



A UBIQUIDADE DO MERCADO ÚNICO DIGITAL

O Mercado Único Digital impulsiona a economia, diminui o impacto ambiental e melhora a qualidade de vida graças ao comércio eletrónico e à administração pública em linha. Os serviços de mercado e das administrações públicas estão a evoluir de plataformas fixas para plataformas móveis e a tornar-se cada vez mais omnipresentes. Esta evolução requer um quadro regulamentar europeu para o desenvolvimento da computação em nuvem, acesso transfronteiriço a conteúdos e conectividade dos dados móveis sem fronteiras, salvaguardando simultaneamente a privacidade, os dados pessoais e a segurança informática. Os resultados legislativos do Parlamento na construção do Mercado Único Digital europeu contribuem anualmente com 177 mil milhões de EUR para o crescimento da UE. O Mercado Único Digital europeu, criado pelo Parlamento Europeu com a utilização de investigação e de provas científicas preparadas para as suas comissões e grupos de trabalho, desempenhou um papel essencial na preservação da economia da UE e no apoio aos seus cidadãos durante a crise da COVID-19.

BASE JURÍDICA

Artigo 4.º, n.º 2, alínea a), e artigos 26.º, 27.º, 114.º e 115.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia (TFUE).

OBJETIVOS

O Mercado Único Digital visa essencialmente a supressão das barreiras nacionais às transações em linha. Tem por base o conceito de mercado comum, que visa a supressão das barreiras comerciais entre os Estados-Membros com o objetivo de aumentar a prosperidade económica e contribuir para «uma união cada vez mais estreita entre os povos da Europa», que evoluiu para o conceito de mercado interno, definido como «um espaço sem fronteiras internas no qual é assegurada a livre circulação de mercadorias, pessoas, serviços e capitais». No seguimento da Estratégia de Lisboa^[1], a Estratégia Europa 2020 introduziu a Agenda Digital para a Europa^[2] como uma de sete iniciativas emblemáticas, reconhecendo o papel importante que a utilização das tecnologias da informação e das comunicações (TIC) terá de desempenhar se a UE quiser ver coroadas de sucesso as suas ambições para 2020 (ver ficha [2.4.3.](#)). O Mercado Único Digital foi reconhecido como uma

[1]O objetivo da Estratégia de Lisboa consistia em tornar a UE a «economia baseada no conhecimento mais dinâmica e competitiva do mundo, capaz de garantir um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos, e com maior coesão social».

[2]Ver «[Construir o futuro digital da Europa](#)».



prioridade pela Comissão Europeia na sua Estratégia para o Mercado Único Digital ([COM\(2015\)0192](#)) e, recentemente, no Programa para a Europa 2019-2024^[3] da presidente da Comissão.

O Mercado Único Digital tem potencial para melhorar o acesso à informação, trazer benefícios à eficiência em termos de custos reduzidos das transações, consumo desmaterializado e menor pegada ecológica e introduzir melhores modelos empresariais e administrativos^[4]. O aumento do comércio eletrónico gera [benefícios concretos](#) para os consumidores, tais como novos produtos que evoluem rapidamente, preços mais baixos, uma maior escolha e uma melhor qualidade dos bens e serviços, uma vez que conduz a um aumento do comércio transfronteiriço e a uma comparação mais fácil das ofertas. Além disso, o aumento dos serviços da administração pública em linha facilita a conformidade em linha e o acesso a postos de trabalho e oportunidades de negócio tanto aos cidadãos como às empresas.

RESULTADOS

Tendo em conta que permanece por explorar o pleno potencial do mercado interno, o Parlamento, o Conselho e a Comissão envidaram esforços com vista ao seu relançamento e para colocar no centro da política do mercado único^[5] o público, os consumidores e as pequenas e médias empresas (PME). O Mercado Único Digital desempenha um papel determinante no âmbito dos esforços envidados.

Na sua Comunicação intitulada «Europa 2020 - Estratégia para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo» ([COM\(2010\)2020](#)), a Comissão apresentou sete iniciativas emblemáticas, incluindo a Agenda Digital, destinadas a «transformar a Europa numa economia inteligente, sustentável e inclusiva, que proporcione níveis elevados de emprego, de produtividade e de coesão social».

Estas comunicações da Comissão e a [resolução do Parlamento, de 20 de maio de 2010](#), intitulada «Um mercado único ao serviço dos consumidores e cidadãos», abriram o caminho para a Comunicação intitulada «Um Ato para o Mercado Único» ([COM\(2010\)0608](#)), na qual a Comissão apresenta um conjunto de medidas destinadas ao relançamento da economia da UE e à criação de emprego. Em outubro de 2012, a Comissão apresentou um segundo conjunto de propostas intitulado «Ato para o Mercado Único II» ([COM\(2012\)0573](#)), que incluía 12 ações-chave focadas em quatro motores principais para o crescimento, o emprego e a confiança: as redes integradas, a mobilidade transfronteiriça dos cidadãos e das empresas, a economia digital e ações para reforçar a coesão e os benefícios para os consumidores.

[3] Ver «<https://op.europa.eu/pt/publication-detail/-/publication/43a17056-ebf1-11e9-9c4e-01aa75ed71a1>».

[4] Ver Maciejewski, M. et al., «[Streaming and Online Access to Content and Services](#)» (Acesso em streaming e em linha a conteúdos e serviços), publicação destinada à Comissão IMCO, Departamento Temático das Políticas Económicas e Científicas e da Qualidade de Vida, Parlamento Europeu, Luxemburgo, 2014.

[5] Os esforços anteriores procuraram melhorar o funcionamento do mercado interno e assegurar a proteção dos consumidores, através por exemplo: da Diretiva relativa à proteção dos dados ([95/46/CE](#)), da Diretiva relativa ao comércio eletrónico ([2000/31/CE](#)), do pacote das telecomunicações que inclui a Diretiva relativa à privacidade e às comunicações eletrónicas ([2002/58/CE](#)), da Diretiva relativa aos serviços de pagamento ([2007/64/CE](#)), da Diretiva relativa aos direitos dos consumidores ([2011/83/UE](#)) e do Regulamento relativo à itinerância ([531/2012](#)).



Em 6 de maio de 2015, a Comissão aprovou a Estratégia para o Mercado Único Digital, composta por três pilares: (1) melhor acesso dos consumidores e empresas aos bens e serviços digitais em toda a UE; (2) criação de condições adequadas e de concorrência equitativa para que as redes digitais e os serviços inovadores prosperem; (3) otimização do potencial de crescimento da economia digital. Desde a publicação da estratégia, a Comissão apresentou uma série de propostas legislativas que visam a realização de um mercado único digital. As novas propostas legislativas visam questões como o bloqueio geográfico injustificado ([COM\(2016\)0289](#)), os serviços transfronteiriços de entrega de encomendas ([COM\(2016\)0285](#)), a portabilidade transfronteiras dos serviços de conteúdos em linha ([COM\(2015\)0627](#)), uma revisão do regulamento relativo à cooperação no domínio da defesa do consumidor ([COM\(2016\)0283](#)), a oferta de serviços de comunicação social audiovisual ([COM\(2016\)0287](#)), os contratos de vendas em linha de bens e outras vendas de bens à distância ([COM\(2015\)0635](#)) e os contratos de fornecimento de conteúdos digitais ([COM\(2015\)0634](#)). A Comissão publicou igualmente comunicações que explicavam futuras abordagens das políticas, por exemplo no que se refere às plataformas em linha ([COM\(2016\)0288](#)).

Em 2018, a Comissão apresentou uma estratégia para a Inteligência Artificial para a Europa ([COM\(2018\)0237](#)) e acordou um plano coordenado com os Estados-Membros^[6]. Em abril de 2019, o Grupo de Peritos de Alto Nível em Inteligência Artificial apresentou as suas [Orientações Éticas para uma IA de Confiança](#) e, em fevereiro de 2020, a Comissão apresentou o seu «Livro Branco sobre a inteligência artificial - Uma abordagem europeia virada para a excelência e a confiança» ([COM\(2020\) 065](#)) e as comunicações intituladas «Construir o futuro digital da Europa» ([COM\(2020\) 067](#)) e «Uma estratégia europeia para os dados» ([COM\(2020\) 066](#)).

Em 8 de abril de 2020, a Comissão emitiu uma [recomendação](#) relativa a um conjunto de instrumentos comuns a nível da União com vista à utilização de tecnologias e dados para combater a crise da COVID-19 e dela sair.

Em junho de 2020, a Comissão anunciou na sua comunicação «O momento da Europa: Reparar e preparar para a próxima geração» ([COM\(2020\) 456](#)) que o mercado único digital seria um pilar da recuperação da União em matéria de COVID-19. Irá focar-se nos seguintes aspetos: (1) Investimento numa melhor conectividade; (2) Maior presença industrial e tecnológica em partes estratégicas da cadeia de abastecimento (por exemplo IA, cibersegurança, 5G, infraestruturas de computação em nuvem); (3) Economia real dos dados e espaços europeus de dados, e (4) Ambientes empresariais mais justos e acessíveis.

O PAPEL DO PARLAMENTO EUROPEU

O Parlamento tem desempenhado um papel de liderança no relançamento do mercado interno, sendo um importante promotor e a entidade responsável pela definição da agenda do Mercado Único Digital.

[6] Comunicado de imprensa da Comissão Europeia, de 7 de dezembro de 2018, intitulado «[Estados-Membros e Comissão colaboram na promoção da inteligência artificial desenvolvida na Europa](#)».



A sua [resolução de 20 de abril de 2012](#), intitulada «Um mercado único digital competitivo - a administração pública em linha como força motriz», sublinhou a necessidade de um quadro jurídico claro e coerente em matéria de reconhecimento mútuo da autenticação, identificação e assinatura eletrónicas, a fim de garantir o funcionamento dos serviços administrativos transfronteiriços em toda a UE. Em 11 de dezembro de 2012, o Parlamento aprovou duas resoluções não legislativas relacionadas com o mercado interno, uma sobre [a realização do Mercado Único Digital](#) e outra sobre [uma Estratégia para a Liberdade Digital na Política Externa da UE](#). Além disso, o Parlamento aprovou uma [resolução, em 4 de julho de 2013](#), sobre reforçar a confiança no Mercado Único Digital, centrando-se na exploração de todo o potencial do Mercado Único Digital, abordando o défice de competências, a melhoria da segurança, o reforço da confiança dos consumidores, criando um fornecimento atraente e legal de conteúdos digitais e estabelecendo serviços de mobilidade e uma dimensão internacional.

Em resposta à Estratégia para o Mercado Único Digital, o Parlamento aprovou uma [resolução, em 19 de janeiro de 2016](#), intitulada «Rumo a um Ato para o Mercado Único Digital», na qual instava a Comissão a pôr fim a práticas injustificadas de bloqueio geográfico, melhorar o acesso dos consumidores da UE a bens e serviços e assegurar uma proteção dos consumidores equivalente e preparada para o futuro (independentemente de os conteúdos digitais serem adquiridos em linha ou fora de linha). Apelava igualmente à identificação de soluções inovadoras para os serviços transfronteiriços de entrega de encomendas, a fim de melhorar os serviços e reduzir os custos, eliminar os obstáculos para as PME, as empresas em fase de arranque e as empresas em expansão, e aproveitar as oportunidades decorrentes das novas tecnologias informáticas, como os megadados, a computação em nuvem, a Internet das Coisas e a impressão 3D. O Parlamento alegou que devia ser mantida uma política favorável à inovação para as plataformas em linha (por exemplo, motores de pesquisa e lojas de aplicações) que facilite a entrada no mercado e defendeu uma revisão da Diretiva relativa à privacidade e às comunicações eletrónicas, a fim de assegurar a compatibilidade das suas disposições com as novas regras de proteção de dados da UE.

O Parlamento está a criar o Mercado Único Digital através de uma intensa atividade legislativa. A legislação abrange: a criação de garantias para a neutralidade das redes; a eliminação das tarifas de itinerância em 15 junho de 2017 ([Regulamento \(UE\) 2015/2120](#)); a proibição de práticas injustificadas de bloqueio geográfico ([Regulamento \(UE\) 2018/302](#)); a introdução de uma plataforma digital única ([Regulamento \(UE\) 2018/1724](#)); a adoção da diretiva relativa a medidas destinadas a reduzir o custo da implantação de redes de comunicações eletrónicas de elevado débito ([Diretiva 2014/61/EU](#)); o Regulamento relativo à identificação eletrónica e aos serviços de confiança para as transações eletrónicas no mercado interno ([Regulamento \(UE\) n.º 910/2014](#)), a Diretiva relativa às regras europeias de cibersegurança ([Diretiva \(UE\) 2016/1148](#)), a Diretiva sobre certos aspetos relativos aos contratos de fornecimento de conteúdos e serviços digitais ([Diretiva \(UE\) 2019/770](#)) e a Diretiva relativa aos direitos de autor e direitos conexos no mercado único digital ([Diretiva \(UE\) 2019/790](#)). Em 20 de junho de 2019 o Parlamento Europeu e o Conselho adotaram o [Regulamento \(UE\)](#)



[2019/1150](#) relativo à promoção da equidade e da transparência para os utilizadores profissionais de serviços de intermediação em linha.

No que se refere ao pacote relativo à proteção dos dados, o [Regulamento \(UE\) 2016/679](#) e a [Diretiva \(UE\) 2016/680](#) garantem um acesso mais fácil dos cidadãos aos seus próprios dados e informações sobre a forma como os dados são tratados, o direito de portabilidade dos dados, o inequívoco «direito a ser esquecido» e o direito de saber se os seus dados foram pirateados. O regulamento entrou em vigor em 25 de maio de 2018. Os Estados-Membros terão de transpor a diretiva para o Direito nacional até 6 de maio de 2018.

Em 18 de dezembro de 2019 o Parlamento adotou uma [resolução](#) sobre a viabilização da transformação digital dos serviços de saúde e de prestação de cuidados no Mercado Único Digital, a capacitação dos cidadãos e a construção de uma sociedade mais saudável. Em 20 de outubro de 2020 o Parlamento aprovou uma [resolução sobre o Ato legislativo sobre os serviços digitais](#), recomendando que o pacote proposto reforce o mercado interno e garanta simultaneamente a proteção dos consumidores, assegure a igualdade de tratamento das atividades fora de linha e em linha, assegure a transparência, respeite os direitos e liberdades fundamentais e abranja as atividades de entidades estabelecidas em países terceiros onde as suas atividades estejam relacionadas com os consumidores da UE. A resolução foi alimentada por investigação científica realizada através de um [seminário\[7\]](#) e uma [série de estudos](#) encomendados pela Comissão do Mercado Interno e da Proteção dos Consumidores (IMCO).

Antes da proposta da Comissão sobre a IA, prevista para o início de 2021, o Parlamento criou uma Comissão Especial sobre Inteligência Artificial numa Era Digital (AIDA) para analisar o impacto da inteligência artificial na economia da UE. Em 20 de outubro de 2020 adotou três relatórios que descrevem a melhor forma de a UE regular a IA e preservar simultaneamente a [propriedade intelectual](#), as [normas éticas](#) e a [responsabilidade civil](#). As atividades do Parlamento no domínio da inteligência artificial são igualmente apoiadas pela [investigação científica\[8\]](#).

Os resultados legislativos do Parlamento no domínio do mercado único digital contribuem anualmente com 177 mil milhões de euros para o crescimento económico da UE. De acordo com [investigação\[9\]](#) publicada em 2019, os benefícios mais significativos da legislação europeia verificam-se em domínios como as comunicações e os serviços eletrónicos da UE (86,1 mil milhões de euros), os fluxos de dados e a inteligência artificial (51,6 mil milhões de euros), a plataforma digital única (20 mil milhões de euros) e o regulamento relativo ao bloqueio geográfico e disposições sobre as plataformas em linha (14 mil milhões de EUR). Na sua [resolução](#) de 17 de abril de 2020 sobre a ação coordenada da UE para combater a pandemia de COVID-19 e as suas consequências, o Parlamento indicou que o pacote de recuperação e reconstrução após a pandemia de COVID-19 terá como núcleo a transformação digital por forma a dar um impulso inicial à economia.

Os trabalhos preparatórios do [Grupo de Trabalho sobre o Mercado Único Digital](#), presidido pela Deputada Róza Thun do PE, constituíram a base para os resultados do Parlamento no domínio digital, com o apoio da [investigação\[10\]](#) e de provas científicas. A investigação realizada para o Parlamento Europeu demonstra o importante potencial



do [mercado único digital\[11\]](#), sobretudo para [reduzir os custos e as barreiras\[12\]](#) na UE para os cidadãos e as empresas, tornando a [economia da UE mais ecológica\[13\]](#) e [mais social\[14\]](#). Na UE, uma parte significativa desse potencial pode ser alcançada através do desenvolvimento da [administração pública em linha e serviços conexos\[15\]](#), como a saúde em linha.

O acesso à informação sobre as disposições legislativas e regulamentares dos Estados-Membros é vital para o bom funcionamento do Mercado Único Digital. A pedido da Comissão IMCO, o Departamento Temático das Políticas Económicas, Científicas e de Qualidade de Vida do Parlamento publicou, em novembro de 2020, um [estudo\[16\]](#) intitulado «Legal barriers in Member States to Single Market rules» (Obstáculos jurídicos nos Estados-Membros às regras do mercado único). A investigação concluiu que muitos dos obstáculos que impedem o Mercado Único Digital de atingir o seu potencial não são específicos dos serviços digitais. No entanto, dezenas de medidas legislativas adotadas no âmbito da estratégia para o mercado único digital procuraram eliminar os obstáculos às vendas transfronteiriças em linha. A falta de informações fiáveis sobre as disposições legislativas e regulamentares nos Estados-Membros é também um problema, mas a plataforma digital única ([Regulamento \(UE\) 2018/1724](#)) vai contribuir para remediar esta situação quando estiver plenamente disponível no final de 2023. Além disso, a [investigação\[17\]](#) destinada à Comissão IMCO, publicada em outubro de 2020, analisou os balcões únicos e outros serviços de informação. Constatou que é necessário melhorar o acompanhamento e a aplicação, juntamente com as disposições do futuro regulamento relativo à plataforma digital única.

Em 15 de dezembro de 2020, a Comissão apresentou ao Parlamento Europeu e ao Conselho, ao abrigo do processo de codecisão, o seu [pacote legislativo sobre os serviços digitais](#). O pacote é composto por duas iniciativas legislativas: o Regulamento Serviços Digitais e o Regulamento Mercados Digitais. Os seus principais objetivos são a criação dum espaço digital mais seguro, no qual os direitos fundamentais dos utilizadores de serviços digitais sejam protegidos, bem como a criação de condições equitativas para promover a inovação, o crescimento e a competitividade no mercado único europeu e a nível mundial.

[Christina Ratcliff / Barbara Martinello / Amy McGourty](#)
03/2021

