

Libertad y verdad en las autopistas de la información e internet

«A la luz de estas reflexiones, por lo tanto, pedimos a los profesionales de la publicidad y a todos aquellos implicados en el proceso de encargarla y difundirla, que eliminen sus aspectos socialmente perjudiciales y observen un alto estándar ético en relación a la veracidad, la dignidad humana y la responsabilidad social. De este modo, ofrecerán una especial y significativa contribución al progreso humano y al bien común» (PCCS, *Ética en la publicidad*, 22-2-97).

Introducción

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 «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 solo por aquellos que tenían las leyes de interpretación. En este con-

texto, 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 práctico¹. 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.

Aquí radica la razón de nuestra aportación. Por ello, tenemos como **objetivo** ver la trascendencia ética del uso del «Internet» y de las autopistas de la información 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 la libertad 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, de la libertad y la educación ética del usuario. Por ello, nos acercamos al tema desde la búsqueda del ámbito jurídico de la ética de internet y de las redes de información, sus implicaciones antropológicas, la verdad comunicativa y la libertad solidaria y los retos a la ética personal y social.

1. Ámbitos de aplicación de la verdad y la libertad

Tanto la verdad como la libertad son a la vez valores ónticos y prácticos. Son categorías antropológicas en un sentido amplio. Ambas se definen en su realización. Por esto, estudiamos los para-

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

digmas de aplicación en el campo de internet, la preparación del usuario que intenta encontrar la verdad con libertad y los agentes sociales de responsabilidad.

1.1. *Paradigmas de aplicación*

Siguiendo a Santo Tomás comenzamos afirmando que no existe un acto humano deliberado que sea moralmente indiferente considerado en concreto². Por otra parte, observamos cómo la revolución informática es inevitable e imparabile. No se puede concebir el mundo actual sin la omnipresencia del ordenador. Por eso vamos a recoger algunos paradigmas a los que hemos de aplicar el dictamen ético.

Hoy, gracias al llamado ordenador parlante, los invidentes y los disléxicos pueden llegar a leer o a escuchar de la inteligencia artificial del ordenador lo que este va diciendo en voz alta. Asimismo, gracias a los ordenadores es posible estudiar cada día, con más detalle la evolución del agujero de la capa de ozono. Digase lo mismo respecto a la identificación de firmas o al conocimiento de la cartografía que los ministerios de agricultura y defensa pueden perfeccionar gracias al ordenador.

Pero, por otra parte, la seguridad de las bases en que se fundamentan la sociedades modernas están en entredicho debido al colectivo de personas que llevan a cabo fraudes, robos de información, destrucción de programas. El mundo de la banca y el de los servicios estatales son los más afectados.

Atendiendo al pirateo de «software», según las Asociaciones de Empresas de Informática³, las empresas de informática dejaron de ingresar en España, ya en el primer semestre de 1986 al rededor de 65.000 millones de ptas. por delitos informáticos. Pero también son usados los medios de la informática en el campo del ciberasesino, ciberamantes. La lista podría continuarse hasta innumerables formas que el ingenio humano es capaz de crear.

² Cf. SANTO TOMAS, I-II, q. 19 a 8.

³ Cf. Los datos están recogidos de la SEDISI o Asociación Española de Empresas de Informática.

1.2. *Preparación profesional y formación del usuario*

Por esta razón entramos a considerar una dimensión fundamental de las redes informáticas: la preparación del usuario. 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 consideraremos 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.

Una de las exigencias más importantes del cometido del desarrollo de la libertad y del conocimiento de la verdad es *la formación del usuario*⁴. Esta tarea ha de hacerse en la relación individuo-sociedad y, por ello, 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 fundamentales⁵ 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».

Desde estos presupuestos veamos cuál es el origen de este derecho a formarse, su relación con la sociedad y el espacio «crítico» de esta formación.

a) *Origen del derecho personal a formarse*. 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, el mensaje y la

⁴ O. GONZÁLEZ DE CARDEDAL, *Carta a un periodista amigo* (Madrid, 1989). Premio «Ramón Cunill».

⁵ Roma, 4 de noviembre de 1950.

verdad⁶. Por ello, la condición del mensajero y del receptor de la verdad es el de auscultar a la comunidad y diagnosticar la verdad de ella sin herirla. 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.

b) *Conexión individuo y sociedad para una formación integral.* 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 social 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 limitar a través de leyes claras y de presiones sociales tanto la presentación honrada y leal de la verdad como el posible absolutización del negocio y la competencia en

⁶ J. ITURRIOZ, «La verdad y su ética en los medios de comunicación social» en *Sal Terrae* 62 (1974) 657 ss.

los medios. Asimismo, los poderes de estos medios, económicos y culturales, han de potenciar una cultura del servicio y de la solidaridad frente a la cultura de la ley del más fuerte⁷.

c) *Distancia crítica en la formación*. 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 crítica es necesaria».

Esta formación debe realizarse de forma que «permita adquirir una distancia crítica»⁸. Se ha de mirar que tipo de personas sepan 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».

1.3. *Necesidad de agentes de responsabilidad informática*

Al rededor de la informática ha surgido durante los últimos años múltiples oportunidades para muchos. Pero, en este proceso ha sido inevitable la aparición de oportunistas intrusos con ánimo de lucro individual. Hay varios datos que avalan esta necesidad de agentes responsables en la información.

Por ello, entre los agentes de responsabilidad informática, por un lado nos encontramos con las empresas informáticas y por otro con los profesionales. Como toda empresa, su razón de ser está en la búsqueda del bien común y su control ha de provenir del ejercicio político del ser humano. El valor ético y antropológico más urgente a inculcar en los usuarios y en los agentes de la informática es la responsabilidad, fundamento de la transmisión de la verdad.

La tecnología informática ofrece una indiscutible autonomía a las personas que utilizan las aplicaciones informáticas. La responsabilidad y autonomía de los agentes y usuarios, individuos o empresas, es cuestión no siempre bien conjugada. Entre los prime-

⁷ N. BLÁZQUEZ, «Ética para profesionales de la información», en *Studium* (1985) 392 ss.

⁸ R. ECHEGARAY, Discurso de introducción a la Asamblea Plenaria de la Conferencia de los Obispos de Francia, DC 1979, n. 1774, p. 979.

ros ataques a la verdad están los fraudes informáticos. Son muchos los fraudes posibles; entre ellos, figuran el terrorismo lógico, las acciones de los fanáticos, las acciones físicas contra la integridad de los elementos informáticos y contra la protección del derecho de la autonomía y contra la propiedad intelectual.

Lo más revolucionario de estas trampas informáticas es que, es casi imposible evaluarlos en toda su amplitud. Un ladrón informático puede copiar en disco, en banda, por impresora, etc., una información valiosa y venderla. Como la información sigue ahí, nadie podrá enterarse que ha sido robada. El espionaje de datos, su extracción fraudulenta, su modificación insidiosa, la utilización abusiva del programa son algunos de los caminos. Los virus, la piratería del «software», los gusanos, etc., son algunos de sus ámbitos de acción. Por tanto, estos datos demuestran la necesidad de una responsabilidad informática.

2. Implicaciones antropológicas de las autopistas de la información e «internet»

Hoy, como hemos visto, en el campo de todo el movimiento existente en la sociedad del «Internet», aparecen multitud de riesgos que es preciso valorar tanto moral como jurídicamente. Estos 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»⁹. Por ello, conviene analizar cómo aquellos contenidos y medios de internet afectan a los valores humanos.

Situaciones como el acceso de los menores a los medios de Comunicación Social¹⁰, 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), 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

⁹ Conferencia Episcopal de Canadá, «Las autopistas de la información», en *Ecclesia* 2764 (25-11-1995) 38-42.

¹⁰ G. PADOVANI, «Nuove norme per la tutela dei minori», en *Famiglia Oggi*, 1996. Cf. P. BARROSO ASENJO, «La ética en la cibersociedad», en *Sociedad y utopía* 9 (1997) 307-325.

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 ¹¹.

Ante estos riesgos es preciso valorar las posibilidades y la razón de ser de la búsqueda de la verdad y la promoción de la libertad solidaria 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 libertad solidaria. Lo hacemos presentando su por qué, el para qué y el cómo.

2.1. *El por qué de la verdad y la libertad solidaria*

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 libertad solidaria 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 libertad solidaria ante estos problemas es necesario crear unos Medios informáticos 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, basado en los hechos, acerca de asuntos importantes» ¹².

2.2. *El para qué de la verdad y de la libertad*

En las autopistas de la información sucede como en los «medios de comunicación social». Algunas de estos «se creen autorizados a no informar más que de lo que les gusta, privando a sus lectores o auditores de aquella dimensión objetiva de que tanto se

¹¹ G. YOGNISON DEBORAH, «Ética On-line. La ética en las redes informativas», en *Moralia* 20 (1997) 74.

¹² RUSSELL SHAW, «Cultura de masas, medios de comunicación social y acción pastoral», en *Los laicos hoy* 28 (1981), Ciudad del Vaticano.

habla, el presunto derecho a la información, que tantas veces permite invadir la intimidad, con frecuente distorsión de la verdad»¹³. 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. Este será el fin, el para qué, de una verdad solidaria.

2.3. *El cómo de la verdad y la libertad*

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; forzar 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 cuales son sus deberes y derechos, con las responsabilidades inherentes, ante cualquier circunstancia y posibilidad de diálogo, relación y comunicación con los demás. En todo caso, la verdad hará libres a quienes viven desde la comunicación sincera.

2.4. *La verdad comunicativa*

Ambos conceptos, verdad y libertad solidaria, han sufrido una gran evolución en la historia de la filosofía y del pensamiento desde Platón a Santo Tomás y desde este hasta nuestros días pasando por E. Kant y 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»¹⁴. En cuanto a la solidaridad, este principio supera el individualismo insolidario y el corporativismo cerrado. La solidaridad auténtica formula un ideal más

¹³ JULIÁN MARÍAS, *ABC* 3, 23 de enero de 1992.

¹⁴ S. KUTZ, *o.c.*, 256.

noble en la vida social para el hombre libre: 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 favorecidos¹⁵. La conexión de la verdad y la libertad solidaria puede contemplarse desde la relación entre verdad y objetividad, solidaridad y comunicación y las cuatro caras de la verdad.

a) *La objetividad 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, es decir, a la objetividad en la transmisión de los datos. «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»¹⁶. En la objetividad se debe eliminar, o al menos deslindar y diferenciar, la dimensión intencional del comunicante de forma que este 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, porque no se ejerce desde la auténtica libertad solidaria.

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 segundo¹⁷. Por eso, nuestro camino es el de centrar la verdad en la persona comunicativa. Ser

¹⁵ M. VIDAL, «Economía neoliberal y crisis del "Estado de bienestar"», en *Concilium* 270 (1997) 154.

¹⁶ 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. Theo.* 16.

¹⁷ 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 reconozca como real lo racional: lo que es susceptible de conocimiento, comunicación o manipulación por parte de la subjetividad¹⁸.

La gran crisis de los medios de comunicación actuales está en la falta de objetividad. En el caso de «internet», para que sea real, se le pueden aplicar las condiciones de la verdadera información: a) que el autor de la información en las redes informáticas 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 comunicar¹⁹.

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 que hacer 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. Esta 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.

¹⁸ 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. U. VON BALTHASAR, «Gloria 2», *Verdad y Bien*, 108-114. Cf. K. RAHNER, «Sobre la veracidad», en *Escritos de Teología VII*, 245-274; S. KUTZ, «Reflexiones sobre la virtud de la veracidad», en *Concilium* 25 (1967) 255-261.

¹⁹ N. TRADDEI, «Objetividad de la información», en *Mensaje y Medios* 6 (1979) 9. Cf. A. FREIRE, «Conceito Histórico-Filosofico de Mentira», en *Revista Portuguesa de Filosofia*, 367-401; G. TALIERCIO, «Mentira», en *DETM*, 367-661.

b) *Asegurar el dialogo interpersonal e intersocial*

Las autopistas de la información deben asegurar la libertad en el dialogo 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. Pero ésta no existe sin la libertad.

Uno de los elementos que rompen este diálogo es la acumulación del poder de la información en manos de unos pocos porque tienden a crear esclavos. 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.

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 comunicación²⁰. Para ello, se han de realizar en el ámbito de la libertad solidaria, respondiendo al derecho a la información y protegiendo los valores culturales y religiosos.

1.º *El ámbito de la libertad solidaria*²¹

La responsabilidad de los ciudadanos en cuanto ejercicio de la libertad es la razón de la solidaridad. Todos los hombres nos necesitamos desde la necesidad. Las capacidades y las necesidades de cada uno se desarrollan y satisfacen auténticamente desde la libertad. Esta libertad solidaria se realiza en el hombre como expresión de su carácter dialogal. La esencia del hombre se manifiesta en un existir hacia, con y para los demás.

Por esta razón la verdad se comunica porque es propia de un ser abierto y solidario a la vez. Aquí nos encontramos con el origen del concepto de solidaridad en que todos los miembros de una sociedad aceptan responsablemente responder de la deuda de

²⁰ *Aetatis Novae 2.*

²¹ A. GALINDO, «Salario social y familia a la luz de la ética», en *Familia 2* (1991) 84-85

los demás con el cargo de liberarles de las obligaciones contraídas. La verdad comunicativa tiene sentido en una sociedad de hombres libres, racionales y responsables.

2.º *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.

3.º *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 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»²².

²² JUAN PABLO II, Mensaje para la 18 Jornada de los Medios de Comunicación Social.

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»²³.

4.º *La relación persona y sociedad*

La verdad comunicativa se realiza hoy en el esfuerzo que la sociedad está haciendo pasando de una ética individual a una ética social²⁴. Hoy todo suena a individualidades y a dependencias. La concentración de poder va creciendo especialmente en el dominio de los medios de comunicación. Unos pocos con recursos utilizan todo para anular posibles condicionantes. Se anula la iniciativa privada y, con la técnica, el poder va imprimiendo un modelo ético nuevo donde los imperativos de la conciencia también quedan controlados.

Por esto, la racionalidad es la clave de la dimensión social de la verdad comunicativa. La verdad y su comunicación tiende a salir del campo individual. Las instituciones y empresas informáticas han de hacer un gran esfuerzo en este campo. El individuo se siente social cuanto está en relación con un tú con el cual pueda dialogar.

c) *Las cuatro caras de la verdad*²⁵

La reflexión de Juan XXIII nos ayuda a ver las exigencias antropológicas y prácticas de la verdad y a situar esta tarea en el

²³ *Communio et progressio* 59.

²⁴ J. R. FLECHA, «Proyección de la fe en los ámbitos de la praxis», en *Revista Española de Teología* 49 (1989) 250-251. Cf. A. CORTINA, «La fundamentación ética del derecho como tarea prioritaria de la filosofía política» en *Ética mínima. Introducción a la filosofía práctica* (Madrid) 195-196.

²⁵ Usamos en este apartado el pensamiento presente en el radiomensaje de Navidad de Juan XXIII (22 de diciembre de 1960). Cf. G. TALIERCIO, «Verdad», en *DETM*, 1169-1172.

ámbito ético de la responsabilidad como expresión de la solidaridad universal que brota de las relaciones del «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 un cuádruple pensar del 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 rehúsa 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 encontrar 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 gratitud.

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 a cerca 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 libertad²⁶ como es el caso del acceso a estas redes de los menores o en aquella situación en la que queda 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.

²⁶ G. TALIERCIO, «Verdad», en *DETM* (Madrid, 1975).

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. Este es su drama o su martirio elegido.

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»²⁷. Al decir la verdad se ha de cuidar especialmente las situaciones como el respeto a la intimidad y al anonimato, la seguridad nacional y a 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 en incluso los ciberamantes.

3. Cuadro axiológico

Este breve cuadro axiológico que ahora presentamos tiene como objetivo 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 unifi-

²⁷ SAN AGUSTÍN, *De trinitate* 1, 15, c. 11: PL 42, 1071-1072

cando 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 hombre²⁸. 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 estructura²⁹. 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 primordialmente 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 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. Para adentrarnos en este ámbito, presentamos un cuadro axiológico que nos ayude a enmarcar los valores que favorecen el análisis de las redes informáticas.

3.1. *La honradez*

La dimensión moral del ejercicio de la informática implica la honradez en la persona que la desempeña. El sentido de este

²⁸ Cf. E. MOUNIER, *Manifiesto al servicio del personalismo* Ed. Taurus (Madrid, 1972). Se ha de recordar la filosofía y el pensamiento personalistas que concibe al hombre como un ser 'im-plantado', 'radicado' y lanzado a la vida y al diálogo personal.

²⁹ J. DE FINANCE, «El tú y la comunicación», en *Stromata* 36 (1980) 287-292.

término encierra una actitud permanente de bondad, rectitud de ánimo e integridad en el obrar. Se trata de honrar la verdad fundada en la categoría antropológica del ser humano.

La profesión informática exige que se ejerza con conciencia recta. No se puede ser esclavo del interés, del dinero y de las ambiciones cuando se trabaja. La honradez profesional del informático es un problema de justicia conmutativa, es decir, del más estricto sentido entre el individuo y los otros y la sociedad. En grandes líneas podríamos decir:

- * La honradez nace de la adecuación de la conducta a los principios que rigen la conciencia personal del profesional
- * La rectitud procede de la adecuación de la conducta a las normas legítimamente establecidas.
- * La probidad puede venir del orden de las relaciones del profesional con los otros: compañeros, clientes, conciudadanos.
- * La responsabilidad de los profesionales ante los otros miembros de la propia profesión postula velar por el honor y la honradez de la misma³⁰.

3.2. *La diligencia y el servicio*

La diligencia, entendida como entrega, solicitud y amor al trabajo, es una condición insoslayable del profesional. Intentar ejercer un trabajo sin la previa diligencia es atentar a la justicia conmutativa.

La virtud de la diligencia se opone a la indolencia, la pereza, el descuido, la obra mal hecha. Esta virtud tiene una estrecha relación con el deber y el derecho a trabajar y con la moral del trabajo.

La profesión informática implica espíritu de servicio. Este responde a la dimensión social de la profesión. El profesional en el seno de la sociedad se aprovecha del fruto de otros profesionales y de la cultura anterior, es decir, la cultura tiene una dimensión diacrónica: es el fruto de la cultura anterior y camino creador de la del futuro. El informático ejerce una función social y por ello debe en justicia cooperar con la máxima diligencia e interés al bien común.

³⁰ Cf. J. M. VÁZQUEZ - P. BARROSO, «Deontología de la informática», en *Instituto de Sociología Aplicada* (Madrid, 1993) 42-43.

3.3. *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 dialogo 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»³¹.

Por ello, para que esta intercomunicación sea positiva, ha de hacerse dentro de un marco democrático, es decir, en el ámbito de las libertades donde 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.

3.4. *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.

³¹ 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».

4. La relación de la Verdad y la libertad con el derecho

Verdad, libertad y derecho son las tres puertas que abren el camino a la auténtica comunicación. Para lograrlo, el derecho cumple la función de regular la aplicación de los valores éticos a algunos planos de la vida del hombre. Pero la función del derecho tiene algunos campos más significativos: la protección de la intimidad, el respeto a las capacidades de cada uno y la regulación del acceso a internet o a las autopistas de la información.

4.1. *Ámbito jurídico de la ética en las autopistas de la información*

Son varias las referencias que aparecen en los actuales códigos penales 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 del «internet»³². 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»³³. Esta aparece cuando la comunicación 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.

³² Cf. el comentario de CH. HUITEMA, *Internet... una vía al futuro*, Ed. Egrölles y Gestion 2000 (Barcelona, 1995) 138.

³³ J. CREMADES, «Los delitos informativos en el nuevo código penal», en *ABC* (2-7-96) 51.

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»³⁴.

Uno de los problemas morales y jurídicos con los que nos encontramos en el mundo de las autopistas de la información es, como hemos visto más arriba, 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 persona³⁵, 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 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.

³⁴ Pontificio Consejo para las comunicaciones sociales, Doc. 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 Montalban, asociación religiosa «Caridad y Compromiso», la ONG «Tecnología y Desarrollo», el Obispado de Tecnolia (Italia).

³⁵ J. ITURRIOZ, «Persona e información», en *Razón y fe* 795 (1964) 357-368.

³⁶ 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.

4.2. *Protección de la intimidad y vida privada* ³⁶

El derecho a la vida privada es el derecho que tiene cada persona de poder encontrarse. Solo «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 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 solo 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» ³⁷.

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.

³⁷ J. M. DESANTES GUANTER - C. Soria, «Los límites de la información», en *Asociación de la Prensa de Madrid* (Madrid, 1991) 108.

bidos. 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 personales³⁸ (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 siente frío ni hambre, no olvidan cosas ni cometen errores... A menos que protejamos nuestros derechos a la individualidad, nuestro derechos 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 simples números o datos que meter en un ordenador, entonces no hay ningún impedimento para la creciente invasión de la intimidad y vida privada»³⁹.

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 persona⁴⁰.

En ocasiones trabajan juntos los que crean las bases de datos. Cuando la información que se ha mantenido como confidencial se

³⁸ J. MARIAS, «Acoso Postal», en *ABC* (24-4-1997) 3.

³⁹ T. FORESTER - P. MORRISON, «Computer Ethics, Cautionary Tales and Ethical Dilemmas in Computing», en *The MIT Press* (Cambridge, 1995) 160-161.

⁴⁰ D. G. JOHNSON, «Ética en las redes informativas», en *Moralía* 20 (1997) 73-86; TH. M. GARRET, *Manipulación y Medios de comunicación social*, 218-227; A. LUTHE, *¿Qué se entiende por manipulación?* 169-189.

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 respeto debido a la propiedad intelectual*

Durante las últimas décadas 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 hombre⁴¹. 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 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 triada 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

⁴¹ A. GALINDO, «Propiedad privada y propiedad del saber», en AA.VV., *Comentario a la centesimus annus*, en ASE (1992) 189-226.

posesión y gestión, es decir, no habrá que ignorar el poder de quienes gestionan⁴².

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 cuestión⁴³. 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 cuidado⁴⁴. 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 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 este 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.

⁴² Cf. JUAN PABLO II, *Centesimus annus* 32. A. GALINDO, *Propiedad privada y propiedad del saber*, en ASE (Madrid, 1991).

⁴³ Ley de propiedad intelectual del 11 de noviembre de 1987, con el título VII a los programas de ordenador ar. 95-100.

⁴⁴ Sobre la regulación y protección de datos en M. ALVAREZ RICO, «La protección de datos en España: una visión en claroscuro de la CORTAD», en *Sociedad y Utopía* 9 (1997) 213-222.

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 tiene los pequeños poderosos de que no hacen daño por copiar de 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 respetar el acceso a la verdad desde la sociedad.

Conclusión

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

piada 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»⁴⁵.

ANGEL GALINDO GARCÍA

BIBLIOGRAFÍA

N. ALCOVER - MARÍA T. SIMON, *La trama oculta de la Gran prensa española*, Ed. Cuadernos (Barcelona, 1997).

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

AA.VV., *Contratexto*, Ed. Facultad de ciencias de la comunicación de la Universidad de Lima (Lima, 1988).

⁴⁵ *Inter mirifica* 1.

- AA.VV. *Ethicomp* 96 (Madrid, 1996).
- AA.VV., *Introducción a los medios de Comunicación* Ed. Paulinas (Madrid, 1990).
- AA.VV., *Retos de la Sociedad de la Información*, Ed. UPISA (Salamanca, 1997).
- AA.VV., «Tecnologías para la información: la convulsión de la década», en *Documentación Social, Informe sociológico sobre la situación social en España. Sociedad para todos en el año 2000* (1997) 499-546.
- H. U. VON BALTHASAR, *Teología 2, Verdad y Bien*, 108-114.
- P. BARROSO ASENJO, «La ética de la cibersociedad», en *Sociedad y utopía* 9 (1997) 307-325). ID., «El PAPA de la ética de internet», en AA.VV., *Ética y computadores* 96. III Congreso internacional (Madrid, 1996) 55-73.
- N. BLAZQUEZ, «Ética para profesionales de la información», en *Studium* (1985) 392 ss.
- Concilium* 250 (1993).
- CONFERENCIA EPISCOPAL DE CANADÁ, «Las autopistas de la información», en *Ecclesia* 2764 (25-11-1995) 38-42.
- Cuenta y Razón* 101 (1995).
- J. CREMADES, «Los delitos informáticos en el nuevo Código penal», en *ABC* (2-7-96) 51.
- J. M. DESANTES GUANTER - C. SORIA, *Los límites de la información*, en Asociación de la prensa de Madrid (Madrid, 1990) 108 ss.
- Documentación Social* 108 (1997).
- G. DURANDIN, *La información la desinformación y la realidad*, Ed. Paidós (Barcelona, 1995).
- E. ETXEBERRIA, «Ética periodística», en *Cuadernos de Teología Deusto* 2 (1995).
- E. FERRER, *Información y comunicación* Ed. Fondo de Cultura Económica (México, 1997).
- T. FORESTER - P. MORRISON, «Computer Ethics, Cautionary Tales and Ethical Dilemmas in Computing», en *The MIT Press* (Cambridge, 1995).

- A. FREIRE, «Conceito Histórico-Filosófico de Mentira», en *Revista Portuguesa de Filosofia*, 367-401.
- A. GALINDO, «Ética e internet. Una apuesta en favor de la verdad y de la solidaridad comunicativas», en *Salmanticensis* 44 (1997) 239-261.
- TH. M. GARRET, *Manipulación y Medios de comunicación social*, 218-227.
- CH. HUITEMA, *Internet... una vía al futuro*, Ed. Egroliés y Gestión 2000 (Barcelona, 1995).
- S. HUNTINGTON, *El choque de civilizaciones*, Ed. Paidós (Barcelona, 1997).
- J. ITURRIOZ, «Persona e información», en *Razón y fe* 795 (1964) 357-368.
ID., «La verdad y su ética en los medios de comunicación social», en *Sal Terrae* 62 (1974) 657 ss.
- D. G. JOHNSON, «Ética en las redes informáticas», en *Moralía* 20 (1997) 73-86.
- S. KUTZ, «Reflexiones sobre la virtud de la veracidad», en *Concilium* 25 (1967).
- A. LUTHE, *¿Qué se entiende por manipulación?*, 169-189.
- J. MARIAS, «La televisión y su influjo en la sociedad», en *Cuenta y Razón* 105 (1998) 7-10. ID., *ABC* 3, 23 de enero de 1992. ID., «Acoso postal», en *ABC* (24-4-1997) 3.
- J. L. MARTÍNEZ ALBERTOS, «La objetividad del mensaje periodístico: criterios para su entendimiento y valoración», en *Revista Mensaje y Medios* 5 (1978).
- G. PASTOR RAMOS, «Autodeterminación personal frente a la seducción mediática», en AA.VV., *Retos de la Sociedad de la información*, Ed. UPSA (Salamanca, 1997).
- MARÍA R. PINTO LOBO, *Los Medios de Comunicación en nuestras vidas. La aculturación: de la paranoia a la esquizofrenia de los «mass media»*, Ed. UPSA (Salamanca, 1997).
- K. RAHNER, «Sobre la veracidad», en *Escritos de Teología* VII, 245-274.
- M. ROIZ, *Técnicas modernas de persuasión*, Ed. Eudema (Madrid, 1994).
- RUSSELL SHAW, «Cultura de masas, medios de comunicación social y acción pastoral», en *Los laicos hoy* 28 (Ciudad del Vaticano, 1981).

- G. SALOMÓN, *Interaction of Media. Cognition and Learning. An Exploration of How Symbolic Forms Cultivate Mental Skills and Affect Knowledge Acquisition* Ed. Lawrence Erlbaum (New Jersey, 1994).
- J. L. SANCHEZ NORIEGA, *Crítica de la seducción mediática*, Ed. Tecnos (Madrid, 1997).
- G. TALIERCIO, «Verdad», en *DETM* (Madrid, 1975), 1169-1172.
- N. TRADDEI, «Objetividad de la información», en *Mensaje y Medios* 6 (1979).
- J. MARÍA VAZQUEZ - P. BARROSO, *Deontología de la informática* (Madrid, 1993).
- M. WOLF, «Nuevos medios y vínculos sociales», en *revista de Occidente* 170-171 (Madrid, 1995) 98-105.
- G. YOGNSON DEBORAH, «Ética On-line. La ética en las redes informáticas», en *Moralia* 20 (1997).
- P. BARROSO ASENJO - J. M. VÁZQUEZ, *Deontología de la informática (Esquemas)*, Instituto de Sociología Aplicada (Madrid, 1993).
- V. CERF, «Ethics and the Internet», en *Communications of the ACM* 32 (1989).
- DEBORAH G.-YOGNSON, «Ética On-line. La ética en las redes informativas», en *Moralia* 20 (1997).
- B. DWAN, «Internet Ethics», en *Computer Fraud & Security Bulletin* (1995) 14-17.
- O. GONZÁLEZ DE CARDEDAL, *Carta a un periodista amigo* (Madrid, 1989).
- R. HAUPTMAN - S. MOTIN, «The Inverted File: The Internet, Cyberethics, And Virtual Morality (Ten imperatives for ethics on the Internet)», en *Online* 18 (1994).
- D. JOHNSON, *Computer Ethics*, New Jersey (1995).
- R. PLATT - B. MORRISON, «Ethical and Social Implications of the Internet», en *ETHICAMP95. An Information Conference on the Ethical Issues of Using Information Technology* (1995).
- R. POTTER, «Cyber age and Internet ethics», en *International Business Lawyer* 24 (1996).