

## La nueva Ley de Servicios Digitales europea

Lucía Camacho G.  
CELE

### Octubre de 2022

El pasado 27 de octubre se publicó oficialmente el texto de la [Ley de Servicios Digitales](#) (*Digital Services Act* o DSA por sus siglas en inglés) y el 12 de octubre la [Ley de Mercados Digitales](#) (*Digital Markets Act* o DMA por sus siglas en inglés).

La primera (DSA) busca asegurar mayor transparencia y endurecer la responsabilidad en las actividades de moderación de contenido a cargo de motores de búsqueda, plataformas en línea grandes y pequeñas, así como otros servicios digitales. La segunda (DMA) fija reglas que apuntan a la promoción de un mercado digital más competitivo, justo y abierto (un análisis del contenido del DMA sugerimos ver el análisis ya realizado por esta autora).

### ***Vistazo al proceso legislativo***

Los dos textos legislativos fueron el resultado de un proceso que se extendió por más de dos años y en el que surgieron distintas enmiendas fruto de las idas y venidas entre los dos órganos deliberativos de la Unión Europea: el Consejo Europeo y el Parlamento Europeo.

En junio de 2020 la Comisión Europea elevó una consulta pública con un [cuestionario](#) sobre las necesidades regulatorias en materia de servicios digitales y plataformas en línea. En total se recibieron más de [2.800 respuestas](#) de un grupo diverso de participantes: organizaciones de la sociedad civil, academia, empresas, la comunidad técnica, organizaciones internacionales, el sector privado y *Big Tech*, usuarios de servicios digitales y el público en general.

A partir de esa información se proyectó un primer borrador formal de los proyectos de ley ([DSA](#), [DMA](#)) que se presentó en diciembre de 2020 ante el Consejo y el Parlamento Europeo.

Los borradores fueron objeto de sucesivas enmiendas<sup>1</sup> por parte de ambos organismos, lo que condujo a debates preliminares sobre su contenido y a posterior logro de acuerdos interinstitucionales entre el Consejo y el Parlamento, cuyo objetivo era alcanzar una versión de cada proyecto de ley que pudiese ser votada y aprobada.

Aquí relacionamos algunas de las modificaciones más importantes que tuvieron lugar:

- Noviembre de 2021, enmiendas al [DMA](#) por el Parlamento Europeo y postura (llamada ‘orientación general’) del Consejo Europeo sobre la [DSA](#) y el [DMA](#)
- Diciembre de 2021, enmiendas a la [DSA](#) propuestas por el Parlamento Europeo
- Enero de 2022, enmiendas a la [DSA](#) por el Parlamento Europeo
- Mayo de 2022, acuerdo interinstitucional sobre el [DMA](#) entre el Consejo y el Parlamento Europeo
- Junio de 2022, acuerdo interinstitucional sobre la [DSA](#) entre el Consejo y el Parlamento Europeo
- Julio de 2022, aprobación final de la [DSA](#) y el [DMA](#) por el Parlamento Europeo y aprobación del [DMA](#) por el Consejo Europeo.

El análisis que sigue, y que se enfoca en los aspectos más destacables en materia de libertad de expresión de la Ley de Servicios Digitales, se orienta en la versión aprobada el pasado 5 de julio por el Parlamento Europeo (versión que fue acogida sin modificación en el texto recientemente publicado).

### ***¿Por qué es tan especial esta ley y por qué nace ahora?***

La pregunta sobre si regular o no y cómo a las plataformas digitales y los servicios en línea no es reciente y su respuesta no ha sido pacífica, o por lo menos no ha sido uniforme. Las discusiones sobre la responsabilidad de intermediarios y las reglas que aplican en internet se habían inclinado, a inicio de siglo, hacia el modelo de autorregulación, esto es, permitir al mercado digital y a sus propios actores dictar sus propias reglas en tanto que mayores cargas se traducían en la puesta en marcha de mecanismos que podrían limitar el ejercicio de derechos en la Red.

Sin embargo, el paso del tiempo y cientos de casos conocidos sobre promoción de contenido ilegal o violento en plataformas en línea que ejercen una influencia significativa en el discurso público -y que ha sido objeto de más de un reporte de las Relatorías de la ONU y la OEA para la Libertad de Expresión-, así como la moderación injusta, confusa, inconsistente y poco transparente de los contenidos protegidos por la libertad de expresión, es lo que ha motivado a los legisladores de la Unión Europea a la toma de cartas en el asunto.

La DSA nace precisamente para garantizar una “mejor protección a los usuarios y los derechos fundamentales en línea, establecer un sólido marco de transparencia y rendición de cuentas

---

<sup>1</sup> Las enmiendas que tuvieron lugar en los acuerdos interinstitucionales de donde surge una versión casi definitiva de lo que será más adelante ley no fueron objeto de socialización ni discusión con la sociedad civil. Sugiero ver: <https://www.wired.com/story/eu-opaque-policy-making-dsa/>

para las plataformas en línea y proporcionar un marco único y uniforme en toda la UE”.<sup>2</sup> Pero la así denominada “[nueva constitución de internet](#)” no aterriza de la nada, pues en principio nació para actualizar la directiva de comercio electrónico del año 2000 (e-Commerce Directive 2000/3/EC).

La Directiva en su momento unificó reglas que buscaron facilitar la prestación transfronteriza de servicios en línea, así como en materia de transparencia en su funcionamiento, fijó limitaciones a la responsabilidad de los proveedores de servicio e intermediarios en internet, entre otros. Sin embargo, en veinte años la realidad de la economía digital ha sufrido grandes transformaciones frente a las cuales la Directiva parecía no responder del todo.

La intención de actualizar la Directiva se afianzó en el 2018 producto de la [Recomendación 2018/334](#) de la Comisión Europea (entidad que confeccionó el borrador inicial de la DSA y del DMA) que sugirió la necesidad de tomar medidas efectivas para combatir el contenido ilegal en línea asociado, por ejemplo, a la difusión de información de actividades terroristas, a la explotación sexual infantil, al discurso de odio, entre otros; al tiempo que insistió en la importancia de proveer herramientas transparentes para discutir la legalidad de los contenidos retirados de una plataforma de manera injustificada.

Este es, *grosso modo*, el contexto en el que se explica el por qué de la nueva Ley aprobada por el Parlamento Europeo. Ahora ¿a quiénes aplica y qué prevé?

### ***¿A quiénes aplica?***

Sin importar si tienen su sede legal dentro o fuera de la Unión Europea, esta ley aplicará a (i) las grandes plataformas en línea (*very large online platforms* o VLOPs) y grandes motores de búsqueda; a (ii) las plataformas en línea, como las que conectan a vendedores con consumidores, tiendas de aplicaciones, plataformas de economía colaborativa; (iii) y a los intermediarios (que agrupa a los de hospedaje, caché y mera transmisión).

El número de usuarios mensuales y activos es el criterio que permite diferenciar entre una plataforma y motor de búsqueda grande de una chica. Esta distinción en razón del tamaño se torna especialmente relevante por dos aspectos: el tamaño no solo influye en un mayor número de obligaciones a cargo, sino que influye en los tiempos con que los sujetos obligados cuentan para implementarlas pues los más grandes deben implementar más pronto.

Así, se considera “grande” a la plataforma o motor de búsqueda que tiene 45 o más millones de usuarios en la Unión Europea. En tanto que la población podrá aumentar o disminuir año a año, el estimado en millones se actualizará para que equivalga al 10%% de la población total en la Unión (art. 25, secc. 4). Claramente, los sujetos obligados tienen que reportar luego de la entrada en vigencia de la ley y cada seis meses sobre el número de usuarios activos que tienen en la Unión (art. 23).

---

<sup>2</sup> Ver texto original en: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/OANDA\\_20\\_2348](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/OANDA_20_2348)

### ***¿Qué prevé la ley de servicios digitales?***

La ley cuenta con cinco capítulos: I Capítulo (arts. 1 al 2) sobre provisiones generales. II Capítulo (art. 3 al 9) sobre responsabilidad de intermediarios. III Capítulo (art. 10 al 37) sobre debida diligencia y ambiente seguro en línea. IV Capítulo (art. 38 al 70) sobre implementación, cooperación, sanciones y aplicación. V Capítulo (art. 71 al 74) sobre provisiones finales.

Las obligaciones y responsabilidades descritas en la ley se pueden separar entre las que tienen a cargo de las plataformas en línea, las grandes plataformas y motores de búsqueda, y las que tienen a cargo el resto de actores (intermediarios). Algunas de las más importantes las destacamos a continuación.

#### **Para todas las plataformas en línea**

- Obligación sobre sus términos y condiciones

Deben proveer a los usuarios de sus servicios con un resumen de sus términos y condiciones que sea conciso, accesible y en formato legible por máquina. Este debe incluir información sobre recursos disponibles y mecanismos de compensación en lenguaje claro e inequívoco. Los términos y condiciones de sus servicios deben estar disponibles en el lenguaje oficial de cada uno de los países miembros de la Unión en los que ofrecen sus servicios (art. 12 num 2a, 2c).

- Obligación de transparencia

Las plataformas deben publicar un informe anual comprensivo de las actividades de moderación de contenidos que llevaron a cabo, en formato público y legible por máquina. Debe contener información sobre el número de quejas recibidas a través de mecanismos internos de denuncia y las decisiones que fueron asumidas en dichos casos, el tiempo promedio de respuesta y los eventos en que las decisiones iniciales fueron reversadas (art. 13 lit d). Esta obligación no aplica para pequeñas plataformas en línea.

En dichos reportes también se debe informar sobre el número de disputas en materia de moderación de contenido que han sido resueltas ante mecanismos extrajudiciales para el arreglo de controversias, también deben informar sobre el número de suspensión a usuarios distinguiendo entre las suspensiones por la difusión de contenido ilegal, las suspensiones por el envío de quejas y avisos infundados de contenido ilegal (art. 23).

- Obligaciones en materia de publicidad

Las plataformas en línea que muestren publicidad a sus usuarios deben marcar la información entregada como publicidad para que su identificación como tal sea inequívoca, para ello debe constar la persona legal o natural en beneficio de la cual circula esa publicidad. Se debe incluir información sobre qué parámetros son empleados para mostrar dicha publicidad y cómo pueden influenciar o cambiar esos parámetros los usuarios de los servicios que éstas prestan.

No se debe mostrar publicidad como producto del perfilamiento de usuarios tomando como parámetro sus datos sensibles (art. 24).

- Obligaciones derivadas del uso de sistemas de recomendación

Así mismo deben informar sobre los términos y condiciones de los sistemas de recomendación de sus servicios y los principales parámetros en los que se orienta dicho procedimiento y las opciones que tienen los usuarios de sus servicios para modificarlas o influenciarlas (art. 24).

- Protección a menores de edad

Las plataformas que tengan usuarios menores de edad deben poner en marcha medidas apropiadas y proporcionales que aseguren un alto nivel de protección a su privacidad y seguridad. No deben circular entre usuarios menores de edad publicidad orientada en el perfilamiento a partir de sus datos personales (art. 24b).

- Señalizadores de confianza - *Trusted flaggers*

En otros entornos como el de control de tráfico un “human flagger” es la persona que tiene a su cargo el control vehicular. Debe avisar a los conductores, por ejemplo, de obras de construcción y la necesidad de que transiten a una velocidad más baja. Un *trusted flagger*, en el ámbito de la DSA, es la persona jurídica que cuenta con la experiencia en áreas específicas para identificar y avisar a las plataformas en línea de la circulación de contenido ilegal. Se trata de entidades expertas que llevan a cabo dicha tarea de manera diligente, precisa, independiente y objetiva (ver num. 46 de los considerandos de la ley; art. 19).

Los señalizadores de confianza del contenido ilegal deben ser reconocidos por todas las plataformas en línea. Pueden ser de naturaleza estatal o no gubernamental. Por su competencia y experiencia, los avisos que éstos remitan a las plataformas deberían poder ser tramitados de manera más expedita, aunque esta es una mención contenida en las consideraciones de la ley más no en su articulado.

- Mecanismos internos de atención a quejas y mecanismos extrajudiciales de arreglo de disputas

Especialmente las grandes plataformas en línea deben poner en marcha mecanismos que permitan a cualquier persona avisar sobre la presencia de contenido ilegal que circula en sus entornos digitales. La decisión sobre el aviso debe ser compatible con los términos y condiciones de la plataforma.

La decisión puede o no apuntar a la remoción, desactivación o restricción de visibilidad del contenido denunciado; a suspender o terminar la provisión del servicio en todo o en parte a los usuarios receptores del mismo; a suspender o cerrar la cuenta de los usuarios receptores del

contenido; o a suspender, terminar o restringir de otra manera la posibilidad de monetizar un contenido.

Una vez remitida la decisión a la persona afectada, la plataforma deberá ofrecer durante los seis meses siguientes a su expedición un mecanismo interno y efectivo de manejo de quejas en contra del contenido de su propia decisión inicial. El mecanismo interno debe ser fácil de acceder, amigable con el usuario y su uso debe permitir el trámite electrónico, sin cargo.

El trámite de las quejas en contra de las decisiones (una suerte de recurso de reposición, si se quiere) deberá suceder de manera oportuna, no discriminatoria, diligente y no arbitraria. La decisión deberá ser revertida siempre que la plataforma encuentre que el aviso inicial era infundado, no era incompatible con sus términos y condiciones, entre otros. Revertir la decisión debe suceder sin retrasos indebidos. La plataforma debe poder asegurar que esta segunda decisión en contra de la primera se dictó bajo el control de personal calificado y que no es producto de una decisión automatizada.

La decisión de la queja deberá ser notificada sin retrasos indebidos y se deberá informar a la persona afectada sobre la posibilidad de tramitar un arreglo o acuerdo extrajudicial (art. 17).

Al mecanismo extrajudicial de arreglo de disputas pueden concurrir los usuarios del servicio, así como quienes remitieron el aviso inicial. A esta instancia pueden remitir las disputas en torno al contenido de la decisión de reposición, así como las otras quejas que no puedan ser resueltas a través del mecanismo interno de quejas. La decisión ante estas instancias no será vinculante para las partes.

Esta instancia de naturaleza extrajudicial será compatible con procedimientos de tipo judicial que sean iniciados por el usuario afectado. La ley consagra una serie de provisiones respecto a dicha instancia extrajudicial y su certificación -de imparcialidad, independencia, capacidad, experiencia, etc.- la cual estará a cargo de los Coordinadores de Servicios Digitales, figuras delegadas por la ley en cada país de la Unión y que estarán encargadas de articular el cumplimiento de la misma a nivel local (art. 18).

- Medidas y protección en contra del mal uso del servicio

Las cuentas de los usuarios que con frecuencia circulen en una plataforma contenido ilegal podrán ser suspendidas, por un tiempo razonable y solo con posterioridad al envío de una advertencia previa. Lo mismo sucederá respecto de usuarios o entidades -como los *trusted flaggers*- que remitan con frecuencia avisos sobre contenido ilegal de manera infundada.

Dicha suspensión debe estar sometida a un análisis caso a caso, ser decidida en tiempo y de manera objetiva. Las plataformas tienen la obligación de publicar en debida forma las políticas sobre uso indebido de sus servicios con ejemplos sobre los hechos y circunstancias que toman en cuenta a la hora de evaluar si suspender o no una cuenta y el tiempo de duración de la medida (art. 20).

### Para las grandes plataformas en línea y grandes motores de búsqueda

Adicionalmente a las obligaciones anteriores, las grandes plataformas y motores de búsqueda deben llevar a cabo evaluaciones y análisis de impacto y de riesgo de sus servicios, acciones de mitigación de dichos riesgos, y disponer de mecanismos de respuesta de crisis y llevar a cabo auditorías independientes (arts. 26 al 28).

En caso de emplear sistemas de recomendación deben proveer alternativas a sus usuarios que no estén basadas en el perfilamiento (art. 29). Deben nombrar un encargado de cumplimiento de las previsiones contenidas en la ley (art. 32). Los reportes en materia de transparencia deben publicarlos dos meses después de la entrada en vigencia de la ley en al menos un idioma oficial de la Unión (art. 33).

También deben garantizar a los Coordinadores de Servicios Digitales, así como a la Comisión Europea acceso a los datos que sean necesarios para monitorear y evaluar el cumplimiento de la ley. Los Coordinadores de Servicios Digitales podrán conceder, a su vez, acceso a investigadores seleccionados a los datos de las plataformas en línea (art 31).

La ley promueve la creación de códigos de conducta (art. 35), de publicidad en línea (art. 36), en favor de la accesibilidad (art. 36a), y protocolos para crisis que afecten la seguridad o la salud pública (art. 37). Los códigos de conducta, publicidad y el protocolo para crisis son de adopción voluntaria.

La Comisión Europea incentivará el desarrollo de estos códigos que son de naturaleza voluntaria. Su diseño, de ser emprendido, debe convocar a las múltiples partes interesadas para que su contenido fortalezca las obligaciones de transparencia a cargo de las partes obligadas.

### Para intermediarios

- Responsabilidad e inmunidades

Para los intermediarios (de caché, mera transmisión y de hospedaje) se prevén inmunidades de responsabilidad en su favor siempre que se atiendan requisitos muy concretos (por ej., no tener conocimiento de que se está transmitiendo, asegurando u hospedando contenido ilícito, o no haber iniciado o modificado la información transmitida).

Dicha inmunidad se mantendrá incluso cuando, en aras de detectar contenido ilícito, dichos intermediarios actúen de buena fe y de manera diligente adelantando investigaciones voluntarias o tomando medidas dirigidas a su detección, identificación, remoción o inhabilitación.

No tienen a su cargo ningún deber que deba conducir al monitoreo de la información almacenada o transmitida, así como a la búsqueda de hechos o circunstancias indicativas de que se está llevando a cabo alguna actividad ilícita (art. 7)

Tienen la obligación de actuar y responder ante el recibo de órdenes de actuar contra el contenido ilegal y órdenes de proveer información que pueden provenir de autoridades judiciales o administrativas de los países de la Unión, así como de cualquier otra autoridad destinada al seguimiento y aplicación de esas órdenes (art. 8).

- Obligación de nombrar un punto de contacto y representante legal

Deben nombrar un solo punto de contacto -o representante- capaz de contactar con las autoridades de la Unión, así como las autoridades de sus países miembros. También deben designar un punto de contacto para que puedan sostener una comunicación directa con los usuarios de servicios de internet en la Unión, en este caso la comunicación no podrá depender únicamente de la atención vía *chat bot* o a través de herramientas automatizadas (art. 10 y 10<sup>a</sup>). La información sobre el punto de contacto en ambos casos debe estar actualizada y ser fácilmente accesible.

También tienen la obligación de nombrar un representante legal que pueda actuar en su nombre y estar revestido de la autoridad, facultades y recursos necesarios para cumplir con las órdenes que se dicten en el marco de la DSA (art. 11).

- Obligaciones sobre sus términos y condiciones

Deben publicar los términos y condiciones sobre sus servicios y la información sobre limitaciones o restricciones en su prestación. Dicha información debe incluir además las políticas, procedimientos, medidas y herramientas utilizadas en la moderación de contenidos, así como el uso de herramientas automatizadas de toma de decisiones y de revisión humana, junto a las reglas internas para tramitar internamente quejas en materia de moderación.

La información debe ser accesible en formato claro, inteligible y amigable con los usuarios. Debe ser público y estar disponible en un formato legible por máquina. Los cambios en los términos y condiciones deben ser notificados a los usuarios. Cuando los usuarios del servicio sean menores de edad, la información debe entregarse de manera que éstos puedan comprenderla (art. 12).

- Obligación de transparencia

Los intermediarios, en general, deben publicar al menos una vez al año un reporte de transparencia comprensivo sobre las actividades de moderación de contenido que llevan a cabo, en formato público, accesible y legible por máquina (art. 13).

Se prevén detalles sobre qué debe contener dicho informe como, por ejemplo, el número de órdenes recibidas por las autoridades de los países de la Unión, las actividades de moderación adelantadas por cuenta propia especialmente en uso de herramientas automatizadas, las medidas desplegadas para entrenar esas herramientas, entre otros (art. 13).



- Mecanismos de aviso y acción - *notice and action*

Los proveedores del servicio de hospedaje deben poner en marcha mecanismos que permitan a cualquier persona avisar sobre la presencia de contenido ilegal en sus servicios. Dicho proceso de aviso debe ser accesible, amigable con el usuario. Estos servicios deben, en caso de que haya sido provista información de contacto de la persona que envió el aviso, confirmar sin retraso indebido su recepción y notificar sobre la decisión y los mecanismos de compensación disponibles (art. 14).

En la respuesta al aviso deben hacer una exposición de motivos a los usuarios afectados sobre las restricciones impuestas, especialmente si afectan la visibilidad de elementos del contenido como su remoción, desactivación o degradación; la suspensión, terminación o restricción de pagos en dinero (o monetización); la suspensión o terminación del servicio en todo o en parte; así como el cierre de la cuenta de la persona usuaria del contenido (art. 15).

La exposición de motivos debe contener los hechos y circunstancias que llevaron a la decisión. Igualmente, se debe informar si en la decisión se emplearon tecnologías de automatización en la toma de decisiones y la base legal de la remoción del contenido si éste era ilegal. Toda esta información debe ser clara, accesible y amigable con los usuarios afectados (art. 15).

Si el proveedor de servicio de hospedaje llegase a tener conocimiento que algún contenido se relaciona con un delito que puede o está teniendo lugar y que representa un peligro para una o varias personas, éste debe avisar inmediatamente a las autoridades del país de la Unión que tenga interés en dicha situación -si hay información que permita identificar qué país pueda tener interés por ejemplo, porque se sabe cuál es el domicilio del agresor-, de lo contrario deberá avisar a Europol o el país de la Unión donde esté establecido su representante legal (art. 15<sup>a</sup>).

### ***Definiciones de interés***

<b>Traducción</b>	<b>Original</b>
Moderación de contenido	Content moderation
Actividades, automatizadas o no, realizadas por proveedores de servicios de intermediación destinadas, en particular, a detectar, identificar y tratar contenidos ilegales o informaciones incompatibles con sus términos y condiciones, facilitados por los destinatarios del servicio, incluidas las medidas adoptadas que afecten a la disponibilidad, visibilidad, y la accesibilidad	<i>Activities, automated or not, undertaken by providers of intermediary services aimed, in particular, at detecting, identifying and addressing illegal content or information incompatible with their terms and conditions, provided by recipients of the service, including measures taken that affect the availability, visibility, and accessibility of that illegal content or that information, such as</i>

de ese contenido ilegal o esa información, como la degradación, la desmonetización, la inhabilitación del acceso o la eliminación del mismo, o la capacidad de los destinatarios para proporcionar esa información, como la terminación o suspensión de la cuenta de un destinatario.

*demotion, demonetization, disabling of access to, or removal thereof, or the recipients' ability to provide that information, such as the termination or suspension of a recipients' account.*

Ver: Art. 2, literal p

#### Contenido ilegal

#### Illegal content

Cualquier información que, en sí misma o en relación con una actividad, incluida la venta de productos o la prestación de servicios, no se ajuste al derecho de la Unión o al derecho de cualquier Estado miembro que se ajuste al derecho de la Unión, independientemente del objeto preciso o la naturaleza de esa ley.

*Means any information, which, in itself or in relation to an activity, including sale of products of the provision of services, is not in compliance with Union law or the law of any Member State which is in compliance with the Union law, irrespective of the precise subject matter or nature of that law.*

Ver: Art. 2, literal g

### ***¿Qué hay de su puesta en marcha?***

La DSA entrará en vigor a los 20 días siguientes de su publicación oficial contados a partir del día 27 de octubre. Será aplicable a los 15 meses siguientes de su entrada en vigencia o el 1 de enero del 2024. Sin embargo, las grandes plataformas en línea y los grandes motores de búsqueda deberán empezar su implementación a los cuatro meses siguientes de haber sido informadas de que, en efecto, son *grandes* de acuerdo a los criterios de número de usuarios activos que se advirtieron más arriba (art. 25 y art. 74).

Su implementación y aplicación efectiva depende de diversos factores, entre ellos, la creación de los nuevos organismos que consagra como los Coordinadores de Servicios Digitales en cada país, y el nuevo Centro Europeo de Transparencia Algorítmica que tendrá que contratar, a su vez, expertos en la materia para apoyar la tarea de aplicación y cumplimiento de la ley a nivel técnico.

A futuro se tendrá que explorar cómo este marco legal interactúa con otros más recientes, como la nueva Directiva sobre los Derechos de Autor en el Mercado Único Digital ([CDSM](#) por sus siglas en inglés) que pronto empezará a aplicar también en la Unión Europea. Si bien la DSA no es una norma que contenga previsiones en derechos de autor no hay que ignorar que esta última podría llegar a ser considerada *'lex specialis'*, por ejemplo, en lo que tiene que ver con

los mecanismos de atención a quejas y denuncias de contenidos ilegales que también fueron regulados en 2019 por el CDSM.