

MARCO NORMATIVO Impacto

Una ofensiva total para blindar la seguridad digital de los menores

Las reforzadas obligaciones de control que la nueva ley exige a fabricantes de dispositivos y proveedores de internet exigirán una sólida respuesta tecnológica

BELÉN RODRIGO

El pasado 25 de marzo el Gobierno aprobó en Consejo de Ministros el proyecto de ley orgánica para la protección de personas menores de edad en los entornos digitales. Entre otras medidas, incluye la de aumentar de 14 a 16 años la edad mínima para acceder y registrarse en redes sociales y obliga a los fabricantes de dispositivos digitales con conexión a internet a incluir controles parentales eficaces y gratuitos. También el sector privado y la sociedad civil han formado parte del debate ante los peligros a los que se enfrentan los menores que usan estos dispositivos y todo ello ha impulsado que se estén desarrollando diversas propuestas e iniciativas orientadas a promover un entorno digital seguro para niños y jóvenes.

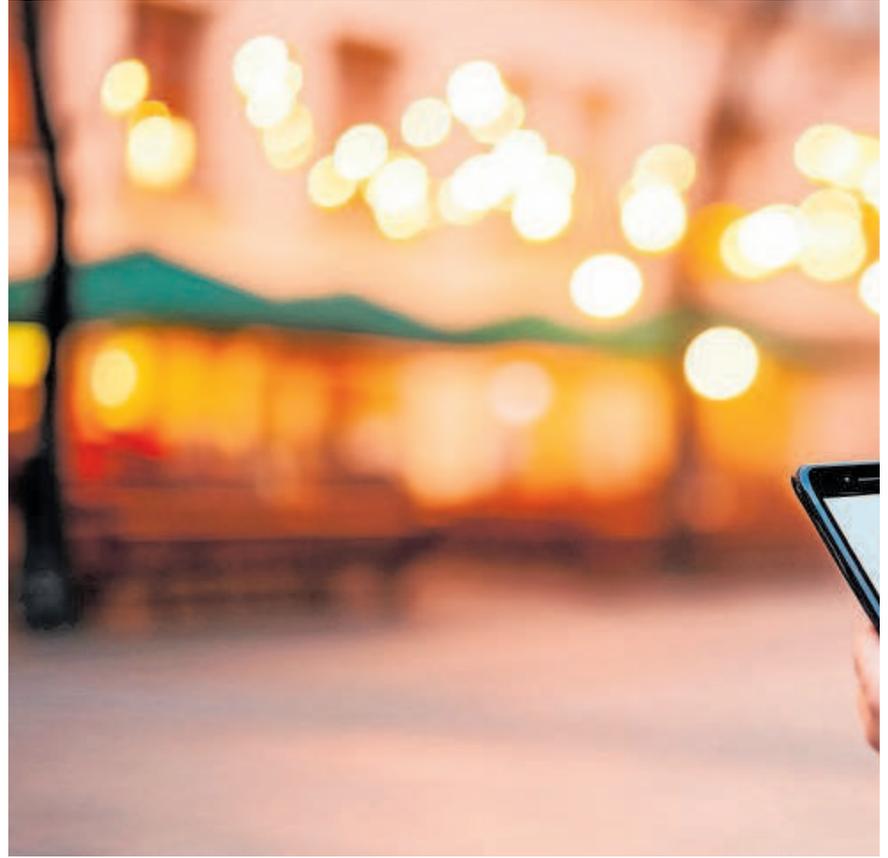
Hay consenso social, empresarial y político sobre la necesidad de mejorar la realidad actual que nos dice que «la edad media en la que los menores tienen su primer móvil es de 11 años», y «el 99% de estos menores ya están presentes en redes sociales». Además, «el 91% se conecta diariamente a internet, y a la misma edad es cuando acceden por primera vez a contenidos pornográficos», según datos del Ejecutivo. «Existen herramientas de control parental, sistemas de filtrado de contenido y tecnologías de verificación de edad. Sin embargo, su eficacia depende de su correcta implementación y de la cooperación entre fabricantes, plataformas digitales y reguladores. Además, consideramos que la IA puede ayudar a identificar con-

tenido nocivo, aunque sigue habiendo margen de mejora en su precisión y alcance», explica Rodrigo González, socio de Deloitte Legal.

Considera la nueva normativa altamente necesaria para la protección de los menores aunque a su vez presenta ciertos desafíos, «como la verificación de edad, que debe garantizarse sin vulnerar la privacidad de los usuarios», resalta. También es complicado controlar la proliferación de contenido dañino, «especialmente cuando se generan imágenes y videos mediante IA (‘deepfakes’)», añade. Otro reto es equilibrar la libertad digital con la protección infantil en redes sociales y videojuegos «sin afectar excesivamente la experiencia del usuario», puntualiza.

Impacto directo

Sobre el efecto que la normativa va a tener en las empresas tecnológicas y fabricantes de dispositivos, Rodrigo González indica que tendrán que estar en disposición de adaptar sus productos para cumplir con los requisitos de la ley, «como la inclusión obligatoria



de controles parentales y restricciones de acceso a ciertos contenidos. Esto implica mayores costos en desarrollo e implementación, así como la necesidad de actualizar términos de servicio y reforzar medidas de cumplimiento». Cree que esta nueva regulación impulsará la demanda de soluciones tecnológicas innovadoras para la protección de menores. «Asimismo, se abre un mercado para herramientas avanzadas de verificación de edad, software de control parental más sofisticado y servicios de asesoramiento legal y técnico para garantizar el cumplimiento normativo», resalta

el socio de Deloitte Legal. Igualmente pueden surgir nuevas certificaciones de seguridad digital para empresas que demuestren un compromiso sólido con la protección infantil.

En cuanto a los dispositivos ya en uso, entiende que gran parte de ellos deberían poder adaptarse mediante actualizaciones de software que incorporen controles parentales mejorados y funciones de filtrado de contenido. «También pueden establecerse configuraciones de seguridad más estrictas por defecto y facilitar guías para padres y tutores sobre cómo reforzar la protección de los menores», ex-

plica Rodrigo González. En algunos casos, las operadoras de telecomunicaciones pueden colaborar ofreciendo herramientas de control a nivel de red. «En todo caso, la efectividad de estas medidas dependerá de la compatibilidad con las nuevas exigencias legales», puntualiza.

Soluciones digitales

Algunas empresas y startups llevan ya tiempo desplegando tecnología para proteger a los menores en los entornos digitales. La firma tecnológica Youforget.me lleva años innovando con herramientas para la protección digital y ha creado Mihuelladigitales, una aplicación de toda la tecnología y programas de concienciación y prevención en centros educativos, ocio y deporte, espacio de especial ubicación de menores. Daniel López Serrano, cofundador y CEO de la compañía, asegura que lo más importante es «implantar la responsabilidad individual y el uso de herramientas para que puedas ejercer tus propios deseos de tu uso en Internet». Cree que se está intentando gobernar los dispositivos cuando los problemas se dan en el

UN DERECHO Y UNA RESPONSABILIDAD

En Telefónica se han comprometido a continuar con las iniciativas de sensibilización y formación que llevan desarrollando desde hace más de 15 años, «ya que entendemos la protección a niños, niñas y jóvenes en el entorno digital no solo como una responsabilidad, sino como una prioridad», recuerda la directora Global de Sostenibilidad ESG. A través del proyecto Movimiento Azul de Movistar promueven un uso más consciente y

seguro de la tecnología. Se trata de una plataforma educativa desarrollada junto a numerosos expertos. Cuentan con herramientas como «protección digital integral» o «control parental en Movistar +». También han puesto en marcha diferentes recursos y talleres formativos como «Líderes Digitales», «para trabajar las competencias digitales y fomentar el uso responsable de la tecnología entre los menores, sus familias y la comunidad educativa».



entorno. Por eso considera importante que las personas conozcan la existencia de unos derechos digitales que les protegen sin olvidar el papel que tienen los progenitores en la materia. «Igual que les enseñamos a montar en bici, también tienen que aprender en casa que utilizar el móvil implica una responsabilidad».

El CEO de Youforget.me ve bien la nueva normativa, pero cree que enfoca su objetivo, el de proteger a los menores, «como un sistema de control» cuando hay medidas que tiene que ver con la educación. Se pregunta si vamos a ser capaces con los medios que tenemos como sociedad de imponer que otras compañías grandes estén también comprometidas «porque puede darse el caso que nos excluyamos como sociedad, que pongamos tantas reglas a internet que no quiera estar con nosotros. Podemos estar seguros pero aislados», reflexiona. Por eso insiste en la necesidad de desarrollar la responsabilidad individual y fomentar los derechos y deberes digitales. Por ejemplo, «podemos poner un antivirus a las personas, como a los ordenadores, para evitar

los ataques cuando usamos internet, los llamados accidentes digitales».

Nuevas oportunidades

A corto plazo cree que los cambios que se avecinan traerán nuevas oportunidades de negocios y se muestra muy optimista, «como lo somos todos los emprendedores». El objetivo pasa porque «las personas se sientan protegidas, seguras de lo que hacen en Internet y esta ley lo va a amplificar», resalta. Su mayor miedo es que «confundamos la protección con la exclusión, pero es bueno que demos herramientas», añade. Y si bien entiende como algo positivo que se obligue a los fabricantes de móviles a poner el control parental, «el individuo es quien lo debe cumplir y si no hay concienciación y educación no avanzamos nada». Se cuestiona también si imponer a fabricantes como Samsung o iPhone que todos los dispositivos tengan una configuración específica para España «no nos va a llevar al objetivo, el de ser ciudadanos digitales». A pesar de los recelos, espera nuevas oportunidades de negocio.

En el caso de la startup española Bouncer Digital, ofrece

soluciones de verificación de edad a través de tecnologías avanzadas de IA y biometría. Lo hace en pocos segundos sin necesidad de registro ni almacenamiento de datos personales. «La unión de biometría e IA es altamente precisa, un 99,5% de efectividad, y garantiza un análisis de edad completamente anónimo», indica Jorge Bardón, CEO de Bouncer Digital. Si en este primer paso la tecnología no pudiera determinar la edad del usuario con suficiente precisión, se le solicitará un documento de identidad oficial para la validar de su edad, asegurando de esta manera un control de edad 100% fiable, seguro y en cumplimiento con la normativa vigente de LOPD.

Esta solución es utilizada por diferentes tipologías de empresas donde la verificación de la edad de sus usuarios es obligatoria. «Por ejemplo, en el medio online trabajamos con plataformas de contenido para adultos, ecommerce de venta de alcohol o venta otros de productos regulados para mayores de 18 años, o empresas de juego online», resalta el CEO.

Asegura que soluciones como la de Bouncer son claves en sectores donde estudios re-

CLAVES

UN ESFUERZO DE ADAPTACIÓN PARA LAS EMPRESAS

La adaptación de los dispositivos a las nuevas exigencias legales implicará mayores costos en desarrollo e implementación. También hará necesario actualizar términos de servicio y reforzar medidas de cumplimiento. Una labor que disparará la demanda de soluciones tecnológicas.

COMPLEJOS DESAFÍOS TECNOLÓGICOS

Una dificultad especial es la de controlar el contenido dañino de vídeo e imágenes generadas por inteligencia artificial, los denominados 'deepfakes'. Otro gran reto es equilibrar la libertad digital con la protección infantil en redes sociales y videojuegos sin arruinar la experiencia de usuario.

CONTROL SÍ, PERO PARTIENDO DE LA EDUCACIÓN

La tecnología juega un papel clave en el desarrollo de la nueva norma, pero algunos expertos apuntan al considerable peso que esta regulación da a los mecanismos de control, lo que puede hacer olvidar que la verdadera clave para proteger a los menores es la educación, que debe empezar en casa.

LAS STARTUPS SE CONVIERTEN EN EL GRAN ALIADO

El papel de las startups en el desarrollo de soluciones tecnológicas que garanticen la seguridad de los menores ha sido clave en los últimos años. Varias empresas españolas innovadoras han marcado el camino en este sentido, y la normativa abre nuevas expectativas de negocio en este ámbito.

cientos en hábitos de consumo digital en menores de edad están demostrando una problemática creciente en adicciones y problemas psiquiátricos por la facilidad que las nuevas generaciones tienen en acceder a productos o servicios restringidos para adultos sin control a través de su teléfono móvil. «Gracias a la tecnología podemos evitar el acceso de millones de menores de edad a contenido de adultos, juegos online, redes sociales o e-commerce de productos regulados, promoviendo un entorno digital más seguro», explica Bardón. Su tecnología puede integrarse en plataformas sociales para verificar la edad en el proceso de registro, asegurando que solo los usuarios que cumplen con la edad mínima permitida puedan acceder. «Esto ayudará a reforzar la seguridad en entornos digitales y proteger a los menores de edad de manera más efectiva», subraya.

Diseño responsable

Desde Telefónica proponen abordar estos desafíos desde la perspectiva del diseño y uso responsable. No solo estableciendo un sistema de verificación de edad efectivo en las diferentes plataformas sino también «implementando prácticas de bienestar digital; habilitando el uso de clasificación por edad del contenido; facilitando herramientas de reporte y/o chats de ayuda para responder a las consultas de los menores y sus familias y fomentando iniciativas de formación y sensibilización dirigidas tanto a los propios menores como a las familias y al profesorado», explica Elena Valderrábano, directora Global de Sostenibilidad ESG en Telefónica.

Considera que en la creación del entorno digital no se contempló la participación de los menores, sin embargo, las nuevas generaciones son usuarios muy activos de Internet y las pantallas. «A esto se suma el uso generalizado de dispositivos y servicios digitales desde edades tempranas, lo que ha derivado en un manejo intuitivo por parte de los menores», subraya. No obstante, la falta de consideración de los menores en el diseño del entorno digital y la ausencia de la noción de uso responsable en su aprendizaje hace que «sean especialmente vulnerables a los riesgos del entorno digital, los cuales en última instancia pueden afectar a su desarrollo psicológico, cognitivo y social». Frente a este problema, la compañía lleva tres lustros intensificando iniciativas de sensibilización y formación.