

**NOVIEMBRE
2022**

**LEY DE SERVICIOS DIGITALES
(DSA)**

**LO QUE ES ILEGAL OFFLINE,
TAMBIÉN LO ES ONLINE**

INFORME



**FEDERACIÓN
DE CONSUMIDORES
Y USUARIOS**



**Financiado por
la Unión Europea**

Esta publicación forma parte de una actividad que ha recibido financiación del Programa de la Unión Europea para los Consumidores (2020-2025) bajo una subvención de funcionamiento. El contenido de esta publicación representa únicamente las opiniones del autor bajo su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea no asume responsabilidad alguna por el uso que pueda hacerse de la información contenida en él.

1. Introducción

La DSA ha sido publicada el pasado 27/10/2022 en el DOUE¹ y busca regular las obligaciones de los servicios digitales que actúan como intermediarios en su función de conectar a las personas consumidoras con bienes, servicios y contenidos digitales.

Su objetivo es proteger mejor a los consumidores y sus derechos fundamentales en línea, así como establecer un marco eficiente de transparencia y de rendición de cuentas para las plataformas en línea y, por lo tanto, fomentar mercados digitales más justos y abiertos.

A diferencia de la Directiva de comercio electrónico, la DSA es un Reglamento, por lo que armonizará las normas en toda la UE y será directamente aplicable. Es decir, las nuevas normas deberían garantizar el mismo nivel de protección a todos los ciudadanos de la UE.

2. ¿Qué es la DSA? ¿Qué objetivos tiene?

La DSA busca garantizar el correcto funcionamiento del mercado interior de servicios de intermediación. Esto incluye abordar el contenido ilegal en línea. ¿Cómo? Al armonizar las normas para facilitar la innovación y respetar los derechos fundamentales, incluida la protección de las personas consumidoras.

Cabe destacar que el Reglamento se aplica sin perjuicio de otras leyes de la UE, incluidas las relativas a la protección de los consumidores y la seguridad de los productos.

3. ¿A quién se aplica?

- (i) Servicios de intermediación en línea, que ofrecen infraestructuras de red; proveedores de acceso a internet, registradores de nombres de dominio, que a su vez incluyen:
- (ii) Servicios de alojamiento de datos, tales como servicios en nube y de alojamiento web (como podrían ser, por ejemplo, Google cloud, Amazon web services), que a su vez incluyen:
- (iii) Plataformas *online*, que reúnen a vendedores y personas consumidoras, tales como mercados *online*, tiendas de aplicaciones, plataformas de economía colaborativa y plataformas de redes sociales (como podrían ser, por ejemplo, Twitter, Amazon, Instagram).
- (iv) Motores de búsqueda (como podría ser, por ejemplo, Google)
- (v) Plataformas en línea de muy gran tamaño y motores de búsqueda de muy gran tamaño (VLOPs/VLOSEs, por sus siglas en inglés, \geq 45 millones de usuarios de la UE o 10% de la población de la UE)

1

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2022.277.01.0001.01.SPA&toc=OJ%3AL%3A2022%3A277%3ATOC

3. ¿Cuáles son algunas de las nuevas reglas?

- Los intermediarios en línea deberán tener un papel más activo para abordar el contenido ilegal (productos y servicios incluidos). Así, deberán tomar medidas para contrarrestar el referido contenido ilegal (incluidos los productos y la desinformación), como por ejemplo, establecer un mecanismo:
 - para que los usuarios puedan “marcar” dicho contenido;
 - para que las plataformas cooperen con los denominados "alertadores fiables" (entidades que hayan demostrado experiencia y competencia especiales, que contarán con un canal privilegiado o preferente de denuncia para luchar contra la oferta de bienes, servicios o contenidos ilícitos en línea);
 - para retirar mercancías ilegales o inseguras.
- Se establecen obligaciones adicionales de transparencia y diligencia debida para que las plataformas *online*, por ejemplo:
 - Nuevas garantías para los usuarios, incluida la posibilidad de impugnar las decisiones de moderación de contenido de las plataformas;
 - Medidas de transparencia adicionales, incluidos los algoritmos utilizados para las recomendaciones y la publicidad dirigida.
- Obligación de "Conozca a su cliente comercial" (KYBC, por sus siglas en inglés) para mejorar la trazabilidad de los usuarios comerciales en los mercados en línea, destinada a identificar mejor a los vendedores de productos ilegales.
- Prohibición de patrones oscuros: Se exige a los proveedores de plataformas *online* que no diseñen, organicen ni exploten sus interfaces en línea de manera que induzcan a error, manipulen o distorsionen de cualquier modo la capacidad de los usuarios de sus servicios de tomar decisiones libres e informadas.
- Restricciones a la publicidad en línea:
 - Se prohíbe la publicidad dirigida a menores basada en la elaboración de perfiles; y se prohíbe la publicidad personalizada basada en la elaboración de perfiles utilizando categorías especiales de datos personales, como la orientación sexual o las creencias religiosas.
 - Los usuarios deben poder comprender y tomar decisiones fundadas sobre los anuncios que ven. Deben estar informados de forma clara de si son destinatarios de anuncios y de la razón de ello, y de quién ha pagado el anuncio.
- Obligaciones adicionales para plataformas en línea y motores de búsqueda de muy gran tamaño (VLOPs/VLOSEs), como por ejemplo, para evitar el abuso de sus sistemas, en particular:
 - abordando los riesgos sistémicos (como la desinformación);

- evaluar y mitigar los riesgos sociales derivados del diseño y el uso de sus servicios;
 - incluyendo la supervisión de las medidas adoptadas a través de auditorías independientes.
- Marco de aplicación de dos niveles:
 - a nivel nacional: Una nueva estructura de supervisión (a través de los Coordinadores de Servicios Digitales) para abordar la complejidad del espacio en línea en el que los Estados Miembros tendrán el papel principal, con el apoyo de una nueva Junta Europea de Servicios Digitales;
 - a nivel de la UE: En el caso de plataformas en línea de muy gran tamaño, la Comisión tendría una función reforzada de supervisión y ejecución.
 - Se refuerzan los medios de reparación para las personas consumidoras.

4. Exención de responsabilidad limitada para "mercados"

La DSA mantiene los principios de exención de responsabilidad de los intermediarios de la Directiva de comercio electrónico, aunque con algunas aclaraciones y pequeñas mejoras:

- Cuando se preste un servicio de la sociedad de la información consistente en almacenar información facilitada por un destinatario del servicio, el prestador de servicios no podrá ser considerado responsable de los datos almacenados a petición del destinatario, **a condición de que el prestador de servicios:**
 - **no tenga conocimiento efectivo** de una actividad ilícita o de un contenido ilícito y, en lo que se refiere a una acción por daños y perjuicios, **no tenga conocimiento de hechos o circunstancias** por los que la actividad o el contenido revele su carácter ilícito, o de que;
 - **en cuanto tenga conocimiento de estos puntos, actúe con prontitud para retirar el contenido ilícito o inhabilitar el acceso al mismo.**

Excepción a la exención:

- La exención de responsabilidad no debe aplicarse cuando el destinatario del servicio actúe bajo la autoridad o el control del prestador de un servicio de alojamiento de datos. **Por ejemplo**, cuando el prestador de una plataforma en línea que permite a las personas consumidoras celebrar contratos a distancia con comerciantes **determine el precio de los bienes o servicios ofertados por el comerciante.**
- Las plataformas en línea, que permiten a los consumidores celebrar contratos a distancia con comerciantes, no deben poder acogerse a la exención de responsabilidad aplicable a los prestadores de servicios de alojamiento de datos en la medida en que dichas plataformas presenten la

información pertinente relativa a las transacciones en cuestión de manera que induzca a los consumidores a **creer que la información ha sido facilitada por las propias plataformas en línea**. Podría ser el caso, **por ejemplo**, de una plataforma que no muestre claramente la identidad del comerciante; de una plataforma en línea que no revele dicha identidad o los datos de contacto hasta después de la formalización del contrato celebrado entre un comerciante y un consumidor, o de esas plataformas en línea cuando comercialicen el producto o servicio en su propio nombre en lugar de utilizar el nombre del comerciante que lo suministrará. Se deberán evaluar todas las circunstancias pertinentes.

- Los tribunales o la autoridad administrativa correspondiente, de conformidad con los sistemas jurídicos de los Estados miembros, podrán exigir al prestador de servicios que ponga fin a una infracción o que la impida.

5. ¿Cómo se podrá perseguir el resarcimiento?

- Las plataformas en línea deberán establecer sistemas internos de tramitación de reclamación, que sean fácilmente accesibles y produzcan resultados rápidos y justos. Los destinatarios del servicio deben poder impugnar de manera fácil y efectiva ciertas decisiones de las plataformas en línea que les afecten negativamente, como **por ejemplo**, cuando se elimine (o no) contenido o cuando se suspenda su cuenta.
- Además, debe contemplarse la vía de resolución extrajudicial de litigios: mecanismos certificados para la solución de controversias entre proveedores y consumidores. **Advertencia: decisiones no vinculantes.**
- A su vez, existe la posibilidad de recurso judicial, de conformidad con la legislación del Estado miembro.
- Se prevé el derecho a presentar una reclamación ante su Coordinador de Servicios Digitales.
- Derecho a indemnización: sin perjuicio de la legislación de consumo de la UE, los consumidores podrán solicitar una indemnización a los proveedores por cualquier daño o pérdida sufrida debido al incumplimiento de las obligaciones de DSA. Debe seguirse la legislación nacional aplicable sobre cómo reclamar una indemnización.
- Representación: Sin perjuicio de la Directiva relativa a las acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de los consumidores o de cualquier otra representación conforme a la legislación nacional, las personas consumidoras tendrán derecho a otorgar mandato a una ONG (incluidas las organizaciones de consumidores). Sus reclamaciones deberán tener prioridad y deben decidirse sin demoras indebidas.

- Se añade la DSA al anexo de la Directiva de Acciones de Representación

6. Aplicación del Reglamento

Cumplimiento a nivel nacional

- Se mantiene el principio del país de origen, es decir que será el regulador del Estado Miembro del país en el que el prestador está establecido el que deba asegurarse que sus servicios sean conformes con su legislación nacional.
- Los Estados Miembros serán responsables de las plataformas más pequeñas, quienes deberán designar a los Coordinadores de Servicios Digitales, que supervisarán la conformidad de los servicios establecidos en su territorio con las nuevas normas y participarán en los mecanismos de cooperación de la UE.

Cumplimiento a nivel de la UE

- La Comisión Europea será la responsable principal de las plataformas y motores de búsqueda de muy gran tamaño (≥ 45 millones de usuarios de la UE)
- Asimismo, tendrá poderes exclusivos para designar y hacer cumplir las obligaciones especiales de VLOP/VLOSE.
- Se prevé que las solicitudes de acción pueden ser realizadas por los Coordinadores de Servicios Digitales.

7. Entrada en vigor

La DSA será directamente aplicable a toda la UE el **17/02/2024**.

Sin embargo, los VLOP/VLOSE tendrán cuatro meses para cumplir una vez designados por la Comisión, en caso de que dicha fecha sea anterior a la aplicación general de la DSA.

ANEXO²

Nuevas obligaciones

	Servicios de intermediación (obligaciones acumulativas)	Servicios de alojamiento de datos (obligaciones acumulativas)	Plataformas online (obligaciones acumulativas)	Plataformas de muy gran tamaño (obligaciones acumulativas)
Informes de transparencia	•	•	•	•
Requisitos sobre las condiciones de servicio, habida cuenta de los derechos fundamentales	•	•	•	•
Cooperación con las administraciones nacionales con arreglo a órdenes	•	•	•	•
Puntos de contacto y, en su caso, representante legal	•	•	•	•
Notificación y adopción de medidas y obligación de informar a los usuarios		•	•	•
Denuncia de infracciones penales		•	•	•
Mecanismos de reclamación y recurso y de resolución extrajudicial de litigios			•	•
Alertadores fiables			•	•
Medidas contra las notificaciones y contranotificaciones abusivas			•	•
Obligaciones especiales para los mercados, por ejemplo, comprobación de las credenciales de terceros proveedores («KYBC»: principio de «conozca a su cliente empresarial»), cumplimiento desde el diseño, controles aleatorios			•	•
Prohibición de los anuncios dirigidos específicamente a los niños y de los que se basan en las características especiales de los usuarios			•	•
Transparencia de los sistemas de recomendación			•	•

Transparencia de la publicidad *online* para los usuarios

• •

Obligaciones en materia de gestión de riesgos y respuesta a las crisis

•

Auditoría externa e independiente, función de cumplimiento interna y rendición de cuentas pública

•

Libertad de los usuarios para no recibir recomendaciones basadas en la elaboración de perfiles

•

Intercambio de datos con administraciones e investigadores

•

Códigos de conducta

•

Cooperación en materia de respuesta a las crisis

•