

La ineficacia política para legislar sobre Social Media

Sentía cierta curiosidad por conocer la importancia que la clase política en nuestro país, está dando a todos los asuntos relacionados con el mundo de las redes sociales y el networking y que tanto afecta a ciudadanos y empresas de un estado como el nuestro, en el que el uso de estos medios y plataformas diversas es realmente muy importante (según el VI Estudio Redes Sociales de IAB Spain, publicado en enero de 2015: un 82% de los internautas mayores de edad entre 18 y 55 años, utilizan las redes sociales, lo que representa más de 14 millones usuarios sobre un total de 17,6 millones de internautas), con todo lo que ello conlleva a nivel legislativo, judicial, normativo, y de control de riesgos entre otros muchos aspectos que se pudieran considerar.



Mi sorpresa ha llegado, cuando me he enterado a través de una búsqueda relativamente sencilla en Internet, que existe en el Congreso de los Diputados Español, una llamada Subcomisión de Estudio sobre las Redes Sociales que en marzo de este

mismo año ha terminado su trabajo, con unas conclusiones que pueden leerse en el boletín oficial de las Cortes de 9 de abril de 2015.

Parece ser que un partido político propuso, a finales de 2012, la creación de dicha Subcomisión «como herramienta para establecer, de forma consensuada, una estrategia nacional de carácter integral que permita afrontar la protección de educación de nuestros menores en la red y la prevención de delitos cometidos a través de las redes sociales», como

aparece textualmente en dicho boletín.

En mi modesta opinión, las conclusiones de este estudio son ciertamente decepcionantes y más teniendo en cuenta, el tiempo que han dedicado a analizar el tema que nos ocupa (desde abril de 2013 hasta marzo de 2015), y la cantidad de comparecientes de todos los ámbitos que han sido consultados relacionados con tecnologías informáticas o electrónicas, expertos en redes sociales y , pasando por profesores y académicos, consultores, abogados, especialistas en protección de derechos, representantes de medios de comunicación y de redes sociales, asociaciones y fundaciones, representantes de consumidores y usuarios, y acabando por autoridades de diferentes ámbitos.

En dichas conclusiones aparecen con mucha asiduidad verbos como estudiar, coordinar, apoyar, necesidad de, promover, impulsar, fomentar, intentar llegar a, etc. pero a mí entender se echa en falta mucha mayor concreción y la apuesta por medidas reales y eficaces que protejan a todo tipo de usuarios contra los riesgos de lo Social Media.

En definitiva, conclusiones cargadas de buenas palabras y voluntarismo, pero sin plantear y promover acciones y objetivos específicos, concretos, medibles y evaluables. Como suele decirse en estos casos, para este viaje no hacían falta tantas alforjas.