

OpenCourseWare

DERECHO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Coordinadora Curso: -Profª (PhD) María Nieves de la Serna Bilbao

Titular de Derecho Administrativo UC3M// Departamento de Derecho Público

Co-directora del Máster Universitario en Derecho Telecomunicaciones, Protección de Datos, Audiovisual y Sociedad de la Información// Instituto Pascual Madoz

LECCIÓN 6

LAS REDES SOCIALES Y EL REGLAMENTO DE SERVICIOS DIGITALES

III.- El impacto de la DSA en las plataformas digitales

Elaborado por Prof. Carlos Galán Cordero

Profesor Área Derecho Administrativo// Departamento de Derecho Público

Profesor Máster Universitario en Derecho Telecomunicaciones,

Protección de Datos, Audiovisual y Sociedad de la Información// Instituto

Pascual Madoz

Universidad Carlos III de Madrid

Agencia de Tecnología Legal, S.L.



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 España](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/es/).

SUMARIO

III.- El impacto de la DSA en las plataformas digitales

- 1. Análisis general y elementos significativos de la DSA**
 - A. Facilitar la notificación de contenidos ilícitos**
 - B. Mayor transparencia en la moderación de contenidos y más opciones para apelar**
 - C. Mayor conocimiento y capacidad de elección, y más control sobre las opciones de personalización**
 - D. Tolerancia cero en relación con anuncios dirigidos a menores y adolescentes y en anuncios basados en datos confidenciales**
 - E. Protección de los menores**
 - F. Tratamiento de contenidos nocivos, aunque no ilegales**
 - G. El respeto a la libertad de expresión**
 - H. Las campañas de desinformación y la DSA**
 - I. La regulación de la publicidad en línea**
 - J. Elementos de desinformación y la integridad de las elecciones**
 - K. Nuevas obligaciones en materia de trazabilidad de las empresas en los mercados en línea**
- 2. Los proveedores contemplados en la DSA**

III El impacto de la DSA en las plataformas digitales

1. Análisis general y elementos significativos de la DSA

Desde agosto de 2023, las plataformas ya han comenzado a modificar sus sistemas e interfaces de acuerdo con la DSA, al objeto de proporcionar una experiencia en línea más segura para todos.

Como hemos dicho, la DSA mejora significativamente los mecanismos para la eliminación de contenidos ilícitos y para la protección efectiva de los derechos fundamentales de los usuarios en línea, incluida la libertad de expresión. También crea un mecanismo de supervisión pública más sólido para las plataformas en línea, en particular para las plataformas en línea muy grandes (Very Large Online Platforms, VLOP) que llegan a más del 10 % de la población de la UE.

Se desarrollan seguidamente los elementos más significativos de esta regulación.

A. Facilitar la notificación de contenidos ilícitos

La DSA exige que las plataformas establezcan **medidas para luchar contra la propagación en línea de bienes, servicios o contenidos ilegales**, tales como mecanismos para que los usuarios alerten sobre dichos contenidos y para que las plataformas cooperen con “indicadores de confianza”.

Un ejemplo: la nueva característica de X para notificar contenido ilegal. Esta función está disponible haciendo clic en los tres pequeños puntos en la esquina superior derecha de cada publicación.

X no es la única plataforma que ha implementado opciones nuevas y fáciles de usar para señalar contenido ilícito. Apple, Pinterest, Facebook, Instagram y TikTok también han puesto en marcha nuevas y sencillas formas de notificar contenido ilegal en sus plataformas.

Efectivamente, la DSA establece medios eficaces para que todos los actores del ecosistema en línea contrarresten los contenidos ilegales y también posibles bienes o servicios ilegales, de forma que:

- Los usuarios están facultados para denunciar contenidos ilegales de una forma fácil y eficaz.
- Se crea un canal prioritario para que los alertadores de confianza (entidades que han demostrado especial experiencia y competencia) denuncien contenidos ilegales ante los cuales las plataformas tendrán que reaccionar con prioridad. Los **coordinadores de servicios digitales**, las autoridades nacionales encargadas de supervisar y hacer cumplir la DSA en los Estados miembros, nombrarán señalizadores de confianza a partir del 17 de febrero de 2024.
- Cuando lo permitan las leyes nacionales, las autoridades de los Estados miembros podrán ordenar a cualquier plataforma que opere en la UE, independientemente de dónde esté establecida, que elimine contenidos ilegales. Las plataformas en línea de muy gran tamaño deberán adoptar medidas de mitigación a nivel general de su servicio para proteger a sus usuarios de contenidos, bienes y servicios ilegales.

B. Mayor transparencia en la moderación de contenidos y más opciones para apelar

Las plataformas en línea son un espacio digital donde nos expresamos, mostramos nuestro trabajo y estamos en contacto con amigos o clientes. Por ello, es particularmente frustrante cuando nuestro contenido se elimina o el

alcance de nuestros mensajes se reduce inexplicablemente. Con la DSA, los proveedores de servicios intermediarios, incluidas las plataformas en línea, deben comunicar a sus usuarios *por qué* han eliminado su contenido o *por qué* se ha restringido el acceso a una cuenta. Los proveedores de servicios de alojamiento de datos, incluidas las plataformas en línea, tienen ahora la obligación legal expresa de proporcionar declaraciones claras y específicas de los motivos de sus decisiones de moderación del contenido. La DSA también faculta a los usuarios para impugnar tales decisiones a través de un mecanismo extrajudicial de resolución de conflictos.

Incluso las plataformas en línea que ya ofrecían información sobre sus decisiones de moderación de contenido, tales como Facebook e Instagram, ahora ofrecen una mayor gama de información en tal sentido.

Además, para garantizar la transparencia y permitir el control de las decisiones de moderación de contenidos de los proveedores de plataformas en línea, tal como exige la DSA, la Comisión puso en marcha la base de datos de transparencia de la DSA. La base de datos de transparencia de DSA es la primera base de datos de su tipo que hace que todas las declaraciones proporcionadas por los proveedores de plataformas en línea para su decisión de moderación de contenido sean accesibles al público. Los VLOP deben publicar sus declaraciones a partir de finales de agosto de 2023, mientras que la fecha límite para la publicación para todos los demás proveedores de plataformas en línea que entren en el ámbito de la DSA es el 17 de febrero de 2024.

C. Mayor conocimiento y capacidad de elección, y más control sobre las opciones de personalización

La DSA obliga a los proveedores de plataformas en línea a garantizar una mayor transparencia y control sobre lo que vemos en nuestros feeds. Esto debería permitirnos descubrir sobre qué base las plataformas en línea clasifican el contenido en nuestros feeds y decidir si queremos optar por no recibir recomendaciones personalizadas, obligando a los VLOP a ofrecer una opción para desactivar el contenido personalizado. Obligaciones similares se aplican a los anuncios: además de una mayor transparencia y control sobre por qué aparece un determinado anuncio en el feed, las plataformas deben etiquetar los anuncios y los VLOP deben mantener un repositorio con detalles sobre las campañas publicitarias de pago ejecutadas en sus interfaces en línea.

TikTok, Facebook e Instagram ofrecen actualmente una opción para deshabilitar el feed personalizado en sus plataformas.

Los Estados miembros y la Comisión supervisarán y aplicarán, en estrecha cooperación, las disposiciones relativas a la transparencia de los sistemas publicitarios y de recomendaciones.

D. Tolerancia cero en relación con anuncios dirigidos a menores y adolescentes y en anuncios basados en datos confidenciales

La DSA prohíbe la publicidad dirigida a menores en plataformas en línea. Por este motivo, los VLOP han tomado medidas para cumplir con estas prohibiciones. Por ejemplo, Snapchat, Google y YouTube (Alphabet), y Instagram y Facebook (Metaya) no permiten a los anunciantes mostrar anuncios dirigidos a usuarios menores de edad.

La publicidad dirigida en plataformas en línea también está prohibida cuando la elaboración de perfiles utiliza categorías especiales de datos personales, como el origen étnico, las opiniones políticas o la orientación sexual.

E. Protección de los menores

De acuerdo con la nueva normativa, las plataformas en línea accesibles para menores deben proteger la privacidad y la seguridad de esos usuarios, así como preservar su salud mental y física, adoptando por defecto configuraciones especiales de privacidad y seguridad. En este sentido, las plataformas en línea pueden establecer medidas de verificación de la edad para controlar quién puede acceder a sus servicios, controles parentales para que los padres y tutores puedan ayudar a proteger a sus hijos contra el riesgo de exposición a contenidos nocivos, y herramientas en las que los usuarios puedan señalar abusos u obtener apoyo.

Por ejemplo, TikTok y YouTube, además de prohibir los anuncios dirigidos a menores, han configurado automáticamente los perfiles de los menores como “privados”, lo que significa que los videos que suben solo pueden ser vistos por las personas que los suben o por las personas elegidas por estos.

F. Tratamiento de contenidos nocivos, aunque no ilegales

En la medida en que no sea ilegal, el contenido dañino no debe tratarse de la misma manera que el contenido ilegal. La nueva normativa sólo impone medidas para eliminar o fomentar la eliminación de contenidos ilegales, con pleno respeto a la libertad de expresión.

Al mismo tiempo, la DSA regula las responsabilidades de las plataformas en línea de gran tamaño y de los motores de búsqueda en línea de gran tamaño cuando se trata de cuestiones sistémicas como la desinformación, los engaños y la manipulación durante las pandemias, los daños a grupos vulnerables y otros daños sociales emergentes.

Tras su designación por la Comisión, las plataformas en línea de gran tamaño y los motores de búsqueda en línea de gran tamaño que posean, al menos, 45 millones de usuarios, deben realizar una evaluación de riesgos anual y tomar las correspondientes medidas de mitigación de riesgos derivadas del diseño y uso de su servicio. Cualquier medida de este tipo debe ponderarse cuidadosamente en relación con el derecho a la libertad de expresión, sometiéndose también a una auditoría independiente.

Además, la normativa establece un marco corregulador en el que los proveedores de servicios pueden trabajar según códigos de conducta para abordar los impactos negativos relacionados con la difusión viral de contenidos ilegales, así como las actividades manipuladoras y abusivas, que son particularmente perjudiciales para los destinatarios vulnerables del servicio, como los menores, incluyendo, como decimos, códigos de conducta, como el **Código Revisado de Buenas Prácticas en materia de Desinformación** y protocolos frente a situaciones de crisis.

G.El respeto a la libertad de expresión

La DSA protege la libertad de expresión, incluida la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación (libertad de información), derechos ambos recogidos en el art. 20 de la CE, y lo hace intentando equilibrar la creación de reglas para abordar el contenido ilegal y la salvaguardia de la libertad de expresión e información en línea.

Estas acciones incluyen la protección contra la interferencia del gobierno en la libertad de expresión e información de las personas, de forma que las normas horizontales contra el contenido ilegal están calibradas y acompañadas de sólidas salvaguardias para la libertad de expresión y un derecho efectivo de reparación, para evitar tanto la eliminación insuficiente como la eliminación excesiva de contenidos por motivos de ilegalidad.

Se muestran seguidamente tres ejemplos de cómo la DSA protege la libertad de expresión:

- **Mecanismo de queja para apelar decisiones de moderación:** la DSA brinda a los usuarios la posibilidad de impugnar las decisiones tomadas por las plataformas en línea para eliminar su contenido, incluso cuando estas decisiones se basan en los términos y condiciones de las plataformas. Si una cuenta o un contenido se suspende o se limita, los usuarios tienen derecho a impugnar la decisión, garantizando que las decisiones no sean arbitrarias y permitiendo a los usuarios proteger su presencia en línea, pudiendo reclamar directamente ante la plataforma, elegir un órgano de resolución extrajudicial de litigios o solicitar reparación ante los Tribunales.
- **La DSA exige que las plataformas sean transparentes en la moderación de contenidos:** la DSA establece normas sobre la transparencia de las decisiones de moderación de contenidos. Cuando una cuenta se restringe, el usuario debe ser informado y tiene derecho a apelar la decisión. Por su parte, los proveedores de servicios también deben hacer públicas sus políticas de moderación y cómo se implementan, con el objetivo de generar confianza y facilitar una comunicación clara entre plataformas y usuarios. Las plataformas de gran tamaño están obligadas a mitigar los riesgos citados, debiendo rendir cuentas mediante informes de auditorías independientes y un escrutinio público.
- **Abordar los sesgos en los algoritmos de recomendación:** la DSA introduce nuevas herramientas para evaluar y rectificar los sesgos en los sistemas de recomendación. Estas disposiciones tienen como objetivo crear una experiencia en línea más justa y representativa, respetando la diversidad de los usuarios.

Como decimos, todas las obligaciones contenidas en la DSA, incluido el mecanismo de respuesta a crisis, están cuidadosamente calibradas para promover el respeto de los derechos fundamentales, como la libertad de expresión.

H. Las campañas de desinformación y la DSA

De conformidad con los preceptos relativos a cómo las plataformas moderan sus contenidos, la publicidad, los algoritmos y mitigación de riesgos, la DSA

tiene como objetivo garantizar que las plataformas, y en particular las muy grandes, sean más responsables y asuman su responsabilidad por las acciones que toman y los riesgos sistémicos que pueden plantear, incluso sobre la desinformación y la manipulación de los procesos electorales.

La Ley de Servicios Digitales fomenta un marco corregulador, junto con el **Código de prácticas actualizado sobre desinformación** y las nuevas orientaciones de la Comisión, como se anunció en el **Plan de Acción para la Democracia Europea**.

I. La regulación de la publicidad en línea

La DSA cubre cualquier tipo de publicidad, desde el marketing digital hasta la publicidad temática y la publicidad política, y complementa normas ya existentes como el Reglamento General de Protección de Datos, que ya establece, por ejemplo, normas sobre el consentimiento de los usuarios o su derecho a oponerse al marketing digital dirigido.

La DSA introduce dos nuevas restricciones relativas a la publicidad dirigida en plataformas en línea. En primer lugar, prohíbe la publicidad dirigida a menores basada en la elaboración de perfiles. En segundo lugar, prohíbe la publicidad dirigida basada en la elaboración de perfiles que utilizan categorías especiales de datos personales, como la orientación sexual o las creencias religiosas.

Esta nueva regulación permite a los usuarios comprender y tomar decisiones informadas sobre los anuncios que ven. Se les debe informar claramente si cada anuncio se dirige a ellos y por qué, y quién financió dicho anuncio. Además, los usuarios también deberían ser informados claramente de cuándo el contenido está patrocinado o cuándo los influencers están promoviendo mensajes comerciales. Las obligaciones de notificación y acción también se aplican a anuncios potencialmente ilegales, así como a cualquier otro tipo de contenido.

Para las plataformas en línea de gran tamaño, los riesgos sociales son mayores y las reglas incluyen medidas adicionales para mitigar tales riesgos y permitir la supervisión. Deben mantener y proporcionar acceso a repositorios de anuncios, lo que permitirá a los investigadores, a la sociedad civil y a las autoridades analizar cómo se exhibieron los mensajes publicitarios y cómo se dirigieron. Además, también deben evaluar si sus sistemas publicitarios son manipulados o contribuyen de otro modo a riesgos sociales, y de qué manera, y tomar medidas para mitigarlos.

Las normas se complementan con medidas de la denominada **Ley de Mercados Digitales** (Reglamento (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de septiembre de 2022, sobre mercados disputables y equitativos en el sector digital y por el que se modifican las Directivas (UE) 2019/1937 y (UE) 2020/1828 (Reglamento de Mercados Digitales), que aborda las preocupaciones económicas sobre los modelos publicitarios.

J. Elementos de desinformación y la integridad de las elecciones

En la medida en que no sea ilegal, el contenido dañino no debe tratarse de la misma manera que el contenido ilegal. La nueva normativa sólo impone medidas para eliminar o fomentar la eliminación de contenidos ilegales, con pleno respeto a la libertad de expresión.

Al mismo tiempo, la DSA regula las responsabilidades de las plataformas en línea de gran tamaño y de los motores de búsqueda en línea de gran tamaño cuando se trata de cuestiones sistémicas tales como la desinformación, los engaños y la manipulación durante las pandemias, los daños a grupos vulnerables y otros daños sociales emergentes. Tras su designación por la Comisión, las plataformas en línea de gran tamaño y los motores de búsqueda en línea de gran tamaño que posean, al menos, 45 millones de usuarios, deben realizar una evaluación de riesgos anual y tomar las correspondientes medidas

de mitigación de riesgos derivadas del diseño y uso de su servicio. Cualquier medida de este tipo debe sopesarse cuidadosamente con las restricciones a la libertad de expresión. Además, también deben someterse a una auditoría independiente.

Además, la propuesta establece un marco corregulador en el que los proveedores de servicios pueden trabajar según códigos de conducta para abordar los impactos negativos relacionados con la difusión viral de contenidos ilegales, así como las actividades manipuladoras y abusivas, que son particularmente perjudiciales para los destinatarios vulnerables del servicio, como los menores.

La DSA fomenta un marco corregulatorio para los daños en línea, incluidos códigos de conducta, tales como el **Código revisado de Buenas Prácticas Prácticas contra la Desinformación** y protocolos de crisis.

La DSA prescribe que los VLOP y VLOSEs identifiquen, analicen y mitiguen con medidas efectivas los riesgos relacionados con los procesos electorales y el discurso cívico, garantizando al mismo tiempo la protección de la libertad de expresión.

Las elecciones parlamentarias eslovacas del 30 de septiembre de 2023 constituyeron el primer caso de prueba para estos requisitos después de la entrada en vigor de la DSA para VLOP y VLOSEs. Gracias a la DSA, el enfoque de los proveedores de VLOP y VLOSEs a la integridad electoral ha cambiado: se han realizado progresos en lo que respecta a la identificación de procesos de desinformación, el aumento de las capacidades de verificación de hechos y el aumento general de recursos y capacidades.

K. Nuevas obligaciones en materia de trazabilidad de las empresas en los mercados en línea

La DSA introduce nuevas obligaciones para los proveedores de mercados en línea, al objeto de hacer frente a la propagación de bienes ilegales. En particular, con la nueva regulación, dichos proveedores deben asegurarse de que los vendedores proporcionen información verificada sobre su identidad antes de que puedan comenzar a vender sus productos. Dichos proveedores también deben garantizar que los usuarios puedan identificar fácilmente a la persona responsable de la venta. Además, si un proveedor en línea tiene conocimiento de la venta de un producto o servicio ilegal por parte de un vendedor, debe informar a los usuarios que compraron el bien o producto ilegal, así como la identidad del vendedor y las opciones de reparación.

2. Los proveedores contemplados en la DSA

Como decimos, la DSA comprende una serie de normas sobre los servicios de intermediación en línea, utilizados por millones de europeos cada día. Las obligaciones de los distintos agentes se corresponden con su respectivo papel, tamaño e impacto en el ecosistema en línea.



- Las **plataformas en línea y los motores de búsqueda de muy gran tamaño** plantean especiales riesgos en cuanto a difusión de contenidos ilícitos y nocivos para la sociedad. Se contemplan normas específicas para las plataformas que lleguen a más del 10 % de los 450 millones de consumidores europeos.
- Las **plataformas en línea** reúnen a vendedores y consumidores, tales como mercados en línea, tiendas de aplicaciones, plataformas de economía colaborativa y plataformas de medios sociales.
- **Servicios de alojamiento de datos** en la nube y los servicios de alojamiento web (incluidas también las plataformas en línea).
- Los **servicios de intermediación** que ofrecen infraestructuras de red: proveedores de acceso a internet y registradores de nombres de dominio (incluidos también los servicios de alojamiento de datos)

Todos los intermediarios en línea que ofrezcan sus servicios en el mercado único, tanto si están establecidos en la UE como fuera de ella, deberán cumplir la DSA. Las microempresas y pequeñas empresas tendrán obligaciones en proporción con su capacidad y dimensiones, sin olvidar su obligación de rendir cuentas. Además, pensando en la posibilidad de un crecimiento significativo, dichas microempresas y pymes podrán beneficiarse de la exención específica de un conjunto de obligaciones durante un período transitorio de doce meses.