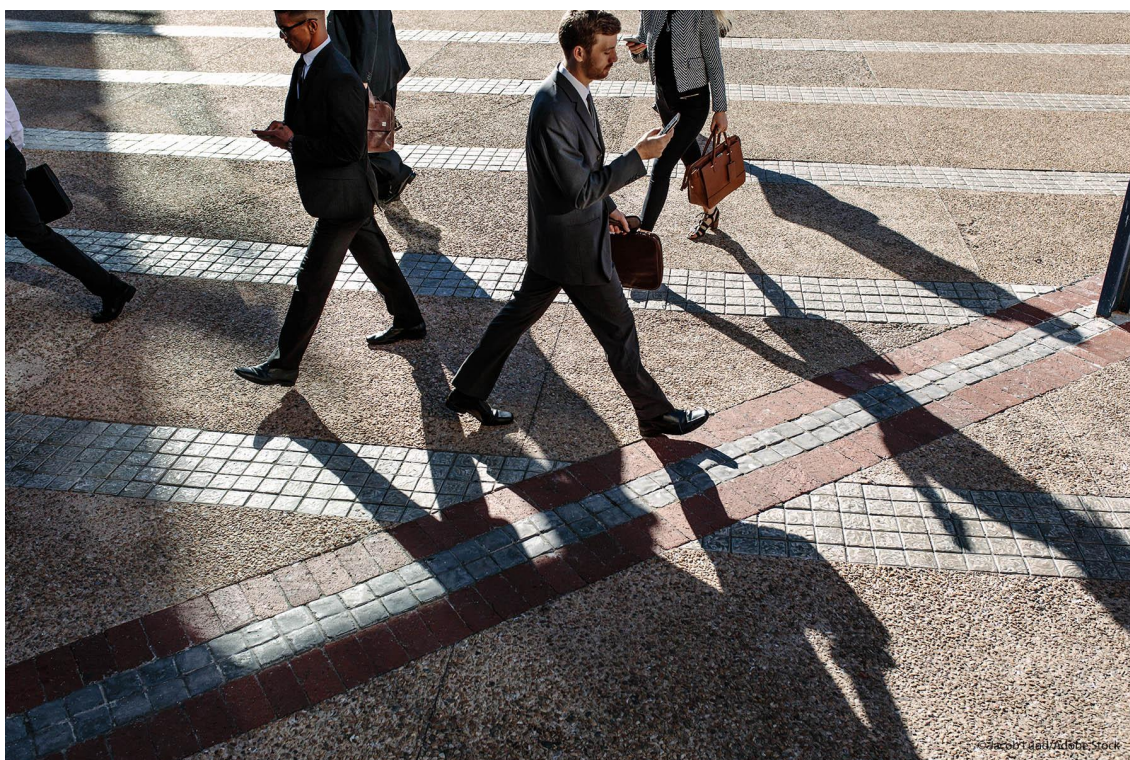


Dos leyes históricas para unos servicios digitales más seguros y abiertos



Con las nuevas reglas, los usuarios en la UE tendrán más opciones y sus derechos estarán protegidos en internet ©AdobeStock/Jacob Lund

El nuevo código normativo digital de la UE establece reglas sin precedentes para garantizar la rendición de cuentas de las tecnológicas, dentro de un mercado digital abierto y competitivo.

El Parlamento dio el martes el visto bueno definitivo a la nueva [Ley de Servicios Digitales](#) y la [Ley de Mercados Digitales](#) tras ser consensuadas entre el Parlamento y el Consejo el 23 de abril y el 24 de marzo respectivamente. Ambas leyes tienen por objeto abordar los efectos sociales y económicos del sector tecnológico. A tal fin, establecen normas claras que regulan, de acuerdo con los derechos y valores de la UE, el funcionamiento y la prestación de servicios por parte de estas empresas en la Unión.

La Ley de Servicios Digitales se aprobó con 539 votos a favor, 54 votos en contra y 30 abstenciones y la Ley de Mercados Digitales con 588 votos a favor, 11 votos en contra y 31 abstenciones.

Lo que es ilegal en el mundo real lo ha de ser también en el digital

La Ley de Servicios Digitales (DSA, en inglés) establece obligaciones claras para los proveedores de servicios digitales, como las redes sociales o los mercados electrónicos, para hacer frente a fenómenos que pueden suponer una amenaza para la sociedad, como la difusión de contenidos ilegales y la desinformación en línea. Los nuevos requisitos son proporcionales al tamaño de las plataformas digitales y a los riesgos que representan para la ciudadanía.

Las nuevas obligaciones incluyen:

- **nuevas medidas para neutralizar los contenidos ilegales en línea, así como requisitos que obligan a las plataformas a intervenir rápidamente**, respetando en todo momento los derechos fundamentales, en particular la libertad de expresión y la protección de datos;
- **el endurecimiento de los requisitos de trazabilidad y de los controles a los comercios en línea** para garantizar la seguridad de los productos y servicios, incluidos controles aleatorios para evitar que se vuelvan a publicar contenidos ilícitos;
- **el refuerzo de la transparencia y la rendición de cuentas de las plataformas**, por ejemplo, mediante la transmisión de información clara sobre la moderación de contenidos o el uso de algoritmos para recomendar contenidos (los denominados sistemas de recomendación); la posibilidad para los usuarios de recurrir las decisiones de los moderadores;
- **la prohibición de prácticas engañosas y de ciertos tipos de publicidad selectiva**, como la dirigida a los niños y los anuncios basados en datos confidenciales, así como de las interfaces engañosas o los llamados «patrones oscuros» y de toda práctica diseñada para manipular las elecciones de los usuarios.

Las plataformas y los motores de búsqueda en línea de mayor tamaño (a partir de 45 millones de usuarios mensuales) entrañan un mayor riesgo. Por este motivo tendrán que cumplir requisitos más estrictos, que la Comisión se encargará de aplicar. Entre ellos destacan **la prevención de riesgos sistémicos** (como la difusión de contenidos ilícitos, la erosión de los derechos fundamentales y los procesos electorales o el agravamiento de la violencia de género y los problemas de salud mental) y la imposición de **auditorías independientes**. Además, estas plataformas tendrán que ofrecer a los usuarios la posibilidad de negarse a recibir recomendaciones basadas en la elaboración de perfiles, así como facilitar el **acceso a sus datos y algoritmos** a las autoridades e investigadores habilitados.

Guardianes de acceso: qué pueden hacer y qué no

La Ley de Mercados Digitales (DMA, en inglés) establece obligaciones para las grandes plataformas en línea que ejercen como guardianes de acceso (es decir, aquellas plataformas cuya posición dominante aboca a prácticamente todos los usuarios a utilizarlas) en el mercado digital para velar por un entorno empresarial más justo y una mayor oferta de servicios para los

consumidores.

Para evitar prácticas comerciales desleales, las plataformas consideradas guardianes de acceso deberán:

- **permitir que terceros interoperen con sus servicios.** Esta medida abre la puerta a que las plataformas más pequeñas soliciten a las plataformas de mensajería dominantes que sus usuarios puedan intercambiar mensajes, enviar mensajes de voz o archivos de una aplicación de mensajería a otra. De esta manera, los usuarios disfrutarán de una mayor oferta de servicios y no quedarán limitados a una aplicación o plataforma;
- **permitir a los usuarios profesionales acceder a los datos que generan** en la plataforma del guardián de acceso, promover sus propias ofertas y celebrar contratos con sus clientes al margen de la plataforma del guardián de acceso.

Los guardianes de acceso tendrán prohibido:

- **dar un trato de favor** en sus plataformas **a sus propios servicios y productos** (autopreferencia) en detrimento de los de terceros;
- **impedir que los usuarios desinstalen fácilmente las aplicaciones o programas preinstalados** o que utilicen aplicaciones y tiendas de aplicaciones de terceros;
- **tratar los datos personales de los usuarios para enviarles publicidad dirigida** sin su consentimiento expreso.

Sanciones

Para velar por la adecuada aplicación de las disposiciones de la nueva Ley de Mercados Digitales en un sector tan dinámico como el digital, la Comisión podrá efectuar investigaciones de mercado. En caso de incumplimiento de la legislación, la Comisión está facultada para imponer multas a los guardianes de acceso por un importe de hasta el 10 % de su facturación mundial total en el ejercicio fiscal precedente, que podría ascender hasta el 20 % en caso de reincidencia.

Declaraciones de los ponentes

Durante el [debate en el pleno](#) el lunes por la tarde, [Christel Schaldemose \(S&D, Dinamarca\)](#), ponente de la Ley de Servicios Digitales, afirmó: «Las tecnológicas se han beneficiado durante largo tiempo de la ausencia de reglas. El mundo digital se ha convertido en el “salvaje oeste”, en el que los más grandes y más fuertes fijan las reglas. Pero ha llegado a la ciudad un nuevo sheriff, la Ley de Servicios Digitales. Las normas y derechos se van a ver reforzados. También abrimos la caja negra de los algoritmos, para entender cómo generan dinero de las plataformas».

[Andreas Schwab \(PPE, DE\)](#), ponente de la Ley de Mercados Digitales, añadió «Ya no vale lo de la “supervivencia del más fuerte”. El objetivo del mercado único digital es que Europa reciba a las mejores compañías y no sólo a las más grandes. Por eso debemos centrarnos en la aplicación de la legislación. Hace falta una vigilancia adecuada para asegurar que el diálogo regulatorio funciona. Sólo una vez que tengamos un diálogo entre iguales lograremos que la UE sea respetada; se lo debemos a nuestros ciudadanos y empresas».

Próximos pasos

Tras la aprobación formal del Consejo -en julio la Ley de Mercados Digitales y en septiembre la Ley de Servicios Digitales-, ambos textos se publicarán en el Diario Oficial de la UE y entrarán en vigor veinte días después de su publicación.

La Ley de Servicios Digitales será directamente aplicable en toda la UE quince meses después de su entrada en vigor o a partir del 1 de enero de 2024 (la fecha más tardía de las dos). Los requisitos para las plataformas y motores de búsqueda de muy gran tamaño se aplicarán antes: cuatro meses tras su designación como tales por la Comisión.

La Ley de Mercados Digitales comenzará a aplicarse seis meses después de su entrada en vigor. Los guardianes de acceso tendrán un máximo de seis meses a partir de su designación para cumplir con las nuevas obligaciones.

Más información

[Textos aprobados \(6.7.2022\)](#)

[Nota de prensa tras la votación del acuerdo en comisión - Ley de Servicios Digitales \(16.6.2022\)](#)

[Nota de prensa tras la votación del acuerdo en comisión - Ley de Mercados Digitales \(16.5.2022\)](#)

[Recopilación de estudios](#)

[Material audiovisual](#)

Contactos

Estefanía NARRILLOS

Responsable de prensa

☎ (+32) 2 28 31324 (BXL)

☎ (+33) 3 881 73661 (STR)

📱 (+32) 498 98 39 85

✉ estefania.narrillos@europarl.europa.eu

Ясмiна ЯКИМОВА

Press Officer

☎ (+32) 2 28 42626 (BXL)

☎ (+33) 3 881 73774 (STR)

📱 (+32) 470 88 10 60

✉ yasmina.yakimova@europarl.europa.eu
