
This is the **published version** of the bachelor thesis:

Peña Flores, Bruno Jesús; Suquet Capdevila, Josep, dir. Bing como Very Large Online Search Engine. 2024. (Grau en Administració i Direcció d'Empreses i Grau en Dret)

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/303608>

under the terms of the  license



Bing Como *Very Large Online Search Engine*

Análisis del cumplimiento normativo de Bing respecto al Reglamento 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo del 19 de octubre de 2022 relativo a un mercado único de servicios digitales

Bruno J. Peña Flores
Trabajo Final de Grado de Derecho
Grado en ADE y Derecho
Curso 2023-2024
Josep Suquet Capdevila
13 de mayo de 2024

Resumen

Desde su creación, Internet se ha convertido en una herramienta indispensable para la vida diaria de la población mundial. Esta nueva esfera digital ha proporcionado una amplia gama de recursos y oportunidades para los usuarios, que incluyen mayor interconectividad y la capacidad de comunicarse instantánea globalmente, entre otros beneficios. Estas ventajas están al alcance de todos a través de una gran variedad de dispositivos, donde sea y cuando sea. Sin embargo, este avance revolucionario no ha llegado libres de problemas: los delitos en línea, conductas nocivas y prácticas abusivas realizadas por las empresas líderes del sector digital son problemas con los que los destinatarios finales de estos servicios se enfrentan de manera habitual.

Con el fin de proteger sus intereses, la Comisión Europea, pionera en la creación de legislación específica para regular las relaciones entre empresas y usuarios en el ámbito digital, ha creado una serie de normas para garantizar un marco jurídico que los proteja de manera efectiva.

Así se concibieron la Directiva 2000/31/CE de comercio electrónico en la UE, el Reglamento 2016/679 general de protección de datos y muchas otras disposiciones con el objetivo de evitar que los avances digitales se superpongan a los derechos de los destinatarios finales de servicios en internet y la calidad de los servicios digitales.

La disposición más novedosa y ambiciosa de la Comisión en materia digital es el *Digital Services Act Package*, que incorpora dos reglamentos: el *Digital Services Act* y el *Digital Markets Act*. Ambos están centrados en aumentar la protección de los destinatarios finales de servicios digitales, endureciendo las obligaciones que los prestadores de servicios en línea deben cumplir y armonizando la normativa comunitaria anterior relativa en la materia. De dicha normativa, el *Digital Services Act* es el primero en entrar en vigor, siendo todas sus provisiones aplicables desde el 17 de febrero de 2024.

Al tratarse de una norma tan reciente, el presente trabajo pretende analizar si el *Digital Services Act* o Reglamento 2022/2065, de 19 de octubre de 2022 relativo a un mercado único de servicios digitales ha tenido un efecto real para los destinatarios finales de servicios digitales y a las empresas designadas como sujetos obligados.

Para ello este estudio se centrará en el segundo motor de búsqueda más grande en Internet: Bing, el *search engine* de Microsoft Corporation. Por esto, el objetivo de este trabajo será determinar si Bing cumple con sus nuevas obligaciones derivadas del *Digital Services Act*. Todo

ello con la finalidad de dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cumple Bing con el Digital Services Act?

La cuestión será contrastada mediante la comparación las obligaciones establecidas en el *Digital Services Act* aplicables a una de las dos empresas designadas por la Comisión como *Very Large Search Engines*, en este caso, Bing, propiedad de Microsoft Corporation. Este análisis se hará a través de la revisión de las condiciones de uso de Bing, su política de privacidad y los recursos que proporciona a los usuarios para demostrar el cumplimiento de sus obligaciones legales en términos de privacidad y seguridad. Además, se utilizarán diversos recursos en línea ofrecidos por la Unión Europea en línea para contrastar la información ofrecida por Bing, contextualizar los datos numéricos y establecer puntos de referencia para comparar y extraer conclusiones sobre la hipótesis planteada. Para completar el análisis y profundizar en determinados aspectos mencionados relevantes se utilizarán los recursos contemplados en la bibliografía.

Índice

1. Introducción	1
2. State of the art	5
2.1. Antecedentes del DSA	5
2.2. Digital Services Act	6
2.3. ¿Qué es un motor de búsqueda en línea de muy gran tamaño?	8
2.4. Obligaciones de Bing como VLOSE	9
2.4.1. Evaluación de riesgos (Artículo 34 DSA)	9
2.4.2. Reducción de riesgos (Artículo 35 DSA)	10
2.4.3. Mecanismos de respuesta a las crisis (Artículo 36 DSA)	11
2.4.4. Auditorías independientes (Artículo 37 DSA)	12
2.4.5. Sistemas de recomendación (Artículo 38 DSA)	13
2.4.6. Transparencia adicional sobre publicidad en línea (Artículo 39 DSA)	15
2.4.7. Acceso a datos y escrutinio (Artículo 40 DSA)	17
2.4.8. Función de comprobación del cumplimiento (Artículo 41 DSA)	17
2.4.9. Obligaciones de transparencia informativa (Artículo 42 DSA)	18
2.4.10. Tasa de supervisión (Artículo 43 DSA)	19
3. Resultados	20
3.1. ¿Cumple Bing con sus nuevas obligaciones?	20
3.1.1. Evaluación de riesgos (Artículo 34 DSA)	20
3.1.2. Reducción de riesgos (Artículo 35 DSA)	22
3.1.3. Sistemas de recomendación (Artículo 38 DSA)	23
3.1.4. Transparencia adicional sobre publicidad en línea (Artículo 39 DSA)	25
3.1.5. Obligaciones de transparencia informativa (Artículo 42 DSA)	26
4. Conclusiones	27
5. Legislación citada	29
6. Bibliografía	29

1. Introducción

Los dispositivos y herramientas digitales han dejado de ser una herramienta de uso puntual para incorporarse en la vida diaria de millones de usuarios de Internet, esto es debido al traspaso de actividades rutinarias clave a entornos virtuales como pueden ser la comunicación, el uso de servicios bancarios y otros¹. Esto supone que los usuarios se encuentren constantemente conectados a la red con ordenadores, móviles y todo tipo de dispositivos. El incesante flujo de información tiene diversas finalidades: ocio, trabajo, estudios, etc. Este sinfín de posibilidades ha convertido a internet en un punto central de nuestras vidas y un mercado extremadamente lucrativo para las empresas de todos los sectores².

Un avance tan significativo no ha llegado sin obstáculos. Se producen constantemente conductas delictivas en línea como el secuestro de información, también conocido como *ransomware*, suplantación de identidad, estafas, entre otros³, contra las que se lucha de manera constante. No obstante, el peligro no se limita solo a los delitos cometidos a nivel individual, sino que las empresas proveedoras de servicios en internet también pueden llegar a restringir o vulnerar los derechos de los usuarios a través de la incesante recolección de datos, a menudo omitiendo sus responsabilidades a cambio de una mayor rentabilidad.

Por ello, la Unión Europea busca crear normativa que limite estas vulneraciones, siendo la más reciente el *Digital Services Act Package* (en adelante “DSAP”). Sin embargo, esta misión no es fácil y se enfrenta con dos claras dificultades. La primera es la rápida y constante evolución del mundo digital, que genera una permanente desactualización de las medidas implementadas, llegando a ser incluso contraproducentes⁴. La segunda dificultad recae en el alto grado de secretismo que las plataformas guardan respecto a sus procesos y funcionamiento, ya que hacerlos completamente públicos podría comprometer su modelo de negocio e incluso su misma existencia y posición en el mercado.

¹ Eurostat. (2023). *Digitalisation in Europe: 2023 interactive publication*. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/interactive-publications/digitalisation-2023#about-this-publication>

² Eurostat. (2023). *Digitalisation in Europe: 2023 interactive publication*. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/interactive-publications/digitalisation-2023#about-this-publication>

³ Medero, et al. (2012). *Delitos en internet: clases de fraudes y estafas y las medidas para prevenirlos*. (Boletín de Información 324). Ministerio de Defensa.

⁴ Humans Right Watch. (10 de noviembre de 2021). *How the EU's flawed artificial intelligence regulation endangers the social safety net: Questions and answers*. Humans Right Watch. 17- 23. <https://www.hrw.org/news/2021/11/10/how-eus-flawed-artificial-intelligence-regulation-endangers-social-safety-net>

Los problemas previamente mencionados no son nuevos y han sido ya afrontados por diversas normas. Sin embargo, el *Digital Services Act* es uno de los más ambiciosos en esta materia. Por esta razón, se analizará el Reglamento 2022/2065, de 19 de octubre de 2022 relativo a un mercado único de servicios digitales (en adelante “DSA”) aplicado al caso de Bing, el segundo motor de búsqueda más grande en el mercado⁵.

Bing pertenece a Microsoft Corporation, una de las principales empresas tecnológicas en el mercado de la tecnología, facturando en 2023 de 211.915 millones de USD⁶. Microsoft es dueña también del navegador Internet Explorer, recientemente renombrado como Edge. Se puede afirmar que Bing es uno de los actores principales en su sector debido a que el 13,2% de las búsquedas en dispositivos de sobremesa⁷ se hace a través de su motor de búsqueda. Debido a su presencia y poder en el sector, es sustantivo el estudio de sus comportamientos frente al DSA.

Microsoft, como propietaria de Windows, uno de los principales sistemas operativos en millones de dispositivos con acceso a la red, instala de forma predeterminada Edge en sus dispositivos. A su vez, Edge utiliza Bing de forma predeterminada, lo que aumenta considerablemente su uso como motor de búsqueda en comparación con otros motores que deben ser descargados e instalados manualmente.

Puesto que Bing es uno de los motores de búsqueda más utilizados mundialmente y pertenece a una de las empresas tecnológicas más grandes del mercado, es esencial estudiar el comportamiento de la compañía matriz respecto a su motor de búsqueda Bing y evaluar si cumple de manera efectiva con las disposiciones establecidas en el DSA. Esta comprobación se realizará bajo la hipótesis: ¿Cumple Bing con el DSA?

Para realizar el análisis se contrastarán las obligaciones establecidas para los *Very Large Search Engines* en el DSA frente a los términos y condiciones de Microsoft, así como su política de privacidad. Se examinará cómo Bing recoge, procesa y utiliza la información de los destinatarios finales de su servicio, junto con las condiciones de uso y cualquier comunicación pública y accesible proporcionada por Microsoft o Bing. Además, se contrastarán todos los datos

⁵ Comisión Europea. 25 de abril de 2023. *Digital Services Act: Commission designates first set of Very Large Online Platforms and Search Engines*.

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_2413

⁶ Microsoft Corporation. (2023). *Annual Report 2023*.

<https://www.microsoft.com/investor/reports/ar23/index.html>

⁷ Microsoft. s.f. *Microsoft Advertising*. <https://about.ads.microsoft.com/es-es>

proporcionados por Microsoft con los datos divulgados por la Unión Europea a través de sus organismos, como la Comisión Europea y Eurostat, así como cualquier otra fuente de información oficial. Para completar el análisis se aprovecharán las referencias y los recursos bibliográficos para desarrollar conceptos relevantes a las ideas presentadas.

Para contrastar la hipótesis establecida, ¿Cumple Bing con el DSA?, se utilizarán cuatro fases principales.

Primero, esta introducción exponiendo la metodología que se empleará, las fuentes relevantes de información y la hipótesis bajo la cual se trabajará.

En segundo lugar, *el State of the Art*, recogiendo la evolución y el panorama actual normativo en materia de derecho digital en la Unión, detallando cada obligación que establece el DSA aplicable exclusivamente a los motores de búsqueda de muy gran tamaño designados por la Comisión.

Seguidamente irán los resultados dónde se detallará cómo Bing cumple o incumple con las obligaciones establecidas en la normativa estudiada en el segundo apartado, poniendo especial atención a aquellas disposiciones que se consideren más relevantes y, sobre todo, las que se puedan confirmar de manera efectiva por un tercero ajeno a la Comisión, Bing o los coordinadores de servicios digitales.

Para finalizar estarán las conclusiones, en las que se valorará la hipótesis presentada, confirmando o rechazando si Bing se adapta a las nuevas obligaciones, acorde a los argumentos presentados a lo largo de este trabajo. Además, se observará a través de qué medios ha cumplido o incumplido con ellas o no, detallando las limitaciones del estudio y los futuros problemas o retos a los que se enfrentarán los legisladores para la regulación futura de compañías como Microsoft.

Para finalizar la introducción, se remarca que el Reglamento analizado es una norma cuyas disposiciones son de reciente aplicación, las más relevantes son de febrero de 2024. Por lo tanto, aún no ha sido objeto de una interpretación exhaustiva por parte de los tribunales competentes. Esta circunstancia es relevante porque, al carecer de precedentes judiciales recientes sobre su interpretación y aplicación, existe el riesgo de cometer errores del pasado si se utilizan interpretaciones obsoletas. Esto es esencial debido a que el legislador se enfrenta al desafío de regular un entorno digital en constante evolución, donde los cambios impredecibles son

frecuentes. Por lo tanto, no se mencionará interpretaciones jurisprudenciales relacionadas que no desarrollen específicamente los preceptos contenidos en el *Digital Services Act*.

2. State of the art

2.1. Antecedentes del DSA

Para analizar el estado actual y relevancia del DSA, es esencial entender de dónde surge esta nueva normativa que busca armonizar y mejorar el marco jurídico precedente. Por ello, se procede a estudiar cuáles son los antecedentes que han llevado al DSA y cómo han moldeado el DSAP.

Para comenzar, las normas sustantivas de la UE en materia digital son variadas, y esto también es aplicable a aquellas relativas a servicios de la sociedad de información (en adelante, “Servicios”). Por lo tanto, no existe solo diversidad temática, sino que también varía su alcance y desarrollo. Esto implica que los estados miembros pueden seguir diferentes vías para ejecutar objetivos planteados por la UE, lo que plantea uno de los problemas clásicos del Derecho Internacional: las compañías estudian y escogen aquellas jurisdicciones que mejor se adecúen a las necesidades intrínsecas de sus negocios. El DSA pretende armonizar las condiciones para la prestación de los servicios digitales intermediarios en el mercado interior de la Unión Europea.⁸

De esta manera, el DSAP nace como una herramienta con el objetivo de armonizar un gran número de disposiciones relativas a los Servicios y facilitar el cumplimiento de los objetivos impuestos de manera uniforme en la Unión Europea.⁹

Para cumplir esta tarea, el DSAP crea dos Reglamentos, el Reglamento de Servicios digitales o DSA y el Reglamento de Mercados Digitales o *Digital Markets Act*.

El DSA se basa y mejora los preceptos de la **Directiva 2000/31/CE**¹⁰, esta fue la primera en establecer obligaciones para los operadores de Servicios respecto a comunicaciones comerciales, en su sección segunda, artículos 6 - 8. También regulaba aspectos de los contratos por vía electrónica en los artículos 9 – 11. Además de regular también sobre la responsabilidad de servicios intermediarios en la sección tercera artículos 12 - 15. El DSA toma aspectos clave de la Directiva y los incluye para cumplir de mejor con sus objetivos establecidos.

⁸ Considerando 2 del Reglamento 2022/2065.

⁹ Considerando 2 del Reglamento 2022/2065.

¹⁰ Directiva 2000/31/CE del parlamento europeo y del consejo sobre el comercio electrónico. Diario Oficial de la Unión Europea. L 178/1. (2000). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031>

Asimismo, la Directiva de comercio electrónico ha sido esencial para el desarrollo del mercado digital de la UE. Por ello, es esencial remarcar que el DSA no sustituye ni la **Directiva 2000/31/CE** ni el **Reglamento 2016/679**¹¹, sino que los complementa y desarrolla determinados preceptos, adaptándolos a la evolución constante del mercado de los servicios digitales y sus necesidades.

2.2. Digital Services Act

El DSA, derivado del DSAP, se origina tras la propuesta del Parlamento Europeo aceptada por la Comisión en julio del 2022, entrando en vigor el 16 de noviembre de 2022. Sin embargo, ciertos aspectos aplicables a las plataformas de muy gran tamaño o *Very Large Online Platform* en inglés (en adelante “VLOP”) y los motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño o *Very Large Search Engine* en inglés (en adelante “VLOSE”) entrarán en vigor con posterioridad¹².

Los objetivos establecidos por el DSA son dos: la efectiva protección de las libertades fundamentales amparadas en la Carta de los Derechos fundamentales de la Unión Europea y la armonización de las normas relativas a los prestadores de servicios intermediarios en el mercado de la UE. También, busca establecer un marco de responsabilidad para los prestadores de servicios intermediarios, normas sobre obligaciones de diligencia debida para los prestadores de servicios intermediarios y reglas para la correcta aplicación y ejecución del DSA.

Para cumplir con los objetivos mencionados anteriormente, el DSA desarrolla normas, medidas y un gran número de obligaciones diseñadas para proteger a los destinatarios finales de los Servicios.

El DSA establece que serán destinatarios finales: *“toda persona física o jurídica que utilice un servicio intermediario, en particular para buscar información como para hacerla accesible”*. A raíz de esta definición, serán considerados como destinatarios finales los usuarios de un servicio intermediario según lo establecido en la Directiva 2015/135. En dicha Directiva, se define a los servicios intermediarios como *“Todo servicio de la sociedad de la información, es decir, todo servicio prestado normalmente a cambio de una remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición individual de un destinatario de servicios”*¹³. Los destinatarios finales serán aquellos

¹¹ Reglamento 2016/679 del parlamento europeo y del consejo sobre protección de datos. Diario Oficial de la Unión Europea. L 119/1. (2016). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>

¹² (31 de noviembre de 2022). *Digital Services Act: Application timeline*. At a Glance. 2. <https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2022/739227/EPRS-AaG-739227-DSA-Application-timeline-FINAL.pdf>

¹³ Directiva 2015/135 del parlamento europeo y del consejo de 9 de septiembre de 2015 por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas

que utilicen los Servicios tanto como para buscar información, como para proporcionarla a otros destinatarios finales¹⁴. Esta protección se centra en gran medida en el ámbito digital, y para poder asegurar su cumplimiento, se establecen sanciones que pueden alcanzar el seis por ciento del volumen de negocios anual de los prestadores de Servicios.

No obstante, al crear tantas obligaciones, el DSA podría entorpecer la economía y afectar negativamente a los destinatarios finales de los Servicios. Por esta razón, las obligaciones se imponen de manera gradual, aumentando en función del número total de destinatarios finales que utilizan un mismo Servicio.

Las obligaciones establecidas por el DSA son en gran parte de diligencia debida. Este concepto deriva de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos¹⁵. A partir de ella, se puede definir como las iniciativas que debe tomar una empresa para reconocer, evitar y reducir los posibles daños, tanto potenciales como reales, directos e indirectos, originados por su actividad.

Hay dos razones por la que el DSA se centra en las compañías e impone obligaciones de diligencia debida.

En primer lugar, los prestadores de Servicios tienen un mayor control en el contenido que muestran en sus plataformas y motores de búsqueda. Algunos contenidos se favorecen por encima de otros y ciertos resultados son promocionados con mayor frecuencia. Esto se debe al funcionamiento intrínseco de las propias plataformas, su estructura, algoritmos y optimización. Este es el resultado de decisiones tomadas por personas, que siguen directrices específicas con ideas intrínsecas, persiguiendo una serie de objetivos establecidos y sesgos concretos.

La segunda razón es que los prestadores de Servicios ejercen su actividad exclusivamente con fines lucrativos, es decir, ganar dinero a través de su actividad y obtener una mayor rentabilidad. Como contraparte, el poder legislativo está encargado de velar por los derechos de los destinatarios finales de los Servicios en la UE, priorizando sus derechos a los intereses económicos en la medida de lo posible.

relativas a los servicios de la sociedad de la información. L 241/1. Artículo 1 apartado b. (2015). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32015L1535>

¹⁴ Reglamento 2022/2065 del parlamento europeo y del consejo de 19 de octubre de 2022 de Servicios Digitales. Diario Oficial de la Unión Europea. L 277/1. Artículo 3 apartado b(2022). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:32022R2065>

¹⁵ OECD (2023), *Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales sobre Conducta Empresarial Responsable*. OECD Publishing. Paris. Página 14-21 <https://doi.org/10.1787/7abea681-es>.

Por estas razones, el DSA toma uno de los pasos más importantes a nivel legislativo para enfrentar el rápido deterioro de los derechos digitales causado por las plataformas en línea y los prestadores de Servicios llevan perpetrando en los últimos años.

2.3. ¿Qué es un motor de búsqueda en línea de muy gran tamaño?

Bing, el motor de búsqueda de Microsoft, fue definido como la Comisión como un motor de búsqueda en línea de muy gran tamaño, por lo que debe asumir las obligaciones reforzadas contempladas en el DSA.

Sin embargo, ¿qué se considera como motor de búsqueda de muy gran tamaño? El DSA, define a los Motores de Búsqueda en Línea como: *“un servicio intermediario que permite a los usuarios introducir consultas para hacer búsquedas de, en principio, todos los sitios web, o de sitios web en un idioma concreto, mediante una consulta sobre un tema cualquiera en forma de palabra clave, consulta de voz, frase u otro tipo de entrada, y que en respuesta muestra resultados en cualquier formato en los que puede encontrarse información relacionada con el contenido que es objeto de la consulta”*¹⁶. Por esta razón, Bing es un servicio intermediario, a través del cual un destinatario final puede realizar consultas por internet introduciendo un concepto clave, ya sea texto, audio, imágenes, para obtener una serie de resultados relacionados ordenados por relevancia según el motor que se utilice.

Los VLOSE (siglas en inglés de *Very Large Online Search Engines*) son prestadores de Servicios, en concreto motores de búsqueda, que por sus dimensiones son considerados especialmente relevantes en el mercado y que, por ello, deben ser reguladas con mayor atención. Por esta razón, tanto los VLOSE como las VLOP tienen una definición expresa en el DSA, en el artículo 33 y deben ser específicamente designados por la Comisión Europea para que sus obligaciones reforzadas sean aplicables.

Por ello, el DSA determina que un motor de búsqueda será designado como VLOSE si tiene una media mensual de 45 millones de destinatarios finales en la UE. Una vez se llegue a esa cifra, la Comisión Europea consultará al estado miembro donde esté registrada la compañía. Si como respuesta a la consulta no se recibe una observación u objeción, la Comisión Europea tomará

¹⁶ Reglamento 2022/2065 del parlamento europeo y del consejo de 19 de octubre de 2022 de Servicios Digitales. Diario Oficial de la Unión Europea. L 277/1. Artículo 3 apartado j. (2022). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:32022R2065>

una decisión dirigida a la sociedad prestadora del servicio, comenzando así el plazo de cuatro meses para cumplir con las obligaciones designadas a los VLOSE en el DSA.

2.4. Obligaciones de Bing como VLOSE

Antes de entrar en el análisis específico, es importante determinar el marco temporal y jurídico. En fecha 25 de abril de 2023, la Comisión Europea designó a Bing como VLOSE según lo establecido en el artículo 33 DSA¹⁷, dirigiendo su decisión a Microsoft Ireland Operations Limited e iniciando el periodo de 4 meses para cumplir con las obligaciones establecidas en el DSA. A fecha 18 de diciembre de 2023 la Comisión Europea solicitó a Bing que entregase la información relativa al cumplimiento del DSA.

A continuación, voy a detallar algunas de las obligaciones más relevantes que impone el Reglamento DSA a los buscadores de muy gran tamaño o VLOSE.

2.4.1. Evaluación de riesgos (Artículo 34 DSA)

La primera obligación aplicable exclusivamente a VLOP y VLOSE del DSA se encuentra recogida en el artículo 34.1: *“Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño y los motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño detectarán, analizarán y evaluarán con diligencia cualquier riesgo sistémico en la Unión que se derive del diseño o del funcionamiento de su servicio y los sistemas relacionados con este, incluidos los sistemas algorítmicos, o del uso que se haga de sus servicios. ...”*

En este artículo se establece el ámbito subjetivo de la norma, fijando una obligación de diligencia debida para los VLOP y VLOSE. Esto implica que no es suficiente que los riesgos no se produzcan, sino que, en su caso, Bing tendrá que demostrar los esfuerzos efectivos realizados en materia de detección, análisis y evaluación de riesgos. De la misma manera, deberá demostrar efectivamente a través de qué medidas y recursos ha reconocido los riesgos definidos por el DSA que se producen por su actividad como prestador de Servicios dentro del mercado europeo.

Seguidamente, el DSA expande el concepto de riesgos sistémicos para facilitar y asegurar el cumplimiento de la obligación establecida en el mismo apartado: *“... Llevarán a cabo las evaluaciones de riesgos a más tardar en la fecha de aplicación a que se refiere el artículo 33,*

¹⁷ Comisión Europea. 25 de abril de 2023. *Digital Services Act: Commission designates first set of Very Large Online Platforms and Search Engines.*
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_2413

apartado 6, párrafo segundo, y al menos una vez al año a partir de entonces, y en cualquier caso antes de desplegar funcionalidades que puedan tener un impacto crítico en los riesgos detectados con arreglo al presente artículo. Esta evaluación de riesgos será específica de sus servicios y proporcionada a los riesgos sistémicos, teniendo en cuenta su gravedad y probabilidad, e incluirá los siguientes riesgos sistémicos: ...”

Por lo tanto, se definen los riesgos sistémicos en el artículo 34.1 apartados a) – d), de forma enunciativa y no limitativa, como aquellos que incluyen uno de los siguientes elementos: (i) difusión de contenido ilegal, (ii) vulneraciones o limitaciones de derechos fundamentales reconocidos en la Carta de derechos fundamentales de la UE, (iii) cualquier detrimento sobre el discurso cívico, libertad electoral o seguridad pública¹⁸, y la desinformación, (iv) efectos negativos sobre violencia de género, salud de los menores y bienestar físico y mental.

En el mismo apartado, se determina que la obligación de evaluar los riesgos será como mínimo anual. Junto con el artículo 34.2 DSA se acota en mayor medida esta obligación, definiendo los siguientes factores como elementos a considerar para evaluar los riesgos precedentemente mencionados: (i) diseño de recomendación y algoritmos, (ii) sistema de moderación de contenidos, (iii) condiciones generales del Servicio, (iv) infraestructura de anuncios y anunciantes y (v) prácticas como prestador de Servicios frente a los datos que almacena la plataforma o el motor. En la práctica, esto implica que los VLOSE tendrán que demostrar la razón por la que los factores previamente mencionados no tienen una relevancia significativa en la producción de los riesgos sistémicos.

Para finalizar, en el artículo 34.3 DSA se obliga a la conservación de cualquier documento que acredite la evaluación de los riesgos en base a los criterios estudiados.

2.4.2. Reducción de riesgos (Artículo 35 DSA)

Una vez detectados los riesgos según lo dispuesto en el artículo 34 DSA, el mismo Reglamento establece que deberán ser reducidos según el artículo 35 DSA: *“Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño y de motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño aplicarán medidas de reducción de riesgos razonables, proporcionadas y efectivas, adaptadas a los riesgos sistémicos específicos detectados de conformidad con el artículo 34, teniendo especialmente en*

¹⁸ Cristina Criddle. (28 de octubre de 2020). *Facebook sued over Cambridge Analytica data scandal*. BBC. <https://www.bbc.com/news/technology-54722362>

cuenta las consecuencias de dichas medidas sobre los derechos fundamentales. Dichas medidas podrán incluir, cuando proceda: ...”

Es decir, los VLOSE (*Very Large Online Search Engine*) y VLOP (*Very Large Online Platform*), deberán mitigar todos los riesgos que se hayan podido detectar, poniendo especial atención a los riesgos sistémicos. Con el objetivo de disminuirlos, El DSA establece una lista de medidas que los VLOSE y VLOP pueden tomar. De esta manera se permite a las empresas demostrar que están realizando actividades suficientes para reducir los riesgos que se han reconocido bajo el cumplimiento de la obligación establecida en el DSA.

El DSA enumera algunas medidas que se pueden tomar frente a los riesgos sistémicos en su artículo 35. 1 apartados a) – k) entre las cuales aparecen mencionadas determinadas obligaciones aplicables a prestadores de Servicios de información en línea. Entre las más relevantes podemos encontrar: la libertad de elección de resolución extrajudicial de conflictos por parte de los destinatarios finales (artículo 21 DSA), determinación de alertadores fiables (artículo 22 DSA) y el establecimiento de códigos de conducta voluntarios (artículo 45 DSA).

Adicionalmente, el artículo 34.2 DSA desarrolla la reducción de riesgos, sin embargo, esta obligación no va dirigida hacia las VLOP y VLOSE, sino que se centra en la Junta, la cual deberá realizar informes anuales que reporten las actividades hechas por las empresas designadas respecto a las disposiciones contenidas en los artículos 34 y 35 DSA.

El artículo 34.3 DSA establece, además, que la comisión podrá publicar directrices para ayudar y guiar a las empresas indicadas al cumplimiento de la detección y evaluación de riesgos.

2.4.3. Mecanismos de respuesta a las crisis (Artículo 36 DSA)

Los mecanismos de respuesta a las crisis se encuentran recogidos en el artículo 36.1 DSA: *“Cuando se produzca una crisis, la Comisión, previa recomendación de la Junta, podrá adoptar una decisión por la que se exija a uno o varios prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño o de motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño que adopten una o varias de las siguientes medidas: ...”*

En este artículo, el Reglamento establece una obligación que no es de diligencia debida. Dicha obligación requiere que la Comisión, con o sin instancia por parte de la Junta, determine que se encuentra en un estado de crisis y que, por ende, las empresas designadas deban adoptar las medidas de los preceptos recogidos en el artículo 36.1 apartados a) – c). Además, para que

pueda ser aplicable esta obligación, la Comisión deberá cumplir con los requisitos formales reconocidos en el artículo 34.4 DSA.

La obligación del artículo 36 DSA viene fuertemente influenciada por casos como la pandemia producida por el COVID-19, pero podría ser aplicable a otros eventos imprevistos de gran magnitud como una guerra de información entre dos naciones en conflicto armado. La Comisión busca afirmar su control sobre situaciones de emergencia donde los VLOSE juegan un papel muy importante en la comunicación y difusión, tanto de contenido veraz y fiable como de desinformación.

Por lo tanto, será potestad de la Comisión determinar cuándo se encuentra la UE bajo estado de crisis y cuáles son las medidas convenientes para afrontar la emergencia dentro del sector digital. No obstante, en el artículo 36.2 DSA se define el concepto de crisis aplicable a las situaciones relativas al mismo artículo de la siguiente manera: *“A efectos del presente artículo, se considerará que se ha producido una crisis cuando se produzcan circunstancias extraordinarias que den lugar a una amenaza grave para la seguridad pública o la salud pública en la Unión o en partes significativas de esta”*. Siendo entonces las *crisis* un concepto considerablemente amplio que requerirá de desarrollo adicional para poder mantener la seguridad jurídica y la libertad efectiva de la comunicación en línea.

Una vez se hayan cumplido todos los requisitos exigidos en el artículo 36.4 DSA para informar a VLOSE y VLOP, éstos deberán tomar las medidas que la Comisión haya designado para evitar o mitigar el riesgo a la seguridad o salud pública que llevaron a la determinación del estado de crisis.

2.4.4. Auditorías independientes (Artículo 37 DSA)

Para asegurar el cumplimiento de los preceptos recogidos en el Reglamento, el mismo establece la obligación de solicitar auditorías por entidades independientes en su artículo 37.1: *“Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño y de motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño se someterán, a su propia costa y al menos una vez al año, a auditorías independientes para evaluar el cumplimiento de lo siguiente: ...”*

El mismo apartado pone el foco principal de las auditorías en todos los artículos del capítulo 3 del DSA y añade especial atención a los compromisos de los artículos 45, 46 y 48 DSA,

Para que las auditorías cumplan con el objetivo planteado, las sociedades que las realicen tendrán acceso a todos los datos necesarios, según lo establecido en el artículo 37.2 DSA. Esto incluye toda información sensible y confidencial requerida para garantizar la efectiva certificación del cumplimiento de las obligaciones contenidas en el DSA. Sin embargo, debido a la sensibilidad de la información que se otorgará a las auditoras, estas podrán realizar informes que contengan los resultados solicitados libres de la información que pudiese considerarse confidencial. De esta manera, se garantizará que cumplan tanto con la obligación de realizar auditorías independientes del artículo 37 DSA como con las de transparencia y supervisión en virtud del artículo 42 DSA.

El DSA garantiza, además, la integridad de los informes del artículo 37 DSA estableciendo una serie de requisitos para estas organizaciones en el artículo 37.3 DSA. Por lo tanto, estas organizaciones no pueden ser dependientes ni estar asociadas a los VLOSE. Deberán demostrar claramente que no existe relación o intereses que puedan perturbar el resultado de las investigaciones. También, deberán acreditar la identidad de la organización que presta la auditoría, sus componentes y las personas encargadas de la realización de los reportes. En los casos en los que no se pueda dar un dictamen específico que permita determinar si se cumple o no una obligación, se tendrá que justificar pertinentemente la causa de la imposibilidad, con la finalidad de constatar que no ha sido impedido por la sociedad auditada según lo establecido en el artículo 37.5 DSA.

Por otra parte, el DSA establece requisitos para las entidades que realicen los informes, incluidos los relacionados con el contenido formal de las auditorías (artículo 37.4 DSA).

Finalmente, el DSA establece la facultad interpretativa de la Comisión, abriendo la vía para la adoptar actos delegados en virtud del art 37.7 DSA para complementar y desarrollar los contenidos relativos a las auditorías independientes y actualizarlos cuando resulte necesario, o para esclarecer algún precepto con el objetivo de garantizar su cumplimiento efectivo.

2.4.5. Sistemas de recomendación (Artículo 38 DSA)

Complementando lo dispuesto en el artículo 27 DSA relativo a transparencia en los sistemas de recomendación, se impone la siguiente obligación: *“... los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño y de motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño que utilicen sistemas de recomendación ofrecerán al menos una opción para cada uno de sus sistemas de recomendación que no se base en la elaboración de perfiles tal como se define en el artículo 4, punto 4, del Reglamento (UE) 2016/679.”*

Esta obligación implica que los VLOSE y VLOP deberán proporcionar una alternativa que no esté basada en el perfil del destinatario final de su Servicio. Esto es, prestar una opción de búsqueda que no sea dependiente del historial, ubicación, las cookies y preferencias establecidas por el destinatario final. Por lo tanto, esta alternativa estaría únicamente basada en los parámetros de búsqueda introducidos por este.

En el caso de los VLOSE, dicha alternativa suele presentarse en la forma de anuncios no personalizados cuando se utilizan. Esta opción se suele dar a través de un sistema de navegación en incógnito, privado o cualquier otra denominación que se le otorgue, que elimina una fracción los datos de navegación almacenados localmente una vez que se cierra el Servicio.

Es relevante destacar que esta alternativa no es más que un inconveniente para la creación de un perfil del destinatario final y que debido al aumento de la popularidad del uso del modo incógnito, entre otras acciones motivadas por un aumento de la preocupación de la población por la privacidad, se han desarrollado diversas vías para vincularlo al dispositivo que utilice. Una de dichas alternativas es el *fingerprinting*¹⁹, que permite vincular a un usuario a través de elementos físicos del dispositivo que utiliza. También existe la *Id. de publicidad* utilizada por Microsoft que se explicará a continuación.

La alternativa que los VLSOE y VLOP deberían ofrecer, que no esté basada en el perfil del usuario final, se vuelve aún más difícil de cumplir cuando se tiene en cuenta que Bing pertenece a Microsoft, dueña de Windows, como se ha mencionado previamente. Esto es relevante porque en Windows se crea automáticamente una *Id. de publicidad*. Esta identificación de publicidad establece un perfil único para el dispositivo utilizado para “... *asociar datos personales que recojan sobre usted con su id. de publicidad y usar estos datos personales para proporcionar publicidad más relevante y otras experiencias personalizadas a través de las aplicaciones.*”²⁰

Por lo tanto, incluso si se utiliza la alternativa de búsqueda en incógnito (que solo sería una alternativa sin personalizar durante las primeras búsquedas) el perfil del destinatario final ya estaría siendo utilizado a través de su *id. de publicidad* creada por Windows y compartida con otras aplicaciones de su grupo como Bing. Además, la *Id. de publicidad*, está expresamente reconocida en la política de privacidad de Microsoft, y, por lo tanto, de Bing, como un medio

¹⁹ Laperdrix et al. 2020. *Browser Fingerprinting: A Survey*. ACM Transactions on the web, Volume 14, Issue 2. Article No.: 8, pp 1-33. <https://doi.org/10.1145/3386040>

²⁰ Microsoft. s.f. *Configuración de privacidad general en Windows 10, Windows 11*. <https://support.microsoft.com/es-es/windows/configuraci%C3%B3n-de-privacidad-general-en-windows-7c7f6a09-cebd-5589-c376-7f505e5bf65a>

para autorizar la recolección de información y datos personales para poder presentar una experiencia más personalizada para cada usuario.

Pese a lo mencionado previamente, esto no implica que no se pueda obtener un resultado a través de un motor de búsqueda que desvinculado del perfil del destinatario final. Cualquier destinatario final lo suficientemente interesado e informado puede ajustar la configuración de privacidad de su navegador o incluso optar por uno que esté más enfocado en la privacidad. También puede modificar los ajustes del dispositivo que utilice para obtener los resultados no personalizados en el grado deseado. Esto se puede lograr mediante la combinación de diferentes herramientas, buscando el balance entre una mayor privacidad, comodidad y facilidad de uso.

Sin embargo, el problema de esta solución es que todo el esfuerzo recae en los destinatarios finales, quienes deben buscar estas alternativas y luchar constantemente para poder obtener un resultado no personalizado. Por ello, el artículo 38 del DSA ayuda a invertir esta carga y devolver la responsabilidad a las empresas que crean el detrimento de los derechos digitales de los destinatarios finales de sus Servicios.

2.4.6. Transparencia adicional sobre publicidad en línea (Artículo 39 DSA)

Otra de las obligaciones relativas a la transparencia en el DSA se enfoca en la publicidad, uno de los elementos fundamentales para los VLOSE y su sistema de negocio. En el artículo 39 del DSA se dispone lo siguiente: *“Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño o de motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño que presenten anuncios publicitarios en sus interfaces en línea recopilarán y harán público, en una sección específica de su interfaz en línea, a través de una herramienta de búsqueda fiable que permita realizar consultas en función de múltiples criterios, y mediante interfaces de programación de aplicaciones, un repositorio que contenga la información a que se refiere el apartado 2, durante todo el tiempo en el que presenten un anuncio y hasta un año después de la última vez que se presente el anuncio en sus interfaces en línea. Se asegurarán de que el repositorio no contenga ningún dato personal de los destinatarios del servicio a quienes se haya o se pueda haber presentado el anuncio y harán todos los esfuerzos que resulten razonables para garantizar que la información sea exacta y completa.”*

A través de este artículo, el DSA obliga a los VLOP y VLOSE a recoger y establecer un repositorio público a través del cual se puedan buscar tanto a anunciantes como anuncios específicos en un

periodo de tiempo determinado. En el caso de Bing, este repositorio se denomina Microsoft Ad Library²¹.

En el artículo 39.2 DSA se establecen las características que deberán aparecer en el repositorio de cada anunciante y sus anuncios. En este, deberán presentar (i) qué se está anunciando, su marca y objetivo, (ii) persona física o jurídica encargada del anuncio, (iii) persona física o jurídica que se encarga del pago del anuncio, que junto con el punto previo, servirán para enfrentar posibles intentos de manipulación electoral o similares, (iv) tiempo durante el que se presenta el anuncio, (v) grupos destinatarios del anuncio y basándose en qué perfil se ha creado (vi) comunicaciones comerciales, (vii) número de destinatarios a los que les ha sido mostrado el anuncio.

El DSA pone un alto grado de atención a la publicidad debido a que es uno de los principales ingresos de los motores de búsqueda. Microsoft, generó a través de la publicidad y búsquedas patrocinadas 12,208 millones de dólares en el año 2023²², lo que explica en gran medida el funcionamiento actual de su sistema de anuncios, publicidad y páginas patrocinadas.

El interés primordial de los motores de búsqueda como empresa es maximizar sus beneficios, por lo que limitar y endurecer las condiciones a su principal fuente de ingresos será recibido con reticencia y es por ello por lo que no solucionan el problema de los anuncios maliciosos, aquellos que pretender ser un anuncio veraz engañando a aquellos que buscaban el anuncio o contenido original, con la efectividad que se esperaría de Bing u otros motores de búsqueda.

Este peligro lleva años explotándose y su mayor expresión son los enlaces patrocinados. Éstos buscan imitar los resultados de búsqueda remplazándolos con uno falso, pudiendo sustraer información de los destinatarios finales. Si un destinatario final busca la página web de la UAB, www.uab.cat y aparece un resultado patrocinado, que tiene el mismo título, pero su enlace es www.uaab.cat sería vulnerable a introducir sus credenciales en la página falsa y exponer sus datos personales de carácter sensible.

Los VLOSE podrían luchar contra estos eventos activamente, pero los anuncios son una de las principales fuentes de ingresos de los prestadores de Servicios, por lo que limitar y endurecer las limitaciones a su mayor medio para conseguir rentabilidad será recibido con reticencia. Por ello, el DSA exige que los VLOSE tengan un repertorio público de los anunciantes que han

²¹ Accesible a través del enlace: <https://adlibrary.ads.microsoft.com/>

²² Microsoft. 2023. *Annual Report 2023*. <https://www.microsoft.com/investor/reports/ar23/index.html#>

autorizado para aparecer en su plataforma para poder así conocer quién paga por tener ese anuncio malicioso y a través de qué sociedad realiza el pago.

2.4.7. Acceso a datos y escrutinio (Artículo 40 DSA)

Como gran parte de las obligaciones contenidas en el DSA, la obligación recogida en el artículo 40 va dirigida a aumentar la transparencia de los prestadores de Servicios. En su artículo 40.1 el DSA establece: *“Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño o de motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño proporcionarán al coordinador de servicios digitales de establecimiento o a la Comisión, cuando lo soliciten de forma motivada y en un período razonable, especificado en dicha solicitud, acceso a los datos que sean necesarios para hacer el seguimiento del cumplimiento del presente Reglamento y evaluarlo.”*

Esta obligación de acceso a datos y escrutinio permite tanto a la Comisión como al coordinador de servicios digitales solicitar toda la información que consideren necesaria para asegurar el cumplimiento del DSA y valorar si se cumplen las obligaciones impuestas por el Reglamento. Para que la exigencia de control sobre ciertos datos sea válida se requiere que la solicitud sea motivada y se otorgue un plazo temporal suficiente para que la VLOP o VLOSE pueda compilar y presentar la información de manera comprensible.

El Reglamento también impone otra limitación a la exigencia de esta obligación: los datos recibidos solo pueden utilizarse para constatar el cumplimiento efectivo del reglamento, según el artículo 40.2 DSA. Por lo tanto, no se puede exceder esta potestad velando así por el derecho de los prestadores de Servicios a un cierto nivel de confidencialidad.

Como ya se ha mencionado previamente, las obligaciones del DSA van dirigidas, en gran parte, a aumentar la transparencia de todos los prestadores de servicios. Por ello, para los VLOSE, estas obligaciones se ven reforzadas y se exige que otorguen la información requerida para velar por el cumplimiento del DSA cuando el coordinador de servicios digitales o la Comisión lo soliciten de forma motivada.

2.4.8. Función de comprobación del cumplimiento (Artículo 41 DSA)

Para asegurar que se cumplen los preceptos recogidos en el DSA, en su artículo 41.1 establece la siguiente obligación: *“Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño o de motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño establecerán una función de comprobación del cumplimiento, que sea independiente de sus funciones operativas y esté compuesta por uno*

o varios encargados del cumplimiento, incluido el jefe de la función de comprobación del cumplimiento. Dicha función de comprobación del cumplimiento tendrá autoridad, rango y recursos suficientes, así como acceso al órgano de dirección del prestador de plataformas en línea de muy gran tamaño o del motor de búsqueda en línea de muy gran tamaño para hacer el seguimiento del cumplimiento del presente Reglamento por parte de dicho prestador.”

De esta manera, dentro del seno de toda VLOP y VLOSE, se creará una sección independiente de toda actividad operativa. Esto se hará para asegurar la autonomía y eficacia en su función, con el fin de sortear los posibles conflictos de intereses entre la actividad empresarial y el cumplimiento del Reglamento. Dicho departamento será el encargado de que todas las obligaciones del DSA se cumplan y, por lo tanto, sus miembros dependerán directamente del órgano de dirección de la sociedad por lo establecido en el artículo 42.2, párrafo tercero. Juntos serán los encargados de que todos los departamentos, tanto individualmente como en conjunto, cumplan con las obligaciones establecidas en el DSA.

2.4.9. Obligaciones de transparencia informativa (Artículo 42 DSA)

Los VLOSE, como todos los prestadores de Servicios, deberán publicar informes de su sistema de moderación de contenidos según lo establecido en el artículo 15 DSA. No obstante, para los Servicios designados, se exige dicha obligación de forma reforzada en el artículo 42.1 DSA: *“Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño o de motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño publicarán los informes a que se refiere el artículo 15 a más tardar en un plazo de dos meses a partir de la fecha de aplicación a que se refiere el artículo 33, apartado 6, párrafo segundo, y a continuación al menos cada seis meses.”*

De esta manera, los prestadores de Servicios designados por la Comisión deberán presentar informes de transparencia bianualmente en lugar de anualmente como el resto de los prestadores de Servicios. El contenido de estos informes se establece en los artículos 15 y 24 DSA y deberán incluir la información relativa a: (i) órdenes de las autoridades de estados miembro contra contenidos o actuaciones ilegales, (ii) moderación de contenido por iniciativa propia, (iii) reclamaciones contra sus condiciones generales y (iv) medios de moderación automatizados de contenido.

Además de los mencionados previamente para todos los prestadores de Servicios, el artículo 42.2 DSA establece que los VLOP y VLOSE presentarán la información relativa a: (i) los empleados dedicados a las funciones de moderación en función de la lengua oficial del estado en el que

operen (ii) las cualificaciones de éstos y (iii) los indicadores de éxito de la moderación, en el idioma oficial del estado al que dirijan su actividad.

Sumado a la información requerida, el artículo 42.3 DSA exige que los VLOSE presenten los informes a la Comisión, al coordinador de servicios digitales y que los hagan públicos en un plazo de tres meses tras la recepción de los informes de auditoría independiente del artículo 37 DSA. Estos reportes públicos contendrán información relativa a las obligaciones derivadas del DSA, en concreto la evaluación de riesgos del artículo 34 DSA, reducción de riesgos sistémicos del artículo 35 y auditoría.

2.4.10. Tasa de supervisión (Artículo 43 DSA)

Como consecuencia de todas las obligaciones establecidas por el DSA, la Comisión y los órganos que se creen para vigilar su cumplimiento, incurrirán en un gran número de gastos adicionales. Por ello, en los artículos 43.1 y 43.2 DSA se impone a los VLOSE una tasa anual que cubra los costes de supervisión incurridos por la aplicación del Reglamento. No obstante, los costes que se repercuten deberán ser desglosados por la Comisión, de manera estimada, incluyendo los gastos de supervisión, designación, relativos a las bases de datos, sistemas de intercambio de información y apoyo a la Junta, según lo dispuesto en el artículo 43.7 DSA. Dicha tasa será proporcional al promedio mensual de usuarios presentados por los VLOSE y no podrá ser superior al 0.05% de sus ingresos netos anuales mundiales, artículo 43.5 apartado c) DSA.

3. Resultados

3.1. ¿Cumple Bing con sus nuevas obligaciones?

Tras analizar individualmente cada una de las obligaciones que establece el DSA a los VLOSE y VLOP, se estudiará individualmente si Bing cumple efectivamente con ellas. No obstante, debido a que ciertas obligaciones no pueden ser comprobadas de manera directa por un tercero ajeno a Bing, la Comisión o los coordinadores respectivos, el foco recaerá en aquellas obligaciones que puedan ser contrastadas a través de fuentes públicamente accesibles presentadas por Bing, Microsoft Corporation y fuentes oficiales de la Unión Europea.

3.1.1. Evaluación de riesgos (Artículo 34 DSA)

La primera obligación de Bing derivada del DSA estudiada es la vigilancia de los riesgos derivados de la ejecución de su actividad como prestador de Servicios. Como ya se ha analizado previamente, el requisito principal de esta obligación se encuentra en evaluar los riesgos sistémicos reconocidos en el artículo 34.2 apartados a) – e) del DSA.

El primer riesgo sistémico se encuentra en el artículo 34.2 apartado a) del DSA, es decir la difusión de contenido ilegal a través de su motor de búsqueda. De manera genérica Bing intenta desvincularse de esta clase de contenido estableciendo en los términos y condiciones de uso de Microsoft, también aplicables a Bing y todos los servicios de su propiedad²³, un código de conducta que deja recaer toda la responsabilidad del contenido publicado sobre los destinatarios finales que difundan contenido ilícito *“No haga nada ilegal, ni intente generar o compartir contenido que sea ilegal”*²⁴. No obstante, de esta manera, Bing no tendría un incentivo real para evitar que se publicase contenido ilícito en su motor de búsqueda, pudiendo incluso llegar a publicitar esta clase de contenido a través de sus sistemas automatizados o algoritmos.

Tras la implementación del DSA, Bing debe evitar activamente y de manera efectiva que se publique contenido ilícito. Por ello Bing ha implementado diversas medidas, una de ellas es la detección automática de contenido de explotación y abuso sexual de menores con PhotoDNA y

²³ Microsoft. s.f. *Lista de servicios cubiertos*. <https://www.microsoft.com/servicesagreement#serviceslist>

²⁴ Microsoft. (30 de septiembre de 2023). *Contrato de servicios de Microsoft*. Código de conducta 3.a.1. https://www.microsoft.com/es-es/servicesagreement#13f_BingandMSN

MD5^{25,26}. Con estos sistemas, se evita que se muestren imágenes que el sistema reconozca con esa naturaleza y, a su vez, bloquea su publicación de manera automática. Además de la barrera automatizada se complementa mediante un filtro manual. Dicho sistema de filtraje está compuesto por moderadores entrenados por Microsoft para bloquear esta clase de contenido.

Otro riesgo sistémico reconocido en el artículo 34 DSA es el detrimento a la seguridad pública, para luchar contra ello, Bing utiliza diversas fuentes para reconocer grupos terroristas y extremistas violentos, además de los contenidos que puedan difundir con su motor de búsqueda²⁷. Una vez identificados, a través de un sistema automatizado similar al utilizado contra el abuso sexual, se toman las acciones necesarias con las autoridades que puedan resultar competentes. En este caso, se complementan los medios automáticos con reportes realizados tanto por destinatarios finales como por empresas terceras, pero según lo que reporta Bing, éstos solo representan el 5% del total de los contenidos y usuarios sancionados por poner en riesgo la seguridad pública.

Para acabar, dentro de las directrices de Microsoft²⁸, se establecen cuáles son los contenidos que están prohibidos dentro de sus servicios, entre ellos Bing. Entre todo material vetado, se encuentra el supuesto relativo al apartado b) del artículo 34.1 del DSA. En este se hace mención específica a la prohibición de la inteligencia artificial para generar contenido que tenga como objetivo actuar en detrimento de aquellos que ostentan la candidatura política.

La evaluación del resto de los riesgos sistémicos es más complicada. Tampoco se puede determinar con exactitud si Bing cumple con lo dispuesto por el DSA debido a que en esta ocasión no depende de la compañía Microsoft. El problema principal recae en que la violencia de género puede fácilmente estar ya cubierto por la prevención de actos ilícitos. Por lo que, en este caso, el DSA establece unos riesgos específicos excesivamente amplios sin una clara delimitación jurídica. Esto tiene diversas implicaciones negativas frente el propósito que busca cumplir, pero principalmente serían: que no se haga un esfuerzo efectivo en prevenirlas porque ya se estarían cubriendo a través de la prevención de actividades ilícitas, o que se puedan sobreexceder en la moderación por una interpretación desproporcionadamente amplia intentando fundamentarse en el redactado del artículo. Por ello, es necesario que se determine con mayor claridad cual es

²⁵ Microsoft. (2023). *Digital Safety Content Report. Child online safety*. https://www.microsoft.com/en-us/corporate-responsibility/digital-safety-content-report?activetab=pivot_1%3Aprimaryr3

²⁶ Microsoft. s.f. *Detección de contenido. Cómo usamos la tecnología para detectar contenido perjudicial* <https://www.microsoft.com/es-es/digitalsafety/moderation-and-enforcement/content-detection>

²⁷ Microsoft. (2023). *Digital Safety Content Report. Addressing TVEC*. https://www.microsoft.com/en-us/corporate-responsibility/digital-safety-content-report?activetab=pivot_1%3Aprimaryr3

²⁸ Microsoft. s.f. *Directivas* <https://www.microsoft.com/es-es/digitalsafety/policies>

el alcance de la protección de la violencia de género y hasta dónde debe extenderse su protección efectiva en un acto delegado de la Comisión, además de justificar por qué se trata separadamente a los actos ilícitos cuando ya hay una sección dedicada por completo a actos ilícitos.

Como conclusión, Bing estaría cumpliendo con las obligaciones del artículo 34 DSA por las medidas expuestas contra contenidos ilegales de explotación y abuso sexuales contra menores y contra actos terroristas y extremistas, además de las relativas al contenido generado a través de inteligencia artificial para manipular elecciones. Respecto a la violencia de género no se puede hacer un pronunciamiento preciso y su cumplimiento dependerá del desarrollo futuro de los preceptos recogidos en el DSA y su interpretación por los órganos competentes como puede ser la jurisprudencia de los tribunales comunitarios o el TJUE.

3.1.2. Reducción de riesgos (Artículo 35 DSA)

Tras determinar los riesgos principales que se encuentran dentro del funcionamiento habitual de Bing debido a la realización de su actividad según lo establecido en el artículo 34 DSA, se impone la obligación en el artículo 35 DSA de mitigar o reducir los riesgos reconocidos.

En el apartado previo ya se ha observado como Bing se enfrenta al contenido ilícito y aquel que pueda afectar a la seguridad pública. Ambas actuaciones reconocidas como medidas de reducción de riesgos sistémicos en el artículo 35.1 apartado f) del DSA.

No obstante, el DSA reconoce medidas adicionales con las que permite demostrar una reducción efectiva de los riesgos sistémicos comprendidos en el Reglamento. Por ello, y conforme a lo redactado en el artículo 35.1 apartado c) del DSA, Bing ha modificado los procesos de moderación de contenido. Por ello, ha incluido entre los comportamientos vetados la intimidación y el acoso en su código de conducta.

Por otra parte, Bing ha tomado acciones respecto a los anuncios que permite en su plataforma según lo dispuesto en el artículo 35.1 apartado e). Por ello, ha limitado los datos que pueden utilizar los anunciantes para realizar perfiles a los que desean mostrar sus anuncios²⁹. Algunos de los segmentos de información que no se pueden usar para dirigir a los objetivos de los anuncios son: la afiliación a una ideología política, religión, orientación sexual, identidad de

²⁹ Microsoft Advertising. (30 de junio de 2023). *Legal, privacy and personalization*. <https://about.ads.microsoft.com/en-us/policies/legal-privacy-and-security>

género. Además, está terminantemente prohibido crear perfiles de los destinatarios finales menores de edad sin el consentimiento expreso de quien ostente su patria potestad³⁰.

Bing también ha realizado esfuerzos para adaptar sus sistemas algorítmicos y de recomendación según lo dispuesto al artículo 35.1 apartado d) del DSA. Todo ello, para evitar que se muestren resultados derivados de los riesgos sistémicos a través de *Bingbot* y su sistema indexado de resultados de búsqueda³¹.

En conclusión, Bing cumple con la obligación de reducir los riesgos reconocidos en el DSA, tanto por acciones reconocidas en la sección anterior como por sus esfuerzos realizados relativos a los apartados c, d, e, f, del artículo 35. Uno de los puntos negativos en su cumplimiento sería que la mayoría de información que expresa los esfuerzos realizados para reducir los riesgos se encuentran exclusivamente en inglés. No obstante, Bing no tiene la obligación de traducir estos apartados específicos a cada idioma de los estados a los que dirige su Servicio por lo que no afecta al cumplimiento de la obligación del artículo 35 específicamente.

3.1.3. Sistemas de recomendación (Artículo 38 DSA)

Como se ha analizado previamente, la obligación del artículo 38 DSA establece que los prestadores de Servicios de muy gran tamaño, como Bing, deben presentar una alternativa a sus sistemas de recomendación que no esté vinculada a los perfiles de los destinatarios finales, evitando utilizar elementos como su historial de búsqueda, ubicación, *cookies* y preferencias.

Es complicado para un motor de búsqueda cumplir con esta obligación. Bing, por ejemplo, utiliza el idioma predeterminado del navegador, como puede ser Edge, Chrome, Firefox, para mostrar resultados en ese idioma por defecto. Adicionalmente, Bing establece el país y la ubicación aproximada en el que se encuentra el destinatario final para mostrar resultados que puedan ser más relevantes para esa región.

Una vez se ha realizado un perfil superficial del destinatario final con esos dos parámetros, Bing muestra resultados recomendados al introducir los elementos de búsqueda, intentando acotar la pregunta que le fue planteada para dar un resultado más ajustado a la consulta. Además, los resultados que se muestran no solo están basados en estos dos elementos, sino que también se apoyan de las búsquedas que se hayan realizado previamente.

³⁰ Microsoft. (April 2024). *Microsoft Privacy Statement*. <https://privacy.microsoft.com/en-us/privacystatement>

³¹ Microsoft. (febrero de 2024). *How Bing delivers search results*. <https://support.microsoft.com/en-us/topic/how-bing-delivers-search-results-d18fc815-ac37-4723-bc67-9229ce3eb6a3>

Presentar una alternativa sin vinculación al perfil del destinatario final es complicado. Por una parte, la función esencial de un motor de búsqueda es presentar resultados en función a la información que el destinatario final le ha proporcionado. Pese a todas las dificultades, Bing amplifica este problema, ya que utiliza los datos que Windows obtiene a través del identificador de publicidad. Éste crea un perfil único vinculado al dispositivo utilizado, lo cual implica que los resultados estarán influenciados por los datos personales del destinatario final si este los ha introducido en su dispositivo, cuenta de Outlook o cualquier otro servicio propiedad de Microsoft.

En resumen, el cumplimiento de Bing respecto a la obligación del artículo 38 del DSA, que consiste en ofrecer una alternativa sin vincular los resultados al perfil del destinatario final, representa un desafío. Por una parte, Bing busca presentar una experiencia altamente personalizada satisfacer las necesidades de sus destinatarios finales y posicionarse como el motor de búsqueda preferido. Por otra, está la protección de la privacidad y los datos personales de los destinatarios finales, ya que no se puede priorizar un mejor funcionamiento del Servicio en detrimento de los derechos y garantías de los destinatarios finales en la Unión Europea.

Por ello, es esencial encontrar un equilibrio entre la mejor experiencia posible y la protección de la privacidad y derechos de los destinatarios finales. No obstante, el DSA no afronta correctamente este desafío. En primer lugar, es necesario analizar el funcionamiento interno de los motores de búsqueda, como Bing, y como muestran los resultados de las búsquedas para encontrar dónde estas empresas podrían estar comprometiendo la privacidad de los destinatarios finales y las garantías que protegen sus derechos. Una medida que la Comisión podría tomar es evaluar la validez es una aceptación tácita para la creación de un perfil con datos personales de los destinatarios finales a través del identificador de publicidad, así como la interconexión y el intercambio de datos personales entre Windows y Bing.

En definitiva, Bing no cumple con la obligación de sistemas de recomendación del artículo 38 DSA ya que no presenta una alternativa en la que explícitamente ofrezca una alternativa sin el uso de datos del destinatario final. Aunque la obligación del artículo 38 DSA no tenga la mejor redacción para el propósito que busca, Bing activamente se posiciona en contra de dicha obligación. Sin embargo, es esencial remarcar que el articulado de la Comisión no es adecuado para el objetivo que busca y no se adapta al tipo de servicio que un motor de búsqueda presta por lo correspondería que se haga una revisión.

3.1.4. Transparencia adicional sobre publicidad en línea (Artículo 39 DSA)

El modelo de gestión de los anuncios y resultados patrocinados antes del DSA favorecía la inclusión de tantos anunciantes como fuese posible, sin un filtrado exhaustivo de quién publicita, sin mencionar su contenido u objetivo.

En la actualidad, tampoco se realizan evaluaciones individualizadas de los anuncios mostrados. En parte, esto es comprensible debido a su gran cantidad y a la variedad de lugares donde pueden aparecer. No obstante, estos dos hechos se han materializado en un gran problema, la aparición de anuncios maliciosos, ya que algunos anunciantes encuentran vías para sortear los sistemas de moderación implementados. Sin embargo, es importante destacar que los sistemas de moderación de publicidad y anunciantes están cuidadosamente diseñados para evitar que su uso resulte en una gran pérdida de ingresos por ser demasiado restrictivo.

Como consecuencia de la relevancia de los anuncios en los medios digitales y las tendencias de los motores de búsqueda en el artículo 39.1 DSA se reconoce la obligación de establecer un repositorio que contenga una lista de todos los anunciantes promovidos a través de su Servicio hasta un año después de que se haya presentado en línea.

Derivado de esta obligación, Bing ha creado una biblioteca de anuncios que permite buscar anuncios por contenido, anunciante y otros parámetros. Este repositorio también ofrece la posibilidad de filtrar los anuncios y anunciantes por país y rango de fechas en las que se mostraron los anuncios para realizar búsquedas más precisas.

En cuanto al destinatario final, Bing cumple excelentemente con esta obligación al proporcionar una explicación detallada sobre la biblioteca de anuncios, cómo utilizarla y su funcionamiento. Además, incluye una serie de preguntas frecuentes que podrían satisfacer la curiosidad del destinatario final sin la necesidad de hacer búsquedas adicionales.

No obstante, es importante remarcar la mayor limitación actual de la biblioteca de anuncio puesto que, esta sólo está disponible en inglés, lo que podría considerarse una barrera para algunos destinatarios finales. Sin embargo, su navegación e interfaz son considerablemente intuitivas y no son altamente dependientes del idioma.

Como conclusión, Bing cumple con la obligación del artículo 39 DSA. Sin embargo, aunque el DSA no lo especifique, sería pertinente que estuviese disponible en los diferentes idiomas de los estados miembro a los que Bing dirige su actividad.

3.1.5. Obligaciones de transparencia informativa (Artículo 42 DSA)

El DSA implementa diversas obligaciones destinadas a aumentar la transparencia de los prestadores de Servicios. Como consecuencia de ésta, las sociedades designadas como VLOP y VLOSE según el artículo 33 DSA ven sus obligaciones reforzadas por el artículo 42 DSA.

Al ser Bing un VLOSE designado por la Comisión, tiene la obligación de realizar informes bianuales de transparencia. Por ello realizó el primer informe que contiene la información requerida por el Reglamento desde octubre a diciembre de 2023.

En dicho informe Bing cumple con las obligaciones aplicables del artículo 15 DSA, sin embargo, no menciona los recursos humanos utilizados para los mecanismos de notificación y acción del artículo 16 DSA, alertadores fiables del artículo 22 DSA y del sistema interno de gestión de reclamaciones del artículo 20 DSA, como se requiere en el artículo 42.2 apartado a) DSA.

En su informe de transparencia informativa Bing tampoco ha mostrado cuales son las aptitudes requeridas para sus moderadores según establece el artículo 42.2 apartado c), aunque se hable sobre ello en los reportes de moderación y contenidos. Finalmente, tampoco especifica la precisión de sus medios de moderación automatizados, su tasa de error estimada y las contramedidas para prevenirlos.

La obligación de transparencia informativa del artículo 42 DSA no requiere información particularmente sensible y en muchos casos ya ha sido compartida por Bing en diversos reportes y desgloses, aunque no con los requisitos específicos establecidos en el DSA^{32,33}. Bing pone toda la información de transparencia requerida en el DSA en diversos portales destinados a remarcar su cumplimiento, pero el Reglamento busca que todos estos datos sean fácilmente accesibles en una misma ubicación y que cubra unos puntos esenciales con el objetivo de conocer efectivamente cómo funciona la moderación interna de las sociedades como Bing.

Se concluye que Bing no cumple con la obligación del artículo 42 DSA ya que de todos los elementos requeridos en los informes bianuales sólo cumple con los establecidos en el artículo 15 y el número de destinatarios finales medio en Bing desglosado por estado miembro cada seis meses.

³² Microsoft. s.f. *Content review*. Moderation and enforcement. <https://www.microsoft.com/en-us/DigitalSafety/moderation-and-enforcement/content-review>

³³ Microsoft. s.f. *Reviewer Training*. Moderation and enforcement. <https://www.microsoft.com/en-us/DigitalSafety/moderation-and-enforcement/reviewer-training>

4. Conclusiones

El *Digital Services Act* es creado como una de las normas más importantes en la regulación del mundo digital en la Unión Europea, abordando la necesidad de equilibrar los avances tecnológicos y los derechos de la ciudadanía. Este Reglamento establece un marco normativo digital único para los prestadores de servicios en línea, garantizando así los derechos fundamentales de los destinatarios finales, tal y como están reconocidos en la Carta de los Derechos fundamentales de la Unión Europea, y facilitando el cumplimiento de las obligaciones de los proveedores de servicios en línea.

Aunque aún sea temprano para evaluar plenamente el impacto del DSA y sus preceptos no hayan sido aún desarrollados e interpretados por la jurisprudencia de los tribunales competentes en la materia, el análisis de Bing, uno de los principales motores de búsqueda del mercado, ofrece una valiosa perspectiva sobre el cumplimiento de los *Very Large Search Engine*. Por ello la hipótesis central ha permitido enfocar el análisis en el cumplimiento de Bing respecto a las disposiciones del DSA.

A través de dicha hipótesis se ha podido valorar el desarrollo de las obligaciones reforzadas del DSA aplicables únicamente a las empresas más grandes del sector digital, designadas específicamente por la Comisión. Bing cumple en gran parte con las obligaciones que establece el DSA como VLOSE. Pese a que determinadas actuaciones ya estuviesen contempladas en normas previas, Bing ha adaptado sus políticas y procedimientos para cumplir con la mayoría de las disposiciones recogidas en el DSA, aplicables específicamente a sociedades como Bing.

Bing ha destacado en el cumplimiento de obligaciones relacionadas con la moderación de contenido ilegal, siendo especialmente eficaz contra aspectos como el contenido sexual inapropiado relacionado con menores o actividades terroristas. Además, ha implementado todas las medidas requeridas para aumentar la transparencia en los anuncios y anunciantes, creando un repositorio intuitivo y accesible. Aunque dicho repositorio de Bing no esté disponible en todos los idiomas de los estados miembros, su navegación es intuitiva, sugiriendo así un alto grado de compromiso por parte de Bing para cumplir con algunas de sus nuevas obligaciones.

No obstante, también hay que destacar que Bing incumple con diversos preceptos del DSA. En algunos casos, estos incumplimientos son relativos únicamente a la forma en las que presenta los contenidos requeridos, ya que pueden estar dispersos a través de diversos accesos o no están desglosados según lo requiere el Reglamento. En otros casos, Bing incumple directamente con

sus obligaciones, tanto en términos de forma como en el contenido requerido, al no proporcionar la información que requiere específicamente el Reglamento.

A pesar de que se el análisis se haya centrado en las obligaciones aplicables a las sociedades designadas como lo son Bing, lo que permite un estudio más preciso, hay obligaciones que no pueden ser contrastadas sin acceso a información confidencial de Bing. Estos aspectos pueden ser referentes a su estructura, procedimientos y relaciones con instituciones encargadas de valorar su cumplimiento del Reglamento estudiado. Por lo tanto, una gran limitación para valorar si Bing cumple o no con sus obligaciones, es la falta de acceso a estas fuentes primarias, por lo que se depende completamente de la información publicada por Bing en diversos aspectos del cumplimiento normativo.

Dicha dependencia en la información prestada por Bing presenta una de las limitaciones clave en la capacidad de supervisión y evaluación del cumplimiento normativo y es uno de los futuros retos que deberá enfrentar el legislador en el futuro. Dicho impedimento no es nuevo al regular conductas empresariales y ya se han intentado establecer diferentes obligaciones para aumentar su transparencia. Sin embargo, no es el único desafío al que se enfrenta el legislador europeo. Los cambios en el mundo digital son cada vez más frecuentes y resulta más evidente la disparidad en el desarrollo de la tecnología y su regulación normativa.

Para enfrentar estas dificultades, es necesario que la regulación futura sea lo suficientemente flexible para poder adaptarse a los cambios súbitos que se producen en el mundo digital. Para ello es esencial que se desarrolle un conocimiento más profundo del funcionamiento de las tecnologías que se están regulando, no a nivel técnico, sino a un nivel funcional que permita limitar su impacto. Para ello, es esencial incluir la colaboración de expertos en los campos desarrollados que aporten una nueva visión a la regulación de la tecnología, que no sea tan rígida y permita así cubrir efectivamente las necesidades normativas.

En definitiva, es esencial que se desarrolle la jurisprudencia relativa a la aplicación del DSA para ver cómo debe ser aplicada, pero el *Digital Services Act*, como parte del *Digital Services Act Package* es una de las normas que marcarán el futuro de la regulación del sector digital.

5. Legislación citada

Reglamento 2022/2065 del parlamento europeo y del consejo de 19 de octubre de 2022 de Servicios Digitales. Diario Oficial de la Unión Europea. L 277/1. (2022). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:32022R2065>

Directiva 2000/31/CE del parlamento europeo y del consejo sobre el comercio electrónico. Diario Oficial de la Unión Europea. L 178/1. (2000). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031>

Reglamento 2016/679 del parlamento europeo y del consejo sobre protección de datos. Diario Oficial de la Unión Europea. L 119/1. (2016). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>

Directiva 2015/135 del parlamento europeo y del consejo de 9 de septiembre de 2015 por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información. L 241/1. (2015). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32015L1535>

6. Bibliografía

de Miguel Asensio, P. A. (2022). El Reglamento (UE) de Mercados Digitales: Fundamentos, obligaciones de las plataformas y ejecución. La Ley Unión Europea, (108)

Cole, M. D., Etteldorf, C., & Ullrich, C. (2021). Updating the Rules for Online Content Dissemination: Legislative Options of the European Union and the Digital Services Act Proposal. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783748925934>

Digitalisation in Europe: 2023 interactive publication (2023 edition). (2023). Publications Office of the European Union.

European Union Agency for Fundamental Rights. (2020). Your rights matter: Data protection and privacy: fundamental rights survey. Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2811/292617>

Humans Right Watch. (s. f.). How the EU's Flawed Artificial Intelligence Regulation Endangers the Social Safety Net: Questions and Answers.

Laperdrix, P., Bielova, N., Baudry, B., & Avoine, G. (2020). Browser Fingerprinting: A Survey. ACM Transactions on the Web, 14(2), 1-33. <https://doi.org/10.1145/3386040>

Medero, G. S. (s. f.). DELITOS EN INTERNET: CLASES DE FRAUDES Y ESTAFAS Y LAS MEDIDAS PARA PREVENIRLOS.

OECD. (2023). Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales sobre Conducta Empresarial responsable. OECD. <https://doi.org/10.1787/7abea681-es>

Synodinou, T.-E., Jougoux, P., Markou, C., & Prastitou-Merdi, T. (Eds.). (2021). EU Internet Law in the Digital Single Market. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-69583-5>

Eurostat. (2023). Digitalisation in Europe: 2023 interactive publication. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/interactive-publications/digitalisation-2023#about-this-publication>

Comisión Europea. 25 de abril de 2023. Digital Services Act: Commission designates first set of Very Large Online Platforms and Search Engines. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_2413

Microsoft Corporation. (2023). Annual Report 2023. <https://www.microsoft.com/investor/reports/ar23/index.html>

(31 de noviembre de 2022). *Digital Services Act: Application timeline*. At a Glance. 2. <https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2022/739227/EPRS-AaG-739227-DSA-Application-timeline-FINAL.pdf>

Cristina Criddle. (28 de octubre de 2020). *Facebook sued over Cambridge Analytica data scandal*. BBC. <https://www.bbc.com/news/technology-54722362>

Microsoft. s.f. *Configuración de privacidad general en Windows 10, Windows 11*. <https://support.microsoft.com/es-es/windows/configuraci%C3%B3n-de-privacidad-general-en-windows-7c7f6a09-cebd-5589-c376-7f505e5bf65a>

Microsoft. s.f. *Lista de servicios cubiertos*. <https://www.microsoft.com/servicesagreement#serviceslist>

Microsoft. (30 de septiembre de 2023). *Contrato de servicios de Microsoft*. Código de conducta 3.a.1. https://www.microsoft.com/es-es/servicesagreement#13f_BingandMSN

Microsoft. s.f. *Directivas* <https://www.microsoft.com/es-es/digitalsafety/policies>

Microsoft. (2023). *Digital Safety Content Report*. Addressing TVEC. https://www.microsoft.com/en-us/corporate-responsibility/digital-safety-content-report?activetab=pivot_1%3aprimar3

Microsoft. s.f. *Detección de contenido. Cómo usamos la tecnología para detectar contenido perjudicial* <https://www.microsoft.com/es-es/digitalsafety/moderation-and-enforcement/content-detection>

Microsoft Advertising. (30 de junio de 2023). Legal, privacy and personalization. <https://about.ads.microsoft.com/en-us/policies/legal-privacy-and-security>

Microsoft. (April 2024). *Microsoft Privacy Statement*. <https://privacy.microsoft.com/en-us/privacystatement>

Microsoft. (febrero de 2024). *How Bing delivers search results*. <https://support.microsoft.com/en-us/topic/how-bing-delivers-search-results-d18fc815-ac37-4723-bc67-9229ce3eb6a3>

Microsoft. s.f. *Moderation and enforcement*. <https://www.microsoft.com/en-us/DigitalSafety/moderation-and-enforcement/reviewer-training>