economía *on line*.

1.- El sistema interno de gestión de reclamaciones (art. 20). Adoptada una decisión relativa al contenido ilícito, el prestador de la plataforma en línea tiene la obligación —a su costa (Llopis, 2023, p. 150)— de poner a disposición del afectado un sistema interno de gestión de reclamaciones y decisiones por vía electrónica, de fácil acceso y manejo (art. 20.3). El Reglamento se centra en la decisión impugnada, la legitimación activa y el plazo de interposición de la reclamación, y procedimiento y decisión resolutoria de la reclamación.

<sup>4</sup> Comparamos la opinión de Llopis (2023, pp. 142-143).

Las decisiones impugnables a través del sistema interno de gestión de reclamaciones serán aquellas que la plataforma adopte respecto del contenido ilícito proporcionado por tercero —pero almacenado y difundido a través de su plataforma—. Estas decisiones pueden adoptarse:

- a. Cuando el prestador de la plataforma en línea conoce el contenido ilícito a través de sus propias investigaciones, o considera ilícito el contenido que a través de una notificación le facilita un tercero: emitirá una decisión actuando contra el contenido para eximirse de responsabilidad (art. 6.1.b)), adoptando alguna de estas medidas: 1º) retirar la información, bloquear su acceso o restringir su visibilidad; 2º) suspender o cesar la prestación del servicio total o parcialmente a los destinatarios; 3º) suspender o suprimir la cuenta de los destinatarios, y 4º) suspender, cesar o restringir la capacidad de monetizar la información proporcionada por los destinatarios. Se trata de una respuesta positiva por parte del prestador de la plataforma que evita la escalada del conflicto.
- b. Si el prestador de la plataforma en línea, pese a la recepción de la notificación del tercero sobre contenidos presuntamente ilícitos, considera que no son ilícitos, adoptará su decisión, no retirando, bloqueando o restringiendo la visibilidad de la información, no suspendiendo o cesando la prestación del servicio a los destinatarios, no suspendiendo ni suprimiendo la cuenta de los destinatarios, o no suspendiendo, cesando ni restringiendo la capacidad de monetización de los destinatarios. Esto es, la respuesta del prestador de la plataforma será negativa frente a la queja o reclamación, lo que abrirá la puerta a las vías para solventar esta divergencia o conflicto.

La legitimación activa para impugnar cualquiera de las decisiones expuestas corresponde a los destinatarios del servicio, en particular a las personas físicas o entidades que hayan presentado una notificación (art. 20.1); en consecuencia, lo son la persona o entidad que haya notificado a la plataforma que en ella se aloja un contenido presuntamente ilícito —que lo harán cuando la plataforma considere que el contenido es lícito—, y los destinatarios del servicio que se vean afectados desfavorablemente por la decisión (considerando 58), sea de forma directa o indirecta (Llopis, 2023, p. 151) —esto es, sea destinatario o no de la decisión o, dicho de otro modo, haya proporcionado o no el contenido ilícito—.

En el plazo que determine la plataforma (que no podrá ser inferior a seis meses, a contar desde el día en que se notificó la decisión al destinatario del servicio (art. 20.2 y arts. 16.5 y 17)), se instará el procedimiento, sobre el que no existe una regulación específica, sino que cada plataforma establecerá su propio procedimiento en este sistema interno. Hay quien considera que la ausencia de regulación específica procedimental puede plantear perjuicios a los usuarios (Barceló, 2022, p. 620), debido a las diferencias que se producirán, si bien no compartimos esta opinión, dado que la asimetría no tiene por qué suponer desprotección, y permite, a su vez, generar una mayor implicación de las plataformas en la regulación más adecuada posible, en atención a su “público”, que no siempre será homogéneo en todas ellas. En consecuencia, dejar libertad de configuración procedimental es, a mi parecer, más una ventaja que un inconveniente.

El Reglamento establece que el prestador de la plataforma en línea decida en tiempo oportuno y de manera no discriminatoria, diligente y no arbitraria (art. 20.4). Es significativa, sin embargo, la referencia a la supervisión de la decisión por personal adecuadamente calificado, como si concurriera una suerte de recelo hacia las decisiones exclusivamente automatizadas (art. 20.6) (Castelló, 2021, p. 25). La decisión desde la plataforma puede estimar la reclamación o desestimarla, comunicándose electrónicamente la misma a los reclamantes, quedando abierta la puerta al planteamiento contra ella de la resolución extrajudicial de litigios, y, por supuesto, la vía judicial. Probablemente este recelo por no automatizar la decisión es fruto del momento evolutivo de la algoritimización y sus límites en el marco de la Unión Europea. No

obstante, parece más que probable imaginar que, poco a poco, la exigencia de la supervisión de la decisión por personal adecuadamente calificado, a que se refiere el Reglamento, se convertirá en un mero control formal. Debemos recordar que cuantas más decisiones se adopten, más datos alimentan el sistema, y favorecen la formulación de soluciones automatizadas lo más adecuadas a la situación objetivo-subjetiva que se plantee, por lo que parece más que probable que este “control” humano será cada vez menor.

2.- El art. 21 se refiere la resolución extrajudicial de los conflictos, a la que se puede acudir habiendo primeramente intentado el sistema interno o bien de forma directa. El Reglamento se refiere a varias cuestiones en relación con este cauce.

Por un lado, si bien las decisiones impugnables a través de este medio son idénticas a las reclamables por el sistema interno, se diferencia la legitimación activa, en cuanto aquí se exige que el legitimado activo sea el destinatario de la decisión (destinatarios del servicio, incluidas las personas físicas o entidades que hayan enviado notificaciones, a quienes vayan destinadas las decisiones) (art. 21). Se exige, para ello, que los prestadores de plataformas en línea informen al destinatario del servicio a través de su interfaz en línea, de forma clara y sencilla, sobre la posibilidad de acceder a la resolución extrajudicial de litigios. Se excluyen, por tanto, a los destinatarios del servicio que, aun no siendo destinatarios de la decisión, se han visto afectados de forma indirecta por esta, quienes solo pueden impugnarla por el sistema interno de gestión de reclamaciones u órganos judiciales.

Una de las características que se establecen en el Reglamento es que, si bien cabe la elección del órgano extrajudicial de conflictos (art. 21.1) se exige que el órgano elegido esté certificado, pudiendo ser público o privado, según cada estado miembro. La certificación del órgano privado se efectuará a través del coordinador de servicios digitales del Estado Miembro en el que esté establecido. Esta autoridad deberá comprobar que el órgano cumple las condiciones del art. 21.3, entre las que destacan la imparcialidad, independencia —también financiera—, conocimientos especializados en uno o varios ámbitos específicos de los contenidos ilícitos o la eficacia y eficiencia en la resolución. Comprobadas las condiciones anteriores, el coordinador de servicios digitales competente emite certificación por un periodo máximo pero renovable de cinco años (art. 21.3) y lo comunicará a la Comisión Europea con el fin de ser incluido en una lista comunitaria pública de órganos certificados de resolución extrajudicial de litigios (art. 21.8).

El procedimiento se configurará por cada entidad acreditada, si bien deberá ser claro, justo, accesible y conforme al derecho aplicable (art. 21.3.f)), debiendo resolverse en un plazo “razonable”, y en todo caso inferior a 90 días naturales, a contar desde la impugnación de la decisión (art. 20.4), con posibilidad de prórroga en casos de gran complejidad (90 días más). Y se establece que la resolución del órgano certificado no será vinculante para ninguna de las partes (art. 20.2), por lo que su cumplimiento es voluntario. Esto significa que, en el marco del modelo “multipuerta” de solución de conflictos en línea lo que se pretende es que las partes vayan interactuando consensuadamente, siendo el último medio de solventar los conflictos el impositivo heterocomponedor de la vía judicial, de manera que las partes tienen, en todo caso, acceso a los órganos judiciales si concurre disconformidad con la resolución. Frente a quienes opinan que estos medios no generan incentivos para su usabilidad, considero que el mayor incentivo que existe es el de la confiabilidad, esto es, la necesidad de generar confianza para que haya tráfico económico *on line*, lo que permite considerar *a priori* que las plataformas no tienen por qué, o al menos no siempre, incumplir las decisiones, porque ello generaría desconfianza en consumidores y usuarios.

Si bien algunos autores abogarían por una regulación más minuciosa de estos procedimientos, considerando que mejoraría su calidad (Wimmers, 2021, p. 382), la Unión Europea en materia de ADR/ODR no ha establecido un marco rígido impositivo, sino más abierto. Siendo positiva esa posición asumida por la

Unión Europea, propulsa ciertas falencias propias de la falta de cultura consensuadora o negociadora que todavía no se ha consolidado en territorio europeo, al dejar a los legisladores nacionales la decisión final. No creo, sin embargo, que todo esto afecte a la confianza en estos sistemas, sino más bien que ralentiza su plena puesta en marcha, dado que se requiere un proceso educativo, presupuestario y de credibilidad que venga marcado por la hoja de ruta de los dirigentes actuales europeos. Es incuestionable que el Reglamento de Servicios digitales ha marcado un enorme avance en el empleo de los ADR y ODR en el contexto de los servicios digitales (Plá, 2024, p. 595) —un paso más en esa larga vida de acciones tendentes a consolidar estos cauces consensuadores y pro-autocompositivos de la Unión Europea—, que permite entender como protegidos los derechos de quienes se ven afectados, sean las plataformas en línea o sean sus destinatarios (Sagar y Hoffman, 2021, p. 9).

## Bibliografía citada

- Barceló, R. (2022): “Las plataformas online y la resolución extrajudicial de litigios: cuestiones críticas”, en Romero, M. (directora), *Hacia una nueva tutela efectiva de consumidores y usuarios*, Tirant lo Blanch.
- Barona, S. (2021): *Algoritmización del Derecho y de la Justicia. De la inteligencia artificial a la Smart Justice*. Tirant lo Blanch.
- Barral, I. (2018): La mediación de consumo y las demás ADR ante la Ley 7/2017 de resolución de conflictos con consumidores: ¿más retos o más oportunidades?, *Revista Doctrinal Aranzadi Civil-Mercantil*, vol. 4: pp. 57-92.
- Boix, A. (2020): Los algoritmos son reglamentos: la necesidad de extender las garantías propias de las normas reglamentarias a los programas empleados por la Administración para la adopción de decisiones, *Revista de Derecho Público: Teoría y Método*, vol. 1: pp. 223-269.
- Cardon, D. (2018): *Con qué sueñan los algoritmos. Nuestras vidas en el tiempo de los big data*. Ediciones Dado.
- Castelló, J. (2021): “Nuevo régimen de responsabilidad de los servicios digitales que actúan como intermediarios a la luz de la propuesta de Reglamento relativo a un mercado único de servicios digitales”, en Castelló, J. (director), *Desafíos jurídicos ante la integración digital: aspectos europeos e internacionales*, Aranzadi Thomson Reuters.
- Catalán, M. (2018): *El acceso a la Justicia de consumidores: los nuevos instrumentos del ADR y ODR de consumo*. Tirant lo Blanch.
- Catalán, M. (2022): “La plataforma europea de ODR de consumo: balance, aciertos y desaciertos”, en Catalán, M. (directora), *Hacia una tutela efectiva de consumidores y usuarios*, Tirant lo Blanch.
- Ferrer, T. (2010): “Trabajar a las órdenes de una App: una forma ‘moderna’ de explotación”, en *Catalunyaplural.cat*. Disponible en: <https://bit.ly/4dohsbT>
- Ferry, L. (2017): *La revolución transhumanista*. Alianza.
- Gabriel, M. (2020): *El sentido del pensamiento. Pasado&Presente*, 2 ed.
- Geissbauer, R., Vedso, J., Schrauf, S. *et al* (2016): “A Strategist’s Guide to Industry 4.0.: Global business are about to integrate their operations into a seamless digital whole, and thereby change the world, Strategy+business” Disponible en: <https://bit.ly/3GWhf3D>
- Han, B-Ch. (2013): *La sociedad de la transparencia*. Herder
- Han, B-Ch. (2014): *En el enjambre*. Herder.

- Hornemann, B. (2019): “Digitales Soziales oder sociales Digitales”, en Fürst, R. (editor), *Gestaltung und Management der digitalen Transformation*, Springer.
- Hovart, S. (2020): *Poesía del futuro*. Paidós.
- Iglesias, M. (2018): “¿Qué es la gig economy?” Disponible en: <https://www.bbva.com/es/que-es-la-gig-economy/>
- Katsch, E. y Rabinovitch-Einy, O. (2017): *Digital Justice: Technology and the Internet of Disputes (Introduction)*, Oxford University Press. Disponible en: <https://ssrn.com/abstract=3508311>
- Kramer, J. (2020): “Amazon.com tests customer service chatbots” Disponible en: <https://www.amazon.science/blog/amazon-com-tests-customer-service-chatbots>
- Lassalle, J. (2019): *Ciberleviatán. El colapso de la democracia liberal frente a la revolución digital*. Arpa.
- Lazzaratto, M. (2013): *La fábrica del hombre endeudado: Ensayo sobre la condición neoliberal*. Amorrortu
- Llopis, P. (2023): “Plataformas en línea y decisiones sobre contenidos: el sistema interno de reclamación y la resolución extrajudicial de litigios como vías de impugnación reguladas en la Ley de Servicios Digitales”, en Hernández, E.; Mate, L. y Alonso, M. (editores), *La responsabilidad civil por servicios de intermediación prestados por plataformas digitales*, Colex.
- Martín, I. (2009): *Naturaleza, concepto y régimen jurídico de la actuación administrativa automatizada*, *Revista de Administración Pública*, N° 180: pp. 353-386.
- McLuhan, M. (1978): *Wohin steuert di Welt? Massenmedien und Gesellschaftsstruktur*. Europa Verlag.
- Plá, R. (2024): “Los ADR en el Reglamento de servicios digitales”, en Barona, S. (editora), *Masc, to be or not to be? (Medios adecuados de solución de conflictos en la Justicia)*, Tirant lo Blanch.
- Sadin, E. (2017): *La humanidad aumentada. La administración digital del mundo*. Caja Negra.
- Sagar, S., y Hoffman, T. (2021): *Intermediary liability in the EU Digital Common Market-from the E-Commerce Directive to the Digital Services Act*, *Revista de Internet, Derecho y Política*, N° 34: pp. 1-12. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/357140122\\_Intermediary\\_Liability\\_in\\_the\\_EU\\_Digital\\_Common\\_Market](https://www.researchgate.net/publication/357140122_Intermediary_Liability_in_the_EU_Digital_Common_Market)
- Siegel, Th. (2017): *Automatisierung des Verwaltungsverfahrens -zugleich eine Anmerkung zu §§35a, 24 I 3, 41 IIa VwVfG, DVBl*, N° 1.
- Wagner, G. y Eidenmüller, H. (2021): “Digital Dispute Resolution” Disponible en: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3871612](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3871612)
- Wimmers, J. (2021): *The out-of-court dispute settlement mechanism in the digital services act. A disservice to its own goals*, *Journal of intellectual property, information technology and electronic commerce law*, vol. 12: pp. 381-401.

## Normas citadas

- Acta del Mercado Único, aprobada el 13 de abril de 2011.
- Comunicación de la Comisión relativa a “la mejora del acceso de los consumidores a mecanismo alternativos de solución de litigios” de 4 de abril de 2001.
- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité económico y social europeo y al Comité de las regiones “Una agenda Digital para Europa” de 19 de mayo de 2010.
- Comunicación Europa 2020: Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador, de 3 de marzo de 2010.
- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité económico y social europeo y al Comité de las Regiones. Una agenda del Consumidor europeo para impulsar la confianza y el crecimiento, COM/2012/0225.

- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité económico y social europeo y al Comité de las regiones. “Una Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa”, 6 de mayo de 2015.
- Directiva (UE) 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (08/06/2000) Relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior.
- Directiva (UE) 2016/2102 del Parlamento Europeo y del Consejo (26/10/2016) Sobre la accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles de los organismos del sector público.
- Ley 34/2002 (11/07/2002) De servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.
- Libro Verde “Acceso a los consumidores a la justicia” de la Unión Europea noviembre 1993.
- Libro Verde sobre la protección de los consumidores en la Unión Europea, 2 de octubre de 2001.
- Propuesta de Reglamento 2023/0375 (COD) del Parlamento Europeo y del Consejo (17/10/2023) Por el que se deroga el reglamento (UE) N° 524/2013 y se modifican los Reglamentos (UE) 2017/2394 y (UE) 2018/1724 en lo que respecta a la desaparición de la plataforma europea de resolución de litigios en línea.
- Real Decreto 1112/2018 (07/09/2018) Sobre accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles del sector público
- Recomendación 98/257/CE de la Comisión (30/03/1998) Relativa a los principios aplicables a los órganos responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo.
- Recomendación 2001/310/CE de la Comisión (04/04/2001) Relativa a los principios aplicables a los órganos extrajudiciales de resolución consensual de litigios en materia de consumo.
- Reglamento (UE) 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo (21/05/2013) Sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo y por el que se modifica el Reglamento (CE) N° 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE.
- Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo (19/10/2022) Relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE.