

ÉTICA E «INTERNET»

UNA APUESTA EN FAVOR DE LA VERDAD Y DE LA SOLIDARIDAD COMUNICATIVAS

Nos encontramos ante uno de los descubrimientos sociales y científicos trascendentales de la historia. La aparición de la informática y sus derivados, entre los que se encuentra el fenómeno de la «Internet», ocupa uno de los lugares de cambio social más importantes de la historia de las civilizaciones, del mundo de la información y como consecuencia de la cultura y del progreso.

La invención de la escritura hace unos cinco mil años supuso una puerta abierta a innumerables descubrimientos en el campo de la ciencia y de la transmisión de conocimientos. La invención de la imprenta en el siglo xv hizo que los amanuenses encargados de copiar a mano los libros aprendieran a lanzar al mercado obras en serie en poco espacio de tiempo y poco a poco en clave descifrable sólo por aquellos que tenían las leyes de interpretación. En este contexto, la aparición de las revistas especializadas y periódicos en el siglo xix, los congresos, conferencias de prensa hasta llegar al «correo espontáneo» han ido haciendo que la velocidad en la transmisión de los «saberes» sea imparable, con unas consecuencias éticas de notable alcance y de difícil delimitación en el campo teórico y práctico ¹. Estos hechos suponen un cuestionamiento ético en las relaciones personales y sociales que se derivan de este progreso técnico y de la falta de preparación moral del hombre de hoy para usar de estos descubrimientos con autonomía y responsabilidad.

¹ Cf. M. Alfonseca, «La religión en las autopistas de la información», en *Religión y cultura* XLI (1995) 841-862.

Aquí radica la razón de nuestra aportación. Por ello, tenemos como objetivo ver la trascendencia ética del uso del «Internet» intentando descubrir la plataforma y los principios éticos que exigen una regulación jurídica y social. Nos fijaremos en los aspectos positivos que giran en torno a valores ónticos como es el aprecio antropológico de la Verdad y de los valores sociales y como son todos aquellos que promueven la solidaridad y la dignidad de la persona humana en el mundo de la comunicación.

Las cuestiones éticas que nacen de las nuevas formas de «Internet» y de las redes comunicativas responden a problemas éticos de tipo genérico. Pero los problemas morales genéricos hacen referencia a la privacidad, a la propiedad, a los límites de la libertad individual y de la acción social, a la función de la autoridad pública, al respeto, a la asignación de responsabilidades. Todo ello se convierte en un interrogante sobre el concepto de verdad y la educación ética del usuario. Por ello, nos acercamos al tema desde la búsqueda del ámbito jurídico de la ética de «Internet», sus implicaciones antropológicas, la verdad y la solidaridad comunicativas y los retos a la ética personal y social.

1. IMPLICACIONES ANTROPOLÓGICAS DE «INTERNET»

Hoy, en el campo de todo el movimiento existente en la sociedad de «Internet», aparecen multitud de riesgos que es preciso valorar tanto moral como jurídicamente. Éstos pueden convertirse en una amenaza «contra la democracia si su comercialización creciente no es verdaderamente limitada y si el bien común no es considerado como el criterio fundamental»². Por ello, conviene analizar aquellos contenidos y medios de «Internet» que afectan a los valores humanos.

Situaciones como el acceso de los menores a los medios de Comunicación Social³, la pornografía y el erotismo en estos medios, los robos de tarjetas de crédito (los ciberladrones), el cambio de personalidad y los juegos morales (juego de rol, los ciberasesinos),

2 Conferencia Episcopal de Canadá, «Las autopistas de la información», en *Ecclesia* 2764 (25-11-1995) 38-42.

3 G. Padovani, «Nuove norme per la tutela dei minori», en *Famiglia Oggi*, 1996. Cf. P. Barroso Asenjo, «La ética en la cibernsiedad», en *Sociedad y utopía* 9 (1997) 307-325.

el enamoramiento a través de «Internet» (Los ciberamantes), la violación de la intimidad, el respeto al anonimato, la seguridad nacional, son algunas de las situaciones antropológicas que nacen de estas nuevas formas de comunicación y que precisan tanto de una orientación ética como de una regulación jurídica. Los problemas más preocupantes de las comunicaciones «en línea» (ON-LINE) afectan al comportamiento humano: el acceso no autorizado, el robo de propiedad electrónica, el lanzamiento de gusanos y virus informáticos, racismo, difamación y acoso ⁴.

Ante estos riesgos es preciso valorar las posibilidades y la razón de ser de la búsqueda de la verdad y la promoción de la solidaridad sabiendo que nuestra esperanza es que los individuos interioricen normas de conducta. De estas implicaciones antropológicas se han de valorar dos de las capacidades del hombre: la verdad y la solidaridad. Lo hacemos presentando su por qué, el para qué y el cómo.

a) *El por qué de la verdad y la solidaridad*

Estamos ante un mundo en el que el acceso a las autopistas de información puede aumentar los problemas sociales existentes debidos a la insuficiente e injusta distribución de los bienes. Con la solidaridad debemos ser capaces de sobreponer la justicia y la igualdad inteligente a la indigencia, la discriminación, el autoritarismo y la marginación, causas en muchos casos de los problemas señalados anteriormente. Para lograr esta solidaridad ante estos problemas es necesario crear unos medios de comunicación fieles a la verdad. Los instrumentos de comunicación, cuando son manipulados en los mensajes proyectados desde ellos, se hacen cómplices de la insolidaridades e injusticias de este mundo, ya que «toda persona tiene derecho a recibir informaciones exactas, basadas en los hechos, acerca de asuntos importantes» ⁵.

b) *El para qué de la verdad y de la solidaridad*

En las autopistas de la información sucede como en los «medios». Algunos de éstos «se creen autorizados a no informar

4 G. Yognson Deborah, «Ética On-line. La ética en las redes informativas», en *Moralia* 20 (1997) 74.

5 Russell Shaw, «Cultura de masas, medios de comunicación social y acción pastoral», en *Los laicos hoy* 28 (1981), Ciudad del Vaticano.

más que de lo que les gusta, privando a sus lectores o auditores de aquella dimensión objetiva de que tanto se habla, el presunto derecho a la información, que tantas veces permite invadir la intimidad, con frecuente distorsión de la verdad»⁶. Una serena y razonada reflexión sobre las funciones y los fines que a «los medios», sistemas e instrumentos de comunicación hay que encomendarles es la búsqueda de un «nuevo» orden internacional; por ello, con las autopistas de la información, se ha de empezar ya a definir las líneas maestras de la teoría, la acción y los objetivos que deben ser alcanzados, pensando en los más necesitados, menos respetados y más despreciados. Éste será el fin, el para qué, de una verdad solidaria.

c) *El cómo de la solidaridad y la verdad*

Son varios los objetivos que busca la práctica de la solidaridad y la vida en verdad: elaborar una ética de la comunicación al servicio de la cooperación solidaria desde la opinión y la información; concebir y ejecutar programas de educación personal y social; potenciar en las personas, en las familias y en los pueblos una capacidad de discernimiento selectiva y valorativa y una conciencia crítica ante cualquier medio, sistema, instrumento o comunicación; y el ser humano ha de tener conciencia de cuáles son sus deberes y derechos, con las responsabilidades inherentes, ante cualquier circunstancia y posibilidad de diálogo, relación y comunicación con los demás.

2. LA VERDAD Y LA SOLIDARIDAD COMUNICATIVAS

Ambos conceptos, verdad y solidaridad, han sufrido una gran evolución en la historia de la filosofía y del pensamiento desde Platón a santo Tomás y desde éste hasta nuestros días, pasando por E. Kant y M. Heidegger. En cuanto a la verdad, es percibida «cuando la mente del sujeto recibe una impresión o representación fiel de un objeto que existe fuera de la mente»⁷. En Cuanto a la soli-

6 Julián Marias, «ABC» 3, 23 de enero de 1992.

7 S. Kutz, «Reflexiones sobre la virtud de la veracidad», en *Concilium* 25 (1967) 256.

daridad, este principio supera el individualismo insolidario y el corporativismo cerrado. La solidaridad auténtica formula un ideal más noble para la vida social: el de la tendencia a la igualdad ética de todos los sujetos, teniendo en cuenta la situación de asimetría en que se encuentran los individuos y los grupos menos favorecidos⁸. La conexión de la verdad y la solidaridad puede contemplarse desde la relación entre verdad y objetividad, solidaridad y comunicación y las cuatro caras de la verdad.

2.1. *La verdad: Objetividad y exactitud en la transmisión de los datos*

Comprendemos el concepto de verdad no sólo en el nivel objetivo sino también filosófico. A este segundo nivel es difícil llegar en este corto espacio de tiempo. Por ello, en nuestro análisis nos ceñimos al aspecto objetivo de la verdad: a la relación verdad = objetividad. «Si no hay objetividad, no hay verdadera noticia periodística. Ahora bien, un mensaje periodístico es objetivo en la medida que ha sido elaborado con carácter no intencional: un mensaje es objetivo en la medida que el propósito codificador del sujeto promotor se agota en pura difusión del mensaje»⁹. En la objetividad se debe eliminar, o al menos deslindar y diferenciar, la dimensión intencional del comunicante, de forma que éste cumpla la misión de comunicar la noticia tal cual es en su entorno.

Lo más relevante de nuestra propuesta es la verdad y no tanto la objetividad, es decir, la objetividad está al servicio de la verdad. Observamos que en la práctica y en el ejercicio de la comunicación se barajan frecuentemente términos como objetividad, independencia, neutralidad. Sin embargo, muchas veces, estos conceptos están lejos de la verdad.

Es tal la diferencia que existe en el nivel práctico entre estos dos polos, objetividad y verdad, que se puede afirmar que el primero constituye a veces la alienación del segundo¹⁰. Por eso, nuestro camino es el de centrar la verdad en la persona comunicativa. Ser

8 M. Vidal, «Economía neoliberal y crisis del "Estado del bienestar"», en *Concilium* 270 (1997) 154.

9 J. L. Martínez Albertos, «La objetividad del mensaje periodístico: criterios para su entendimiento y valoración», en revista *Mensaje y Medios* 5 (1978) 5. Cf. Santo Tomás, *Sum.The.*, 16.

10 M. Heidegger, *Sein und Zeit*, Tubinga 1977.

persona significa, además de trascender el subjetivismo, desechar la otra cara de la moneda o el planteamiento moderno del objeto. Es decir, el auténtico conocimiento del comunicador es poner lo real a disposición del sujeto hasta el punto de que sólo se reconoce como real lo racional: lo que es susceptible de conocimiento, comunicación o manipulación por parte de la subjetividad ¹¹.

La gran crisis de los medios de comunicación actuales está en la falta de objetividad. En caso de «Internet», para que sea real se le pueden aplicar las condiciones de la verdadera información: a) que el autor de la información tenga conocimiento adecuado del acontecimiento o del aspecto del mismo que pretende comunicar; b) intención de comunicar sólo aquello de lo que se tiene conocimiento y de comunicarlo tal como se lo conoce; c) adecuación expresiva del signo al conocimiento que se tiene y que se quiere comunicar ¹².

Ahora bien, según los códigos éticos, el profesional ante el problema de la objetividad debe elegir el primero de estos dos caminos: o es claro, exacto, objetivo, imparcial, independiente en su quehacer cotidiano y en la transmisión de la información o, por el contrario, se expone a transmitir información falsa, incorrecta, exagerada, equívoca, manipulada, equivocada, partidista, inexacta.

Por otro lado, una de las características de la información veraz es la información crítica. Ésta puede llevarse a cabo a través del «Hacker». Los sistemas que van a almacenar información crítica deben ser los más seguros. Por ello, estos archivos críticos deben estar protegidos de forma especial. Cada vez se debe ser más consciente y crítico a la hora de evaluar la fuente de los datos. Pero además, los proveedores de información tienen que prestar mayor atención a los posibles efectos de la información servida en «Internet» cuando la exactitud sea importante.

11 La lógica del dominio denunciado por la escuela de Frankfurt —Th. W. Adorno, *Negative Dialektik*, Frankfurt 1982— corresponde a un concepto de sujeto moderno definido como conciencia que accede a lo real mediante la construcción del objeto, de tal forma que eso real queda supeditado a la posición adoptada por la subjetividad cognoscente. En este ámbito se sitúa von Balthasar inspirándose en San Agustín: H. URS von Balthasar, «Gloria 2», *Verdad y Bien*, 108-114. Cf. K. Rahner, «Sobre la veracidad», en *Escritos de Teología VII*, 245-274; S. Kutz, o. c., 255-261.

12 N. Traddei, «Objetividad de la información», en *Mensaje y Medios* 6 (1979) 9. Cf. A. Freire, «Conceito Histórico-filosófico de Mentira», en *Revista portuguesa de filosofia*, 367-401; G. Taliervo, «Mentira», en *DETM*, 367-661.

2.2. *Solidaridad y comunicación*

Desde que Macluhan nos habló de la «aldea global» se están construyendo innumerables redes invisibles que van tejiendo el planeta. Estas redes se mueven dentro del ámbito de la promoción del diálogo interpersonal e intersocial y su fuerza es el poder económico y político, sin olvidar el lugar del conflicto del futuro como es el «choque de las civilizaciones»¹³.

Por ello, para que esta intercomunicación sea positiva, ha de hacerse dentro de un marco democrático, es decir, se ha de lograr que todos tengamos acceso a dicha información a un precio razonable. Pero también se ha de estar atento porque estas redes pueden convertirse en una amenaza a la misma democracia si su comercialización no tiene límites y no se considera el bien común como la razón de ser de estos medios. Como todo tipo de propiedad solamente es legitimado en función del bien común a través de una vida social en la que se asegure el diálogo intersocial, todos tengan acceso a la información y se protejan los valores humanos.

a) *Asegurar el diálogo interpersonal e intersocial*

Las autopistas de la información deben asegurar el diálogo interdual y comunitario. La convivencia interpersonal se logrará a través del diálogo. Ha comenzado la era de una aldea global cuya característica principal es la interdependencia.

Uno de los elementos que rompen este diálogo es la acumulación del poder de la información en manos de unos pocos. Por eso el monopolio solamente será legítimo si está al servicio común. El monopolio de la comunicación al igual que los monopolios económicos solamente son legítimos si están supeditados al interés político.

13 Samuel P. Huntington, profesor de Ciencias políticas de la Universidad de Harvard, publicaba en 1993, en la revista *Foreign Affairs*, un artículo sobre el «Choque de civilizaciones». Según él, «las naciones-estados seguirán siendo los protagonistas más destacados de los asuntos mundiales, pero los conflictos principales de la política mundial se producirán entre naciones y grupos de civilizaciones diferentes. El choque de civilizaciones dominará la política mundial. Las líneas de separación entre civilizaciones serán las líneas de batalla del futuro».

Las autopistas de la información tienen la función de mantener el espíritu comunitario, de alentar el intercambio cultural a escala mundial y de promover el respeto y la cooperación entre las personas. Pueden incluso transformar la inteligencia igual que las estructuras. La experiencia humana ha llegado a ser hoy una experiencia de los medios de comunicación ¹⁴.

b) *Derecho a la información*

El derecho a la información y la libertad de expresión están íntimamente relacionados pero son distintos. El derecho a la información lo es pero no a cualquier información ni a cualquier precio. El derecho a la información lo es si se trata de una información objetiva. No hay derecho a la información errónea. Como consecuencia, si hay derecho a la información existe el derecho al acceso a la información. La razón de este derecho está en la dimensión social del hombre. Es una necesidad y un deber el deseo de saber más del otro y, por ello, se trata de un derecho universal.

La sociedad ha de cumplir con uno de sus deberes fundamentales: favorecer y proveer el cumplimiento de este derecho a ser informado. Dado que las posibilidades de las redes informativas son casi ilimitadas, es necesario poner atención en este derecho y en la libertad de expresión. Por ello, nos referiremos a los retos que «Internet» lanza a la sociedad actual.

c) *Proteger los valores culturales y religiosos*

En un principio, las redes y autopistas de la información comenzaron a sacar al mercado valores culturales ya creados. Pero ahora ellas mismas tienen capacidad de crear valores concretos. Por ello contribuyen de forma directa al progreso de los valores. «La cultura de nuestro tiempo, en particular, parece dominada y modelada por los medios de comunicación más nuevos y más poderosos... de tal manera que a veces parecen imponerse como fin y no como simples medios... Los medios de comunicación, en efecto —tanto si presentan las informaciones de actualidad, si abordan temas propiamente culturales o bien si se emplean para fines de expresión

14 *Aetatis Novae* 2

artística y de diversión— repercuten siempre en una concepción determinada del hombre, y es precisamente en función de la autenticidad y de la integridad de esta concepción como deben ser juzgados»¹⁵.

Aunque las autopistas de la información tienen muchos aspectos positivos, sin embargo, hay que estar vigilantes. Es necesaria una investigación y una reflexión constantes para prever y neutralizar sus efectos negativos y para que se orienten hacia el fortalecimiento de la autenticidad y la integridad del hombre.

Por ello, estas redes de comunicación deben presentar una imagen integral de la persona humana. La dimensión religiosa del hombre ha de entrar dentro de esta dimensión. «Es necesario que los medios de comunicación respeten y participen en el desarrollo integral de la persona que comprende la dimensión cultural, trascendente y religiosa del hombre y de la sociedad»¹⁶.

2.3. *Las cuatro caras de la verdad*¹⁷

La reflexión de Juan XXIII nos ayuda a ver las exigencias antropológicas y prácticas de la verdad y a situar esta tarea en el ámbito ético de la responsabilidad como expresión de la solidaridad universal que brota de las relaciones de «Internet» y haciéndonos eco de la búsqueda de la verdad suprema: «Vidimus gloriam Eius; Gloriam quasi unigeniti a Patre plenum gratiae et veritatis» (Jn 1, 14).

Se trata de buscar el fundamento de las relaciones comunicativas en la autopista de la información en una cuádruple cara de la verdad de la que ha de nacer una mínima regulación jurídica si la espontaneidad ética no se hace presente: pensar, honrar, decir y practicar la verdad. El hombre de esta manera se encuentra de cara a su responsabilidad en cuanto se acepta o rehusa la verdad invitando a cada uno a permanecer en la verdad, a alimentar sus pensamientos personales y a obrar según la verdad.

Desde que la «palabra dada» perdió su fuerza antropológica, la verdad quedó a la intemperie y en peligro. Hoy es difícil encon-

¹⁵ Juan Pablo II, Mensaje para la 18 Jornada de los Medios de Comunicación Social.

¹⁶ *Communio et progressio* 59.

¹⁷ Usamos en este apartado el pensamiento presente en el radiomensaje de Navidad de Juan XXIII (22 de diciembre de 1960). Cf. G. Taliervo, «Verdad», en *DETM*, 1169-1172.

trar gentes que espontánea y gratuitamente digan la verdad. Habrá quien la diga por escrito o por temor al castigo, pero «la verdad que nos libera» (Jn 8, 32) sólo quien la ha aceptado la comunica con gratuidad.

a) Cuando hablamos de *pensar la verdad* estamos diciendo que en el campo de las relaciones comunicativas, internacionales y sofisticadas, se trata de tener las ideas claras sobre las grandes realidades del hombre, sobre la libertad, el desarrollo, el progreso y la organización sociopolítica. Se trata de prepararse profesionalmente para obrar con lealtad dentro de la vida humana. Este deber se traduce en apertura constante a la verdad, en la disponibilidad para secundar sus exigencias.

Para pensar la verdad, la sociedad tiene también su parte de responsabilidad en la educación de las conciencias acerca de la verdad. A menudo la transmisión de una noticia a través de las autopistas de la información hábil y enmascarada, sirviéndose de una técnica sugestiva perfecta, logra orientar las conciencias hacia determinadas ideas, instituciones o comportamientos anulando la libertad del destinatario. Esto es más grave si el destinatario no tiene capacidad suficiente para dirigir su libertad¹⁸, como es el caso del acceso a estas redes de los menores o en aquella situación en la que quedan a la intemperie aspectos de la vida humana perteneciente a la intimidad como es el amor, la vida personal, o aquellos otros de índole social como es la seguridad nacional o secretos de Estado.

b) Cuando hablamos de *honrar la verdad* estamos pensando en la honradez y ejemplaridad. Honrar la verdad es convertirse en un ejemplo en todos los niveles de la vida: la familia, la profesión, la sociedad. La verdad nos hace libres y ennoblece a quien la profesa abiertamente. Honrar la verdad significa ser «uno mismo» en cada circunstancia de la vida, sin perderse en el anonimato de la masa, significa la conformidad de nuestros pensamientos y sentimientos íntimos con nuestras acciones externas y se trata de luchar por la verdad y la coherencia de vida.

c) *Decir la verdad* exige su aprendizaje y su transmisión. La palabra de la verdad ha de manifestar el honor, la franqueza y el valor de la confesión de la misma. Decir la verdad es ser testigo. El testigo se expone a no ser escuchado ni entendido. Éste es su drama o su martirio elegido.

18 G. Taliercio, «Verdad», en *DETM*, Madrid 1975.

Decir la verdad se extiende a dar testimonio de la verdad. Decir la verdad coincide con el concepto de «veracidad» por la cual «la palabra que resuena exteriormente es signo de la palabra que reluce en el interior. Lo que se encuentra en el conocimiento se encuentra también en la palabra»¹⁹. Al decir la verdad se han de cuidar especialmente las situaciones como el respeto a la intimidad y al anonimato, la seguridad nacional y aquellas situaciones de enamoramiento e incluso de cambios de personalidad que pueden aparecer a través de «Internet».

d) *Practicar la verdad* es la manifestación del interior del hombre convertida en luz que da el valor a cada una de las acciones de su vida. Practicar la verdad es vivir la caridad, porque el apoyo de la verdad es al amor que ha de vivirse en la comunidad. La práctica de la verdad es una lucha en contra de los ciberladrones, los ciberasesinos e incluso los ciberamantes.

3. ÁMBITO JURÍDICO DE LA ÉTICA EN «INTERNET»

Son varias las referencias que aparecen en el nuevo Código penal respecto al mundo de la información, aplicables al uso de «Internet». Las personas jurídicas pueden y deben ser titulares del bien moral llamado «derecho al honor» y a mantener su fama. Frente a ello, en el Código penal se recuerda que la calumnia perjudica siempre al individuo, pero especialmente cuando puede producirse y extenderse desde el anonimato a través de «Internet»²⁰. En este caso se viola el derecho al honor, a la intimidad y a la libertad de expresión, que hunden sus raíces y responden a la dignidad de la persona humana. Entendemos que puede haber calumnias en este medio de comunicación cuando se imputa un delito a sabiendas de su falsedad y con un manifiesto desprecio de la verdad. En este tipo de delito entra la violación de la intimidad, la difamación y el no respeto a la propia imagen.

Pero también nos encontramos en el campo jurídico con la figura de la «exceptio veritatis»²¹. Ésta aparece cuando la comuni-

19 San Agustín, *De trinitate* 1,15, c.11: PL 42, 1071-1072.

20 Cf. el comentario de Ch. Huitema, *Internet... una vía al futuro*, Ed. Egrolies y Gestion 2000, Barcelona 1995, 138.

21 J. Cremades, «Los delitos informativos en el nuevo Código penal», en «ABC» (2-7-96) 51.

cación del delito de una persona se realiza sin daño a su dignidad. En este caso, se intenta proteger el prestigio de las instituciones democráticas por interés de toda la comunidad. Se exceptúan aquellos delitos que quitan la fama. Si bien es verdad que, en este caso, la comunicación del delito podría beneficiar a la comunidad, sin embargo, no sería moralmente lícito si perjudica directamente al individuo.

Asimismo, existen bastantes aspectos positivos, valorados como tales por el Código penal. No cabe duda que el servicio que «Internet» puede prestar al progreso y al bienestar de la humanidad es en la actualidad inconmensurable. El Documento del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, hablando de la publicidad, señala este aspecto positivo: «La publicidad tiene también un significativo potencial para el bien, que algunas veces adquiere formas concretas... Beneficios económicos, políticos, culturales, morales y religiosos»²².

Uno de los problemas morales y jurídicos con los que nos encontramos en el mundo de las autopistas de la información es el de la tensión creada entre la objetividad y la verdad. Esta situación está exigiendo una legislación al respeto que regule el acceso a la objetividad de los acontecimientos, reflejo de una verdad desnuda cuyo origen esté en la persona humana. El respeto a la libertad de la persona y a su dignidad deberán aparecer en las legislaciones que se elaboren sobre esto, de manera que la persona aparezca como la razón de ser de la comunicación y como consecuencia del intento de acercarse a la verdad profunda de la objetividad.

Tanto la Declaración Universal de los Derechos Humanos (art. 19) como la encíclica *Pacem in Terris* insisten en esta dimensión antropológica de la relación jurídica, ya que «todo ser humano tiene el derecho natural al debido respeto a la persona²³, a la buena reputación, a la libertad para buscar la verdad y, dentro de los límites del orden moral y del bien común, para manifestar y defender sus ideas». Por ello, el ordenamiento jurídico que

22 Pontificio Consejo para las comunicaciones sociales, Documento 22-febrero-1997, nn. 5-8. Son muchas ya las presencias de elementos éticos y religiosos en el mundo de «Internet» que potencian este nivel de comunicación positiva: En los foros a debate se hace presente la Teología de la Liberación, las Hermanitas del Convento de Montalbán, asociación religiosa «Caridad y Compromiso», la ONG «Tecnología y Desarrollo», el Obispado de Tecnolia (Italia).

23 J. Iturrioz, «Persona e información», en *Razón y fe* 795 (1964) 357-368.

nazca de estas aspiraciones debe buscar ante todo el asegurar el respeto a la dignidad de la persona y como consecuencia establecer el lugar propio en el que la verdad del hombre puede encontrarse.

4. RETOS A LA ÉTICA PERSONAL Y SOCIAL

Aunque los problemas que surgen en el comportamiento humano dentro de las redes de «Internet» o autopistas de la comunicación son bastantes genéricos, sin embargo, consideramos algunos aspectos concretos como los siguientes: la formación del usuario, la protección de la intimidad y la vida privada, el derecho debido a la propiedad intelectual, las condiciones de acceso a la red de «Internet», la integración de un mensaje humanista en la nueva cultura y el respeto al secreto profesional.

4.1. *La formación del usuario* ²⁴

Ha de recordarse que no sólo el individuo sino también la sociedad tiene derecho a la comunicación. Como aparece en la declaración de los derechos humanos, este derecho a ser informado y a recibir información es de todos los ciudadanos; por tanto, en principio todo ciudadano tiene derecho a entrar en las redes de información y, por ello, a ser formado para tal fin. Hoy, este derecho se hace prácticamente posible debido a razones vinculadas a la evolución de la tecnología de la civilización.

Por otra parte, el art. 10 de la Convención de salvaguarda de los Derechos del Hombre y de las libertades fundamentales ²⁵ dice que «toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber ingerencia de autoridades públicas o sin consideración de fronteras».

Pero estos derechos personales a emitir y a recibir mensajes nacen de la misma comunidad y dimensión social de la persona, es decir, es la misma comunidad la que tiene, posee como propio,

²⁴ O. González de Cardedal, *Carta a un periodista amigo*, Madrid 1989. Premio «Ramón Cunill».

²⁵ Roma, 4 de noviembre de 1950.

el mensaje y la verdad ²⁶. Por ello, la condición del mensajero y del receptor de la verdad es la de auscultar a la comunidad y diagnosticar la verdad de ella sin hierirla. Por otro lado, la misma comunidad es la que, en función del bien común y del derecho de acceso de todos los miembros a la comunicación, debe regular moral y jurídicamente sus límites.

Por ello, entendemos que la primera necesidad de una comunidad es la necesidad de la verdad. La falta de sentido de verdad en unas relaciones intercomunitarias termina por contaminar, deteriorar y corromper a la misma sociedad.

Teniendo en cuenta este ámbito comunitario de derecho y poseedor comunitario de la verdad, los destinatarios de la información y de la transmisión de las noticias a través de los universales medios *no pueden quedar indiferentes ante un fenómeno que puede modificar las relaciones interpersonales y del que pueden depender decisiones morales y la orientación de la vida entera de una persona o de generaciones futuras*. Como en la mayor parte de las relaciones sociales, la conexión individuo-sociedad es la que está en juego en nuestros análisis morales. Una reflexión sobre el concepto de persona, abierto al otro, al Otro y a lo otro, puede ayudarnos a comprender moralmente nuestro acceso a la red de «Internet».

Por ello, el receptor tiene el deber de formarse aprendiendo a seleccionar aquella información que le resulta más provechosa para su maduración y crecimiento personal. Asimismo, ha de evitarse todo aquello que pueda ser causa de daño espiritual para ellos o para posibles personas indefensas ante estos medios.

Tratándose de unos medios sofisticados y de difícil control, para evitar caer en los riesgos señalados anteriormente, es preciso crear un clima de formación cultural, un cambio hacia una cultura de la responsabilidad que, por una parte, haga que los receptores, niños, padres, etc., se capaciten responsablemente para no entrar en estas redes si se ven incapaces de control; por otra parte, la sociedad ha de regular a través de leyes claras y de presiones sociales tanto la presentación honrada y leal de la verdad como limitar la posible absolutización del negocio y la competencia en los medios. Asimismo, los poderes de estos medios, económicos y culturales, han de potenciar una cultura

26 J. Iturrioz, «La verdad y su ética en los medios de comunicación social», en *Sal Terrae* 62 (1974) 657 ss.

del servicio y de la solidaridad frente a la cultura de la ley del más fuerte²⁷.

Hoy se suele decir que «los medios de comunicación son una escuela paralela. Es de capital importancia ayudar al público a tomar opciones de forma libre, más responsable, que reflejan sus convicciones...; a no contentarse con una actitud de consumidor sino alentar a tener una actitud de ciudadanos responsables. Por esta razón, la formación es necesaria».

Esta formación debe realizarse de forma que «permita adquirir una distancia crítica»²⁸. Se ha de mirar qué tipo de personas saben discernir para estar al servicio de la democracia apoyando las nuevas iniciativas del desarrollo. «En nuestros días, sólo el hombre culto, el que puede retardar el reflejo por la reflexión, será capaz de aprender a servirse de las nuevas formas de comunicación».

4.2. *La protección de la intimidad y vida privada*²⁹

El derecho a la vida privada es el derecho que tiene cada persona de poder encontrarse. Sólo «eso significa proteger la vida privada y personal de un individuo de toda intrusión o de una exposición a la mirada extraña». Cuando la buena reputación está en juego, nos encontramos ante una cuestión ética y deontológica profesional que exige prudencia y discreción.

Así como en el campo de la propiedad, la privada se opone a la estatal, en el terreno de la vida, la privada e íntima se opone a la pública. La intimidad o vida privada es el mundo de lo interior o lo más reservado de la vida de la persona. Tiene una relación estrecha con el mundo de las relaciones consigo mismo, con los propios allegados e incluso con el propio Dios.

A pesar de esta división, algunos autores distinguen entre vida pública, vida privada e intimidad: «Se puede adelantar la solución

27 N. Blázquez, «Ética para profesionales de la información», en *Studium* (1985) 392 ss.

28 R. Echegaray, *Discurso de introducción a la Asamblea Plenaria de la Conferencia de los Obispos de Francia*, DC 1979, n. 1.774, p. 979.

29 P. Barroso, «El PAPA de la ética de "Internet"», en AA. VV., *Ética y computadores* 96, III Congreso internacional (Madrid 1996) 55-73. Toda la obra posee una rica bibliografía sobre el tema. El autor, a través de los conceptos «Privacy», «Accuracy», «Property» y «Access» (PAPA), plantea cuatro cuestiones éticas de importancia.

que parece correcta: la esfera de *la vida pública* puede y debe ser siempre objeto de la información; la esfera de *la vida privada* puede ser siempre objeto del mensaje, pero debe serlo tan sólo cuando la actuación privada trasciende a la vida pública; *la vida íntima* no sólo no es informable, sino que ni siquiera es investigable. No puede, ni debe ser objeto de la información. Es un núcleo totalmente reservado»³⁰.

Si distinguimos entre aspectos de la vida de la persona que son privados e íntimos, estos últimos son los más interiores de su existencia, podremos descubrir que existen algunos aspectos de la vida privada que pueden ser conocidos y dados a conocer cuando existe conflicto entre vida pública y vida privada, pero nunca tal noticia debe afectar a la vida íntima.

El concepto de intimidad y vida privada, que aparece en los códigos éticos, se centra más en la intimidad individual y personal, en la vida privada, en el anonimato y en la confidencialidad que en el respeto y la no intromisión en la intimidad.

La intimidad es la dimensión de la vida de las personas que afecta a la fibra más sensible de la población. Hoy con la expansión de la tecnología aumenta el riesgo de que los ciudadanos se conviertan en víctimas e incluso de que estos abusos pasen desapercibidos. Uno de los abusos de este tipo más temido y anunciado afecta al papel que la publicidad jugará en el mundo electrónico.

Un ejemplo lo tenemos en multitud de empresas que envían cartas con datos personales³¹ (DNI, direcciones, si vivimos o no en pareja, etc.) que a su vez ha recibido de otras empresas mediante un contrato de compra o transacción: «la mayor amenaza para nuestra intimidad y vida privada es la violación de nuestro derecho a ser tratados como seres humanos y no como un número de nuestro carnet de identidad, un número de matrícula, un expediente bancario, etc. Dichos números no tienen derechos... Ellos no necesitan dormir, no sienten vergüenza, no se enfadan, no sienten frío ni hambre, no olvidan cosas ni cometen errores... A menos que protejamos nuestros derechos a la individualidad, nuestro derecho a ser diferentes, incluso a ser únicos, todos nuestros esfuerzos para defendernos de la invasión informática de nuestra intimidad caerán en saco roto... Si nos consideramos como sim-

30 J. M. Desantes Guanter - C. Soria, *Los límites de la información*, en Asociación de la Prensa de Madrid (Madrid 99) 108.

31 J. Marias, «Acoso Postal», en «ABC» (24-4-1997) 3.

ples números o datos que meter en un ordenador, entonces no hay ningún impedimento para la creciente invasión de la intimidad y vida privada»³².

Son muchas las maneras con las que se puede entrar en la dimensión íntima de las personas. En primer lugar, en el campo comercial el correo electrónico es un modo en que uno puede enviar un gran número de mensajes instantáneamente a multitud de personas cuyos datos están en la red, llegando incluso a aquellos que no desean que sus datos se conozcan.

Pero además del uso y abuso comercial, se puede llegar a la intimidad de las personas a través de las modernas técnicas de búsqueda de las bases de datos y el acceso «on line» a los documentos. Teniendo en cuenta la pluralidad de formularios de seguros de médicos, solicitud, impresos de impuestos, declaración a Hacienda... con los medios de recogida de datos se puede construir una imagen personal y detallada de la vida privada y de la intimidad de cualquier persona³³.

En ocasiones trabajan juntos los que crean las bases de datos. Cuando la información que se ha mantenido como confidencial se hace pública, se suele argumentar que la máquina no es segura y como consecuencia los datos pueden ser leídos por el gran público, especialmente en el campo de la criptografía. Aquí, cuando el gobierno interviene para salvar los grandes secretos estatales, se plantea el problema de la diferenciación entre el derecho público y el derecho particular.

4.3. *El derecho debido a la propiedad intelectual*

Durante los últimos decenios el concepto de propiedad ha cambiado de horizonte: de considerar la propiedad de la tierra como punto directo de reflexión por su relación con el trabajo se ha pasado a considerar la propiedad del saber como raíz y método de desarrollo integral del hombre. La propiedad del conocimiento de la técnica y del saber aparece hoy no sólo contemplado desde la óptica del trabajo en común o con otros, sino también

32 T. Forester - P. Morrison, «Computer Ethics, Cautionary Tales and Ethical Dilemmas in Computing», en *The MIT Press* (Cambridge 1995) 160-161.

33 D. G. Johnson, «Ética en las redes informativas», en *Moralia* 20 (1997) 73-86; Th. M. Garret, *Manipulación y Medios de comunicación social*, 218-227; A. Luthe, *¿Qué se entiende por manipulación?*, 169-189.

dentro del marco de una economía moderna de empresa con muchos aspectos positivos y con algunos riesgos:

«Si en otros tiempos el factor decisivo de la producción era la tierra y luego lo fue el capital, entendido como conjunto masivo de maquinaria y de bienes instrumentales, hoy el factor decisivo es cada vez más el hombre mismo, es decir, su capacidad de conocimiento, que se pone de manifiesto mediante el saber científico, y su capacidad de organización solidaria, así como la de intuir y satisfacer las necesidades de los demás» (CA 32).

El factor decisivo del futuro del hombre es el hombre mismo considerado en su triple dimensión intelectual (saber científico), social (organización solidaria) e histórico fraternal (intuir y satisfacer las necesidades de los demás). Esta tríada, que refleja la propiedad del saber, debe ayudarnos a comprender la insuficiencia de la actual terminología jurídica y práctica del término de propiedad aplicado al mundo de la entrada en las redes de las autopistas de la información. Hoy la propiedad pública de un país es privada respecto al universo planetario por ello será preciso distinguir entre posesión y gestión, es decir, no habrá que ignorar el poder de quienes gestionan ³⁴.

Desde las últimas décadas, aunque el planteamiento es medieval, va siendo recogido el derecho a la propiedad en los diversos códigos civiles reguladores de esta cuestión ³⁵. En estos códigos se puede descubrir que el informático no debe usar ni atribuirse «méritos por el trabajo de otros sin el reconocimiento y autorización específicos» porque existe obligación moral de respetar la propiedad intelectual de los demás. En este sentido, el plagio es considerado como un hurto intelectual, ya que, por ejemplo, «la adquisición de “software” a terceros debe hacerse con especial cuidado ³⁶. Como propiedad intelectual el “software” está protegido mediante derechos de autor, patentes, secreto comercial o como información confidencial». Entrar en la esfera de este campo es

34 Cf. Juan Pablo II, *Centesimus annus*; A. Galindo, «Propiedad privada y propiedad del saber», en ASE (Madrid, 1991).

35 Ley de propiedad intelectual del 11 de noviembre de 1987, con el título VII a los programas de ordenador ar. 95 100.

36 Sobre la regulación y protección de datos, véase M. Álvarez Rico, «La protección de datos en España: una visión en claroscuro de la CORTAD», en *Sociedad y Utopía* 9 (1997) 213-222.

caer en la violación de la conciencia, del derecho y de la deontología. Veamos algunas cuestiones concretas:

a) *Derechos de propiedad en el «software» informático.* El «software» es un conjunto de instrucciones que le dicen al ordenador lo que tiene que hacer. Es, pues, la base de la fuerza y de la efectividad del ordenador donde su autor ha puesto lo genuino de su trabajo, conocimiento y conciencia. Hoy, el hurto de este tipo de propiedad se está generalizando cada vez más. Se puede decir, sin miedo a equivocarse, que estamos ante un robo de la fuerza de los ordenadores, ya que gran parte de los programas de ordenador son hoy copias piratas.

b) *Los derechos de propiedad intelectual.* Es éste un derecho que proviene de la Edad Media. Pero, hoy por hoy, existe una gran distancia entre lo que prohíbe la ley al respecto y las actitudes sociales, ya que pocos son los que pueden decir que nunca han copiado. Por otra parte, es necesario distinguir entre copiar el resultado de una investigación y la fuerza que te lleva ese resultado. En el caso de «Software» y de «Internet» se roba la fuerza de donde se van a aclarar unos resultados.

c) *Los «hacker».* «Muchos «hacker» argumentan que ellos siguen una ética que guía sus comportamientos al mismo tiempo que justifica su actuación. Esta ética del “hacker” se basa en el hecho de que toda la información debe ser de libre acceso. Este punto de vista mantiene que la información pertenece a todo el mundo y no debería haber barreras o limitaciones para prevenir que cualquiera examine esa información». Pero este camino es el de la anarquía y la desconfianza en la información a medio y largo plazo, ya que llegaría un momento en que nadie se fiaría de nadie y en su argumentación está la contradicción ética: si este derecho es universal, su acceso ha de ser regulado para que todos podamos acceder a él.

d) *La amenaza real.* Tan grave como los «hacker» son los pequeños timos que, hoy por hoy, es la mayor amenaza al tratamiento ético de la propiedad intelectual. Es el convencimiento que tienen los pequeños poderosos de que no hacen daño por copiar del programa un mínimo de informatización. Hoy, estos pequeños hurtadores son la amenaza mayor de la información. Esta gente es un grupo importante precisamente por ser tan numerosos y porque son aparentemente incapaces de poner un pensamiento ético detrás de sus acciones.

4.4. *Derecho y condiciones de acceso a la red de «Internet»*

Hoy se plantea el problema sobre las condiciones que se requieren para tener acceso a la información. Los ordenadores pueden utilizarse en el campo de la educación, los negocios, la medicina, el gobierno, la comunicación. Pero ¿cómo se debe distribuir el acceso a estos útiles de la sociedad? Tras esto, nos encontramos con cuestiones éticas, como los monopolios, el capitalismo, el poder político eje de esta distribución, la justa distribución, la capacitación para su uso.

Nuestro juicio es que, respetando la salvaguarda del bien común garantizado por el poder democrático de tipo racional, es el ámbito del desarrollo de la informática el que debe determinar las aplicaciones concretas de este acceso. Pueden señalarse los siguientes criterios: «Uno debe tener las habilidades intelectuales para ser capaz de trabajar con la información. Esto es tarea de la educación. Uno debe tener acceso a las tecnologías de la información que almacenan y procesan la información. Finalmente, uno debe tener acceso a la propia información» (Mason 1986). En este último caso la tecnología debe realizar los sistemas democráticos. La propiedad del saber, la redistribución de recursos y técnicas y la situación democrática real son los tres criterios desde los que se ha de respetar el acceso a la verdad desde la sociedad.

4.5. *Integrar un mensaje humanista en la nueva cultura*

En la *Redemptor missio*, Juan Pablo II nos dice: «el primer areópago del tiempo moderno es el mundo de la comunicación, que está unificando a la humanidad y transformándola —como suele decirse— en una aldea global... la evangelización misma de la cultura moderna depende en gran parte de su influjo». No basta, pues, usarlos para difundir el mensaje cristiano y el magisterio de la Iglesia, sino que conviene integrar el mensaje mismo en esta nueva cultura creada por la comunicación moderna. Es un problema complejo, pues sin hablar de su contenido, esta cultura se origina por el hecho mismo de que existen nuevas formas para comunicar con nuevos lenguajes, nuevas técnicas, nuevos comportamientos psicológicos.

Para integrar el mensaje humanista con la nueva cultura se debe fijar en la dimensión antropológica de la información. Estamos aquí ante la pregunta por el hombre comunicativo y por el proceso de comunicación realizado por el hombre. En la comunicación, como en otras actividades humanas, el hombre no es un objeto entre los demás objetos ni tampoco es un elemento de una estructura³⁷. Estamos ante el hombre como persona libre y responsable que se proyecta al exterior y se comunica con los demás por medio de la palabra, del gesto, de las actitudes y de las conductas.

El hombre está en el mundo y necesita del tiempo para «ser». Su dimensión comunicativa, su relación con los otros, está condensada, como afirma Levinas en el *Rostro del otro*. El hombre está primariamente destinado a vivir en sociedad. Por eso su dimensión social y su dimensión comunicativa es una relación con los demás hombres en una esperanza de proyecto y de apertura.

Desde el hombre, transmisor de sí mismo y de una cultura en el tiempo y en el espacio, nos encontramos con una cultura de masas y una comunicación que tiene como destino el hombre.

4.6. *Fidelidad y secreto profesional*

La fidelidad se manifiesta entre otras maneras a través del secreto. La esencia y el valor ético del secreto tiene relación con el respeto a la intimidad personal y con la garantía del bien social. Es, pues, un compromiso ético de no manifestar aquello que se ha conocido por vía confidencial. En el secreto profesional se trata de mantener una noticia en secreto por razón de haber tenido conocimiento de ella en calidad de una prestación de oficio. Obliga siempre en justicia aunque tiene límites como el bien común, el perjuicio a una tercera persona, el daño a la propia profesión, la ruptura de un acuerdo contractual o el conflicto con otros valores.

CONCLUSIÓN

Hoy nos encontramos en un punto del desarrollo de «Internet» en el que se decide su éxito o su fracaso. Los peligros son muchos. No se pueden olvidar los temas como el de la intimidad y vida pri-

37 J. de Finance, «El tú y la comunicación», en *Stromata* 36 (1980) 287-292.

vada, la exactitud, la propiedad intelectual y el acceso a la información. Con la fuerza que hoy la sociedad tiene en el mundo del conocimiento, la pérdida de este elemento será devastador en la búsqueda de la calidad de vida de la humanidad. Si la intimidad se convierte en un juego dentro del ciberespacio, este medio será rechazado tanto por los proveedores como por los consumidores, por ser demasiado arriesgado para los hombres en sus dimensiones personal y financiera. El peligro mayor está en querer ignorar los efectos e implicaciones de este sistema.

Sin lugar a dudas, cuanto más facultades tengan los profesionales informáticos, más beneficios aportarán estos nuevos sistemas de comunicación. Nuestra sociedad será mejor servida si los profesionales informáticos son sensibles a los efectos sociales de los ordenadores y actúan como un grupo con respecto a cuestiones de interés público. Algunos pueden ver esto como una amenaza al mundo de los negocios, pero parece ser más bien que la profesión está asumiendo un papel de liderazgo en el futuro de las tecnologías. No podemos olvidar que el progreso de la ciencia beneficia a corto y largo espacio al hombre aunque existan personas que pueden usar más de este poder científico. La cuestión ética es cultural. El trabajo está en la educación ética ante las crisis de las civilizaciones que se avecina. Según esto, es importante:

- 1.º Que el objeto de un acceso universal a un precio razonable sea determinante en cuanto a su desarrollo, y que esto se formule de forma explícita, detallada, clara y sencilla.
- 2.º Que el acceso universal sea común, es decir, que todos los que lo deseen puedan ser formados fácilmente y de manera apropiada para participar en las autopistas de la información y para aprovecharse de los servicios de los que todos deberían beneficiarse.
- 3.º Que faciliten verdaderamente el diálogo entre las personas, las sociedades y los países.
- 4.º Que haya una protección suficiente de los derechos a la información y a la libertad de expresión, de los valores culturales y de la expresión de los valores religiosos.
- 5.º Que la publicidad, que desempeñará un papel determinante, sea explotada y dirigida como un servicio para las personas y no como un «handicap».
- 6.º Que no se permita jamás que las autopistas de la información contribuyan a crear una sociedad a dos velocidades

entre los privilegiados que tienen acceso a la información y los que no tienen ese acceso.

«Entre los maravillosos inventos de la técnica que, principalmente en nuestros días, ha extraído el ingenio humano, con la ayuda de Dios, de las cosas creadas, la madre Iglesia acoge y fomenta con peculiar solicitud aquellos que miran principalmente al espíritu humano y han abierto nuevos caminos para comunicar con extraordinaria facilidad noticias, ideas y doctrinas. Entre tales inventos sobresalen aquellos medios que por su naturaleza no sólo pueden llegar y mover a cada uno de los hombres, sino a las multitudes y a toda la sociedad humana»³⁸.

ÁNGEL GALINDO GARCÍA

SUMMARY

With this work we are in the presence of one of the social and significant phenomenons of the history: the appearance of the computer system and its results, among them it's the «Internet» phenomenon. The main purpose of this contribution is to see the ethics importance in the «Internet» use. For this reason, they present the platform and the ethical principles that require an awful and social regularity. The author analyzes the positive aspects that turn around the ethical values as its anthropological steem of the truth and of those social values that promote the solidarity in the communication world. After offering four faces of the truth, the duels of personal and social ethics are analyzed: The training of the «Internet» user, the protection of the private life, the right of the intellectual property and the conditions of the access to «Internet» with the human message at the new culture.

38 *Inter mirifica* 1.