

## ¿El fin de las utopías en la red?

### De la libertad a la seguridad o los primeros pasos de la regulación en Internet

Ana Azurmendi<sup>1</sup>

Universidad de Navarra

Navarra / ESPAÑA

“La Red es un espacio de encuentro e intercambio en libertad, sin fronteras ni límites, abierto y universal, en el que se va a desarrollar la sociedad del Siglo XXI. Es la plaza pública -el ágora- de la comunidad global.

- I. Todas las personas tienen el derecho fundamental de acceder libremente a la Red, sin discriminación de sexo, condición, características físico-psíquicas, edad o lugar de residencia.
- II. La libertad es una condición inherente a la Red que no podrá ser restringida por ningún poder público o privado. La libertad debe ser total en cuanto al acceso, la circulación, la información y la comunicación. Las únicas limitaciones posibles son aquellas que vengan delimitadas por la Carta Universal de los Derechos Humanos.
- III. Corresponde a los poderes públicos establecer las condiciones para que la libertad y la igualdad de las personas en la Red sean una realidad, eliminando los obstáculos que impidan el acceso de todos los ciudadanos a tal red y facilitando la participación de todos los españoles.

---

<sup>1</sup> Ana Azurmendi es licenciada en Ciencias de la Información y en Derecho, doctora en Ciencias de la Información; profesora Agregada de Derecho de la Información de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra; catedrática UNESCO de la Cátedra de Telecomunicaciones y Sociedad, de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México; profesora del Master de Creación y Comunicación Digital de la Universidad de la Coruña. Ha sido Profesora Visitante del Silha Center for the Study of Media Ethics and Law, de la Universidad de Minnesota (EE.UU), y de la Faculty of Administrative Studies de la Universidad de York (Toronto, Canadá). Actualmente se desempeña como directora del Programa de Doctorado en Comunicación, de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Su correo electrónico es: aazur@unav.es

Los poderes públicos para cumplir tal fin, articularán medios para poner a disposición de todos los ciudadanos la Red, en colaboración con los operadores privados”.

Esta declaración de principios es lo que el propio Senado español ha denominado como “El decálogo sobre Internet”.<sup>2</sup> Sin duda este decálogo responde a una idea del nuevo medio añorada por muchos ciudadanos: la red con la garantía del acceso de todos, con una libertad sin condicionantes absurdas, con el respeto de los derechos humanos como único límite. Quizá el texto se olvide de una de las más importantes capacidades de Internet: la de ser base de negocios. Porque con esta potencialidad la utopía de Internet se quiebra, sin más no es posible.

### **Internet o la antibiología de los medios**

Pienso que todos somos conscientes del cambio revolucionario que ha introducido en el sistema de comunicaciones el fenómeno Internet, como lo somos de que la red de redes está en sus primeros pasos:

- Los de su irrupción en el mercado.
- Su utilización creciente por parte de un sector determinado de la población mundial.
- El del reclamo de la atención de investigadores y empresas de todo tipo, principalmente aquéllas que pretenden conseguir un liderazgo en el comercio electrónico.

Pero ocurre que a la vez que se abren nuevas alternativas, la red está siendo empleada para fines poco aceptables:

---

<sup>2</sup> Véase: Comisión de Asuntos Informáticos del Senado español (1998) [www.senado.es](http://www.senado.es)

- Comisión de fraudes, pirateos y sabotajes informáticos (un ejemplo: el bloqueo durante horas de servidores de Internet tan importantes como Yahoo, o la intrusión en los ordenadores de la OTAN, durante el conflicto de Kosovo).
- Publicación de contenidos antisociales.
- Ruptura de los derechos de autor (por todos es conocida la tensión Mp3 -Napster- grandes productores /distribuidores de música; o el preestreno de la “Guerra de las galaxias” en Internet antes que el estreno oficial en las salas de cine de Estados Unidos).

La histeria colectiva que siguió en España a la aparición del virus informático I LOVE YOU –en mayo de 2000-, sólo es comparable a la que se produce en las colonias de padres primerizos con los brotes de meningitis en las escuelas infantiles.

Tal epidemia de inquietud es señal de que la red de redes es definitivamente algo nuestro. De que ya no es sólo cuestión de universidades y grandes empresas, sino que ya hay muchas familias que cuentan con la conexión a Internet para las finalidades más variadas.

Es necesario ir más allá de la casuística para determinar si realmente es imprescindible impulsar una normatividad en Internet, y para comprender por qué un exceso o una ausencia de regulación pueden tener consecuencias negativas para el desarrollo del nuevo medio. Hasta el momento presente, los aspectos significativos de la red de redes desde el punto de vista del derecho, pueden resumirse en:

- Una regulación inexistente o muy liviana en todos aquellos aspectos que pueden tener un equivalente en los servicios de telecomunicaciones tradicionales (servicios, infraestructuras, interconexión, tarifas, etc.).
- Una emergencia de nuevas áreas de regulación, producto de la convergencia de sectores y negocios que se producen en la red, y que remite a ámbitos más generales de regulación o decididamente de regulaciones de carácter emergente: propiedad intelectual, seguridad y validez de las transacciones comerciales, control de contenidos (pornografía, violencia, etc.).

- La paradoja de una estructura descentralizada y no jerárquica de la red que coexiste simultáneamente con un modelo de concentración en la práctica. Viendo el fenómeno sólo desde los contenidos, en su gran mayoría “se generan y residen en EEUU, hasta el punto de que los contenidos en español y portugués no llegan a representar ni el 2% del total, cifra que no corresponde con la presencia poblacional o económica de Iberoamérica en el concierto mundial”.<sup>3</sup>

Porque Internet se presenta con una doble naturaleza que lo hace relevante en el mundo jurídico; por una parte es sobre todo “la autopista de la información”, la “máquina copiadora y transmisora de datos más grande del mundo”, la “mayor de las bases de datos” imaginables,<sup>4</sup> un medio que fundamentalmente se caracteriza por la facilidad del acceso y del intercambio de información; por otra, Internet, desde la perspectiva de la oferta de bienes y de servicios, es un gran escaparate.

### **De la libertad a la seguridad**

Todos los usuarios de la red quieren –es un deseo universal- libertad. Libertad para comunicar, libertad de expresión, libertad para el intercambio de ficheros y para el acceso, sin embargo:

- Cuando se ha comprobado, por mencionar algunos casos recientes, que Telefónica España dejó libre acceso –a través de la red- a la facturación personal de sus clientes, y se ha sabido que novecientas empresas accedieron y copiaron esos datos personales (verano 2000) para fines desconocidos.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Sigo el texto de debate *Internet y servicios I*, el cual fue presentado por la Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones. Véase su página [www.ahciet.net](http://www.ahciet.net)

<sup>4</sup> MAESTRE Rodríguez, J.A (1988). “Los Nombres de Dominio”. En *Boletín Hispanoamericano de Derecho e Informática*. No. 1 En <http://members.nbc.com>

<sup>5</sup> El directorio de navegación que facilitaba el acceso interno del personal de Telefónica a las facturas "figuró visible y accesible desde Internet". El 25 de febrero de 2000 se produjeron 829 accesos no autorizados a los datos de facturación de los abonados, mientras que el día 28 del mismo mes hubo 6.330. Los datos personales obtenidos fueron el nombre del titular del teléfono, su domicilio, el importe de la factura y la domiciliación bancaria. También se permitía el acceso a información sobre las últimas seis facturas, sin detalle de llamadas, y el importe acumulado de la factura en curso. La investigación de la APD (Agencia de Protección de Datos) constató que no existía ningún sistema de control ni mecanismo de autenticación del usuario para el acceso

- Cuando en Navarra (abril 1999) los usuarios que habían efectuado algún pago con tarjeta de crédito a través de la red, sufrieron el horror de ver que “alguien” estaba empleando los números de las tarjetas para hacer compras increíbles también por la red, compras que lógicamente tenían su destino final en el “debe” de las cuentas bancarias de los estafados.
- Cuando Amazon (verano 1999) optó por el sistema de hacer dinero consistente en comprar y enviar por cuenta de cada uno de sus clientes –sin su consentimiento- dos libros afines a sus gustos (6000 Ptas. por persona, unos 35 dólares americanos) –gustos que conocía por la relación compras previas en la librería virtual-.

Entonces es cuando comienza una epidémica obsesión por la seguridad.

Las empresas han estado inquietas con ella desde el primer momento de la vida de Internet. Era demasiado el dinero que se jugaban. Han transcurrido ya cinco años desde la gran explosión demográfica del nuevo medio, y la seguridad se ha convertido en una necesidad generalizada. Además, las expectativas de crecimiento del medio exigen que se adopte algún tipo de solución ante la realidad que se avecina. Los datos que se ofrecen sobre el número de usuarios aportan un abanico enorme de posibilidades para las actividades de comunicación y para los negocios.

**Tabla 1 Número de usuarios en el mundo. Diciembre 2000 <sup>6</sup>**

	Número de usuarios	% Variación respecto al mes de septiembre
Total mundo	407,1 millones	7,80
África	3,11 “	0,00
Asia-Pacífico	104,88 “	16,95
Europa	113,14 “	6,85
Oriente Medio	2,40 “	0,00

interno, por lo que el organismo encargado de la protección de los datos personales estima que Telefónica "ha incumplido su obligación de asegurar los datos de sus clientes".

<sup>6</sup> Nua Internet Surveys. Publicado en [www.aui.es](http://www.aui.es)

Canadá y Usa	167,12	“	3,60
América Latina	16,45	“	7,80

**Tabla 2 Internet América Latina <sup>7</sup>**

Número de usuarios (en millones ) y porcentaje respecto a la población de cada país

	1999	2003
Brasil	5,8 (3,3%)	20,1 (11,1%)
México	1,0 (1,0%)	4,8 (4,4%)
Argentina	0,7 (1,8%)	4,0 (10,3%)
Colombia	0,6 (1,4%)	2,5 (5,8%)
Chile	0,3 (1,9%)	1,4 (9,1%)
Venezuela	0,3 (1,4%)	1,4 (5,5%)
Perú	0,2 (0,7%)	1,0 (3,4%)
Otros países	0,4 (0,4%)	2,5 (2,2%)
<b>TOTAL:</b>	<b>9,3 (1,8%)</b>	<b>37,6 (6,8%)</b>

Contar con un contexto de seguridad es imprescindible para que tales posibilidades de comunicación y de negocio lleguen a cumplirse.

Una prueba evidente de que todo esto no pertenece a la ciencia-ficción son tres pactos de buen uso de Internet vigentes en España, y que provienen de ámbitos tan distintos como la Asociación de Usuarios de Internet, los publicitarios y las empresas proveedores de servicios de Internet: *el Convenio de Autorregulación para Promover el Buen Uso de Internet en España*; *el Código Ético de Publicidad en Internet*, de la Asociación de Autocontrol de la Publicidad; y *el Código de deontología profesional de las empresas proveedores de servicios de ASIMELEC*. <sup>8</sup>

<sup>7</sup> FUENTE:: IDC. Publicado en [www.aui.es](http://www.aui.es)

<sup>8</sup> ASIMELEC es la asociación más representativa del sector.

## **El convenio de autorregulación de los usuarios de Internet**

La Asociación de Usuarios de Internet (A.U.I) es una entidad sin propósitos de lucro, cuyos fines fundamentales son:

“promover el uso de las Autopistas de la Información en general, de las redes de telecomunicaciones nacionales e internacionales y, en especial de Internet, fomentando su utilización en los ámbitos profesional y doméstico de forma ordenada, dar a conocer el estado de la tecnología y el derecho relativo a las mismas, así como proteger los intereses de los usuarios de las mismas”.<sup>9</sup>

Es una asociación muy activa: está presente en diferentes foros y mesas de trabajo de la Comisión Nacional del Mercado de las Telecomunicaciones española y del Ministerio de Fomento; defiende y asesora a los usuarios de Internet, informando a la Administración de irregularidades, subidas ilícitas de tarifas, etc. ; colabora con la Agencia de Protección de Datos en la consecución de una mayor seguridad de la información de carácter personal de los internautas, y con diversas agencias nacionales e internacionales.

El Convenio que ha promovido se dirige –está siendo suscrito- (palabras textuales del Convenio):

“a todos aquellos que hacen posible que el usuario acceda a un contenido en la red, es decir:

- A usuarios y proveedores de información.
- A quienes alquilan espacios para ubicar páginas y servicios en Internet.
- A los proveedores de acceso.
- A las administraciones y proveedores de infraestructuras de telecomunicaciones.”

Sus dos líneas de acción básicas son:

---

<sup>9</sup> Ver página web: [www.aui.es](http://www.aui.es)

- 1 Consolidar los aspectos positivos de Internet.
- 2 Dar a conocer los negativos, para prevenirlos, de forma que el usuario, a través del conocimiento de esa realidad, sea el que pueda decidir y crear su propio criterio.

Con estas líneas de acción se pretenden reafirmar los principios esenciales de libertad de expresión, libertad de empresa y libertad de información. Libertades-derechos que siempre deben ejercitarse de una manera responsable.

Añade el Convenio en su preámbulo:

“Ya el hecho de suscribir este convenio es un compromiso con la sociedad española, porque se está promoviendo una convivencia desde la libertad de expresión, la libertad individual, el derecho a la vida privada y a la imagen, el secreto de la correspondencia, la protección de los menores y de la propiedad –también la propiedad intelectual”-.

### **El código ético de publicidad en Internet, de la Asociación de Autorregulación de la Publicidad**

“Los organismos de autodisciplina publicitaria son la respuesta de la propia industria a la inquietud social de exigencia de unas garantías de confianza y credibilidad en la publicidad. Su objetivo es contribuir a que la publicidad constituya un instrumento útil en el proceso económico, velando por los derechos del consumidor y por la lealtad en la competencia. Posibles conductas aisladas, que desmerecen del servicio que la publicidad rinde al mercado afectan a la generalidad de la industria, erosionando su imagen. Éstas provocan respuestas por parte de los poderes públicos con efectos limitatorios y de alcance general, que perjudican a aquellas empresas cuya comunicación comercial, responsable y veraz, sí se ajusta a los marcos éticos. El autocontrol publicitario no pretende ser un

sustituto del control legal, sino servir de complemento a éste mediante la autorregulación”.

De ese modo presenta la Asociación de Autocontrol de la Publicidad<sup>10</sup> Española su actividad de guardián de la comunicación comercial, iniciada en 1995. Desde entonces, esta institución ha resuelto más de trescientos casos conflictivos referentes a publicidad.

El Código Ético de Publicidad en Internet, del 14 de abril de 1999, afecta en primer lugar a todos los miembros de la Asociación de Autocontrol de la Publicidad (más de 400 socios entre agencias de publicidad, medios de comunicación y grandes anunciantes).

Se centra en las mismas cuestiones que el Convenio de autorregulación de la Asociación de Usuarios de Internet, dando especial importancia a:

- Los derechos de autor.
- El derecho a la privacidad.
- La protección del menor.
- La difusión de publicidad fundamentada en la competencia leal y en la veracidad, principios del buen hacer mercantil.

Me detendré por un momento en este Código Ético de la Publicidad, porque aporta aspectos muy interesantes para el debate de si Internet debe regularse o no.

“Es evidente (...) que la publicidad que se difunde a través de Internet queda sometida a las normas generales que regulan la actividad publicitaria (...).

---

<sup>10</sup> La Asociación de Autocontrol de la Publicidad (AAP) es miembro de la EUROPEAN STANDARDS ALLIANCE (EASA) que reúne a todas las organizaciones de autocontrol publicitario de los diferentes países europeos.

El debate se centra, en gran medida, en determinar si Internet como soporte o medio publicitario específico, precisa también de normas especiales que regulen la publicidad que en la red se difunde.

La respuesta, en principio, parece que debe ser afirmativa, toda vez que las características propias de este medio pueden hacer necesaria una cierta adaptación de las normas generales en la materia, así como la adopción de normas específicas que contemplan y regulen supuestos de hecho que no se plantean en los restantes medios de difusión.

Es decir, la publicidad en Internet exigiría:

- Normas generales.
- Normas generales adaptadas.
- Normas específicas.

Y ¡atención! Lo afirman los publicitarios, que son creativos y comerciantes a la vez, que ofrecen información y persuasión simultáneamente y quiénes más y mejor han empleado la red para su beneficio.

Este Código establece un principio fundamental: el del control en el origen. Es la Unión Europea la que está obligando a los países a que se regule en Internet aplicando este principio: no establecer el control o la búsqueda de responsabilidades en los lugares desde donde se accede a los productos de la red, sino desde dónde se difunden. Es un principio que tiene demostrada su eficacia.

Resulta ilustrativo el contenido de algunas de las medidas del código:

*Art. 4. Identificación del anunciante*

“En publicidad en Internet el anunciante deberá ser siempre identificable, de forma tal que el usuario pueda reconocerlo y comunicarse en comunicación con él sin dificultades”

*Art. 9 Protección de menores*

“La publicidad difundida en Internet no deberá perjudicar moral o físicamente a los menores y deberá, por consiguiente, respetar los siguientes principios:

- a) Deberá identificar los contenidos dirigidos únicamente a adultos.
- b) No deberá incitar directamente a los menores a la compra de un producto o servicio, explotando su inexperiencia o credulidad, ni a que persuadan a sus padres o tutores, o a los padres o tutores de terceros, para que le compren los productos o servicios de que se trate.
- c) En ningún caso deberá explotar la especial confianza de los niños en sus padres o tutores, profesores u otras personas.
- d) No deberá, sin motivo justificado, presentar a los niños en situaciones peligrosas.
- e) Deberá alentar a los menores a obtener autorización de sus padres o tutores antes de facilitar información en línea y establecer mecanismos que aseguren que los niños han obtenido el consentimiento de aquellos.
- f) Deberá ofrecer a los padres o tutores información acerca de cómo proteger en línea la privacidad de sus hijos o pupilos, así como facilitarles mecanismos para ejercer los derechos de acceso, cancelación y determinación de la finalidad sobre los datos de aquellos”.

También se extiende a la publicidad por correo electrónico; la publicidad en grupos de noticias, foros, charlas y similares; de la publicidad en páginas web y del patrocinio en Internet.

## **El código deontológico de las empresas proveedores de servicios en Internet**

En España las empresas proveedores de servicios en Internet se han agrupado en torno a la Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica (ASIMELEC), la cual agrupa a los sectores audiovisual, multimedia, Internet, radiocomunicaciones, soportes magnéticos, telecomunicaciones y telefonía móvil. La integran fabricantes, distribuidores e instaladores; es uno de los interlocutores más representativos ante el gobierno español y la Comisión europea.<sup>11</sup>

En julio de 2000 aprobó su código deontológico y, para dotarlo de obligatoriedad, solicitó a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones española que actuara como depositaria y supervisora de su cumplimiento.<sup>12</sup> Uno de los aspectos que más llaman la atención del texto deontológico es que no sólo afecta directamente a las empresas, sino que éstas se obligan a “llamar la atención de los clientes y cibernautas”<sup>13</sup> para que también lo respeten. Las empresas prefieren la autorregulación a la ley, consideran que ésta debería aplicarse sólo en casos extremos.

Se transcriben a continuación algunos de los artículos del Código de ASIMELEC por el significado que adquieren en esta primera iniciativa de empresas con actividades en Internet:

“Art. 2

“En la práctica de su actividad, las empresas asociadas a ASIMELEC proveedores de Servicios de Internet se comprometen a respetar los principios enunciados en la Declaración Universal de los Derechos del Hombre y, en particular, la libertad de expresión y la libertad de prensa, que se concreta en el derecho constitucional de toda persona a la información.

---

<sup>11</sup> Web [www.ASIMELEC.es](http://www.ASIMELEC.es)

<sup>12</sup> Por Resolución de 6 de julio de 2000, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones aprobó el Código y se comprometió a controlar su vigencia.

<sup>13</sup> Introducción del *Código*.

Asimismo, se comprometen a actuar de acuerdo con el interés general y a no atentar contra la dignidad ni la integridad de la persona. Por otra parte propiciarán la promoción de la libertad y correcto uso de las tecnologías de la información en las comunicaciones.

En consecuencia con lo anterior acuerdan favorecer en la forma y medida que estimen conveniente, la difusión por Internet de valores positivos, educativos y formativos.

#### Art. 3

En su conducta profesional, los miembros de las empresas asociadas a ASIMELEC proveedores de Servicios de Internet deben actuar con honestidad, integridad intelectual y de lealtad. Se comprometen, muy especialmente, a no utilizar cualquier información que, según su conocimiento o creencia, sean falsos o engañosos. Con este mismo espíritu, han de tener cuidado en evitar la difusión de mensajes de carácter ilegal o que sean susceptibles de atentar contra la dignidad humana y en especial velarán por una adecuada protección de la infancia y la juventud.

Asimismo los asociados a ASIMELEC promoverán de manera especial la accesibilidad a la red de las personas discapacitadas.

#### Art. 4

Las actividades ofrecidas a través de la red deben ejercerse abiertamente, deben ser fácilmente identificables, llevar una clara mención de su origen y evitar que induzcan a error a terceros.

#### Art. 5

En sus relaciones con otras empresas, las empresas asociadas a ASIMELEC proveedores de Servicios de Internet respetaran las reglas y

los usos profesionales propios de cada una de ellas, en la medida en que éstas no sean incompatibles con la ética de la actividad.

Cuidarán especialmente su actividad para realizar una recta y legal publicidad de los servicios que ofrecen a las empresas y a los usuarios de la red.

Asimismo un asociado no injuriará intencionadamente la reputación profesional de otro asociado y se comportará de manera que implique o pueda implicar detrimento a la reputación de la Asociación o de los servicios realizados por otros proveedores de Internet.

#### Art. 6

El asociado debe tener el deber positivo de observar los estándares más altos de calidad en la práctica del suministro de servicios a través de la red Internet. Además el asociado tiene la responsabilidad en todas las ocasiones de tratar justa y honestamente con su cliente, cibernautas y empleados, pasados o presentes, con los colegas, con los medios de comunicación y, sobre todo, con el público. En especial deberá tener en cuenta lo siguiente:

- a) El asociado no se comprometerá en ninguna práctica que tienda a corromper la integridad de los usuarios de la red.
- b) El asociado tendrá el deber positivo en todo momento de respetar la verdad, y en este aspecto no difundirá información falsa o engañosa a sabiendas o temerariamente a través de la red, y tendrá el máximo cuidado para evitar hacerlo inadvertidamente.
- c) El asociado no facilitará la explotación de servicios relacionados con comercios ilícitos, transacciones ilegales, ni aquello que pueda comportar delito o infracción.

- d) El asociado deberá respetar el secreto profesional, por tanto estará obligado a la más absoluta confidencialidad y discreción y no declarará (excepto por orden de un tribunal de jurisdicción competente). No utilizará información dada o utilizada confidencialmente en la red por su cliente, pasado o presente, por beneficio personal o por cualquier otra causa. Todo ello con especial respeto a lo previsto en la LORTAD”.<sup>14</sup>

La autorregulación por parte de quien ofrece los servicios en Internet, ya sean servicios de acceso, de almacenamiento o de difusión interactiva de información y comunicación, garantizará, sin lugar a dudas, una libertad en la red sin abusos. Además puede evitar la proliferación de reglamentaciones que, bien por la precipitación con que se adoptan, o bien por su insuficiencia, constituyen un freno para el funcionamiento del medio.

### **Hablan los expertos**

He hablado de los usuarios y su preocupación por el medio, de los publicitarios y de las medidas que han adoptado (medidas que en España se cumplen porque la Asociación de Autocontrol de la Publicidad es fuerte) y de las empresas proveedores de servicios en Internet. Pero ¿Qué piensan los expertos de derecho?

Derieux, reconocido jurista del Derecho de la Comunicación francés, en un artículo publicado el año pasado *Quel droit pour la cyber-presse?*,<sup>15</sup> de la revista *Legipresse*:

“Como esta prensa –se está refiriendo a los periódicos electrónicos-, ignora las fronteras nacionales, la legislación nacional es claramente insuficiente. Es necesario contar con que el nuevo medio es una red abierta y descentralizada. Hecho por el cual:  
-hay quien sitúa al nuevo medio fuera de cualquier sistema legal;

---

<sup>14</sup> Actualmente Ley Orgánica Protección de Datos Personales.

<sup>15</sup> En *Legipresse*. Marzo 1999, n.129-II, pp. 9-14.

-hay quien insiste en que, en la medida en que se produzcan acciones de las que resulten daños económicos o daños morales deben ser exigibles las correspondientes responsabilidades”.

Derieux piensa en la red –desde el punto de vista jurídico- como en una gran librería, en la cual el consumidor tiene una enorme libertad de selección y de autonomía. Opina que en el caso de que se vulnere la propiedad intelectual, la privacidad o el derecho a la especial protección del menor, lo que debe hacerse es aplicar la ley existente, adaptándola en la medida de lo posible a las nuevas circunstancias que añade Internet. No ve necesaria la creación de leyes especiales para la red.

En la misma línea, Maestre Rodríguez<sup>16</sup> defiende, frente a quienes exigen la ausencia total de reglamentación, la introducción de criterios jurídicos en algunas materias, al entender que Internet no es un “espacio ajeno al Derecho”. Más aún, hay realidades que se dan en Internet -como es el de los nombres de dominio-, los cuales necesitan una coordinación con criterios jurídicos que están funcionando fuera de la red –en el caso de los nombres de dominio, los criterios sobre las marcas-. En un escaparate mundial, como es Internet, las empresas requieren una garantía sobre su identidad y que no sea posible el aprovechamiento de esa identidad por parte de otros agentes.

Bonilla Blasco,<sup>17</sup> contempla el hecho de que en cuestiones de privacidad los Tribunales nacionales e Internacionales han intervenido el número suficiente de veces como para olvidarse de la utopía de una red sin ley. Los controvertidos casos de apertura de correos electrónicos de empleados por parte de los empresarios,<sup>18</sup> con el fin obtener pruebas que

---

<sup>16</sup> MAESTRE Rodríguez J.A. “Los Nombres de Dominio”. En *Boletín Hispanoamericano de Derecho e Informática 1* (1998). En <http://members.nbci.com>

<sup>17</sup> BONILLA BLASCO, B (12 de diciembre de 2000). “Conflictos derivados de la falta de regulación”. En *El País*.

<sup>18</sup> En España, la primera sentencia sobre este tipo de conflicto corrió a cargo del Tribunal Superior de Justicia de Cataluña, en noviembre de 2000. En ella se consideró justificado el acceso que tuvo el Deutch Bank al correo electrónico de uno de sus empleados para así demostrar que usaba esta herramienta para fines personales y despedirlo. El empleado envió en el transcurso de cinco semanas un total de 140 e-mail ajenos a la actividad de la compañía, algo expresamente prohibido por la dirección. En el ámbito internacional, el Tribunal de Trabajo de Bruselas, en sentencia de mayo de 2000, analiza un caso semejante, pero concluye que el atentado a la vida privada del trabajador no era proporcionado ni

justifiquen el despido, han demostrado que las leyes laborales y las de privacidad existentes son suficientes para resolver conflictos relacionados con comunicaciones por Internet.

García Castillejo, en su exhaustivo análisis sobre el tema,<sup>19</sup> ofrece argumentos de peso al señalar que:

“Internet (...) es una zona en la que el derecho común resulta aplicable. La acción de las policías, y la jurisprudencia de los distintos países así lo avalan. Cosa distinta es que nos encontremos ante una actuación más compleja derivada de las dificultades para la persecución de determinados delitos cometidos mediante el uso de la red. De esta convicción se parte para poder afirmar que no se encuentran razones de peso para promover de forma urgente una reglamentación específica para Internet (...)”.

### **Y los gobernantes**

Los gobernantes han ido más lejos que los expertos. La Unión Europea está apostando decididamente por una co-regulación: es decir, por la complementariedad entre la autorregulación de los agentes implicados en Internet y la ley. Así adoptó, en 1999, una Decisión<sup>20</sup> por la cual se iniciaba un plan plurianual (del primero de enero de 1999 al 21 de diciembre de 2002) para propiciar una mayor seguridad en la utilización de Internet.

Este plan tiene dos líneas de actuación: la primera de creación de una red europea de líneas directas o centros a los cuales los usuarios puedan acudir para notificar los contenidos que consideren nocivos en la red –la actuación policial y judicial se entiende que sigue siendo competencia de las autoridades nacionales que obtendrían de este modo

---

indispensable, porque con la mera constancia del número de correos, su tamaño y su carácter privado era suficiente para proceder a la sanción.

<sup>19</sup> Angel I. García Castillejo, es actualmente Subdirector de Servicios Telemáticos e Interactivos de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones de España. GARCÍA Castillejo A I. “La regulación de los contenidos audiovisuales en Internet”. En <http://serbal.pntic.mec.es>, publicado en agosto de 2000.

<sup>20</sup> La Decisión nº 276/1999/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de enero de 1999. En *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*. L 33, de 2 de febrero de 1999.

una mayor y más rápida información-; la segunda línea de acción es la del fomento de la autorregulación y la elaboración de códigos deontológicos.

Además de la Decisión de 1999, la Unión Europea ha aprobado recientemente una Directiva de Comercio Electrónico<sup>21</sup> en la cual se establece que el proveedor que se limite a facilitar la transmisión de los datos no será responsable de los contenidos transferidos, siempre y cuando no haya originado él mismo la transmisión, no seleccione al destinatario de la misma y no seleccione ni modifique los datos transmitidos; cuando el servicio prestado sea de almacenamiento de datos, el prestador de servicios no será considerado responsable de los contenidos almacenados –cuando éstos sean ilícitos por su posibilidad de causar daños y perjuicios- si, en cuanto tenga conocimiento de ello, actúa con prontitud para retirar los datos o hacer que el acceso a ellos sea imposible. En definitiva, la Unión Europea, sin llegar a delegar en los Proveedores de Servicios de Internet una responsabilidad policial, sí les atribuye una corresponsabilidad de vigilancia sobre los contenidos de la red.

El Consejo de Europa –del que forman parte 41 Estados de la geografía europea- está elaborando un *Convenio sobre Delitos en el Ciberespacio* (es decir: un Tratado Internacional de ámbito europeo sobre delincuencia en Internet). En el borrador publicado en su página web<sup>22</sup> se mencionan los dos objetivos del texto:

- Tipificar los delitos de una manera homogénea, de forma que la misma conducta antisocial sea considerada ilegal en Francia, Suecia, Rusia, Eslovenia o en cualquiera de los países miembros.
- Coordinar las policías y administraciones nacionales para perseguir eficazmente los delitos en los 41 países.

Entre los delitos que se contemplan en el Convenio se encuentran:

---

<sup>21</sup> Texto en [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)

<sup>22</sup> <http://conventions.coe.int/treaty/EN/projets/projets.htm>

- El hacking blanco: acceder a sistemas de redes, a ordenadores de empresas o particulares sin realizar ningún daño, simplemente por el placer de espiar, de lograr traspasar las barreras de seguridad informáticas, etc.
- El hacking destructivo (sabotaje informático).
- La interceptación de datos.
- La interferencia de sistemas de información.
- Las estafas electrónicas.

No contempla (y ha sido criticado por algunos expertos) la escritura de virus informáticos. En este sentido comenta Llaneza:<sup>23</sup>

“Los escritores de virus consideran su actividad como una labor investigadora, coleccionando virus como los científicos cultivan cepas víricas biológicas.

Es innegable la labor de los escritores de virus como parte del desarrollo de la seguridad de la Red, en igual sentido que lo es la labor científica que investiga las enfermedades víricas para encontrar el antídoto.

Cosa distinta es cultivar los unos y los otros para soltarlos en la Red o como arma biológica sobre un pueblo indefenso.

La actividad de escritura de virus, por muy orientada que esté a demostrar la debilidad de un determinado sistema operativo, causa daños de muy difícil reparación no sólo a grandes corporaciones sino a usuarios inermes que dependen de su ordenador para el trabajo diario”.

En España está considerado delito –en el actual Código Penal- la destrucción, alteración, inutilización o daño, por cualquier medio, de los datos, programas, o documentos de terceras personas, que se encuentre en redes, soportes o sistemas informáticos. La pena asignada es de 1 a 3 años de prisión y la responsabilidad civil por daños. Quizás, qué ocurra con Napster, o con Telefónica deje algo indiferentes a quienes trabajan en otros

---

<sup>23</sup> LLANEZA, P. “Virus, Cibercrimen y Seguridad en la Red”. En: <http://noticias.juridicas.com> de la Editorial Bosch, junio de 2000.

ámbitos; pero si realmente se piensa en que alguien esté espiando los correos electrónicos ajenos, en que pueda entrar en una cuenta bancaria y manipular, en que al abrir un archivo que envía un conocido, puede estar introduciéndose en el PC personal un virus que lo convierte en una caja de plástico gris o negra, entonces ya sí que tiembla el pulso y se desea que exista algo /alguien que garantice seguridad.

Otras iniciativas nacionales relevantes –fuera del derecho criminal- son el proyecto “Music Owner’s Listening Rights Act of 2000”, de Estados Unidos, que reconoce el derecho del usuario a almacenar en red las grabaciones que haya adquirido legalmente, para escucharlas él mismo desde cualquier sitio o compartirlas con otros sistemas;<sup>24</sup> y en el Reino Unido se ha aprobado la “Regulation of Investigatory Powers Act 2000”,<sup>25</sup> la cual concede a los empresarios determinados poderes de supervisión e interceptación de las comunicaciones que realicen los empleados de sus empresas, y entre ellas, el correo electrónico y los datos de conexión a Internet. En definitiva, leyes específicas y leyes generales con aplicaciones para el nuevo medio.

### **¿Ley o autorregulación?**

Existen dos ámbitos en los que pronunciar el término "ley" adquiere una resonancia muy particular, como si la sensibilidad auditiva se agudizara con sólo mentar el vocablo: el de los contribuyentes a la hacienda pública, y el de los comunicadores; en cada caso por motivos diferentes.

En lo que respecta a los comunicadores, pienso que la "inquietud", que en algunas latitudes llega a convertirse en "grito de guerra", es vehementemente emocional e ilógicamente irreflexiva. Vienen a decir los que se oponen a cualquier tipo de ley:

- "Leyes en comunicación son represión".
- "Si defiendes la libertad no legislarás".

---

<sup>24</sup> En <http://thomas.loc.gov>

<sup>25</sup> En <http://www.hmso.gov.uk/acts/acts2000/20000023.htm>

Los eslóganes suelen responder a una percepción cierta de lo que ocurre o puede ocurrir, pero, sobre todo, los eslóganes son muy fáciles de vender.

Que las leyes en materia de comunicación pueden cercenar libertades tan fundamentales como la libertad de expresión, o derechos claves como el derecho a la información, no sólo es verdad, sino que es una verdad históricamente comprobada. Pero pensar que la ausencia de legislación en materia de comunicación es la panacea de la libertad es, cuando menos, una ingenuidad. Y también aquí hay realidades históricamente comprobadas.

Pienso que cualquiera de estos dos caminos -el de la ley mordaza y el de sin ley- han sido un lastre para el desarrollo del periodismo y de los medios de comunicación social en general, y para el afianzamiento de unas democracias reales. Como una ley mordaza o una no-ley serán también un obstáculo para el desarrollo de la comunicación social en Internet.

Sin embargo, existe toda una línea de legislación que denominaré "garantista", cuyo objetivo y orientación es precisamente: contribuir a que el ejercicio de los derechos considerados fundamentales en un sistema social sea posible y sea eficaz. Fuera y dentro de la red. Que en la red, como fuera de ella, tengan oxígeno las libertades de expresión, de información, de creación, de comercio, eso sí: desde la responsabilidad.

Al encuestar a los usuarios de Internet acerca de si ven necesario algún tipo de control de la red, las opiniones suelen estar muy divididas:<sup>26</sup>

- Un 67% no es partidario del control de los contenidos.
- Un 75% sí está de acuerdo en algún tipo de control para los niños y adolescentes.
- Ese 67% opuesto a un control de los contenidos disminuiría notablemente si se hablara en términos de autocontrol de los difusores de información. Es decir: se considera nociva la existencia de una regulación legal porque se entiende que

---

<sup>26</sup> Estudio y datos publicados en "PCWEEK" 411(1998)50-53, sobre hábitos del usuario español de Internet.

frenará el crecimiento del nuevo medio, mientras que se valora como solución más práctica y, desde luego, como algo exigible, que tanto los operadores como los difusores independientes de contenidos adopten un comportamiento responsable en sus actividades de comunicación.

Todavía hay otro factor que corrobora esta opinión: la rapidez con que surgen nuevas situaciones comunicacionales y nuevos modos de informar en el ciberespacio es infinitamente mayor que la que los legisladores internacionales podrían alcanzar para estudiar, consensuar y adoptar unas normas adecuadas a la realidad de las redes. Esa regulación, salvo que se tratara de principios muy generales, abiertos y flexibles, estaría muy pronto obsoleta, fuera de juego.

En definitiva: que incluso por una razón práctica, al idear un futuro más ético en el ciberespacio se hace necesario aludir a la responsabilidad profesional y social de los actores del medio.

Señala Sabater que "la ética es el arte de dar sentido a la propia libertad".<sup>27</sup> De ese modo se entiende que la responsabilidad ética nunca afecta restrictiva o negativamente a la propia libertad, tampoco a la libertad del ciberespacio. Ahora bien, para mantenerla intacta en ese "gran espacio abierto", es necesario que se asuma con capacidad crítica:

1º Que muchos de los fenómenos negativos que se le atribuyen, en particular: la existencia de desinformación, de contenidos aparentemente constitutivos de delitos, de abuso de marketing, etc. se debe en gran parte a la falta de consolidación del ciberespacio como verdadero medio de comunicación.

2º Que los "males" del nuevo medio no se remedian con ética, sino con crecimiento, madurez y buen hacer de todos los actores que integran el ciberespacio (y todo esto, qué duda cabe, también forma parte de la responsabilidad ética),

---

<sup>27</sup> SABATER, Fernando (1997). *Un diálogo para la Ética*. En *Talaia* 1, p.18.

3º Que quizás deba plantearse la complementariedad ética / derecho con mucha más convicción que en otros medios, porque es la única salida posible. Las iniciativas de la Unión Europea corroboran esta tesis.

Porque no sería lógico que contar con instrumentos muy importantes, desde el punto de vista de las transacciones de comunicación pero incapaces de generar un mínimo de confianza en usuarios, mercaderes, artistas y creadores de contenidos.

Exactitud, privacidad, propiedad intelectual y accesibilidad<sup>28</sup> son los cuatro valores éticos que con más insistencia se repiten en los códigos deontológicos de las empresas operadoras de redes. Convendría añadir un quinto valor: la identificación del autor o fuente.

Comparto con Barroso su opinión de que: <sup>29</sup>

"No se puede hablar de preparación profesional de los informáticos, ni de calidad y excelencia profesional, ni de aportes de Internet sobre la calidad de vida y el bienestar humano, haciendo referencia exclusivamente a la 'cualificación técnica' de los profesionales de la informática y de Internet o de la importancia y repercusiones de las innovaciones técnicas en el tratamiento y distribución de la información. La excelencia y la calidad de Internet y del resto de las nuevas tecnologías de la información sólo se logran cuando entran en 'vías de civilización', cuando se convierten en instrumentos al servicio de una realidad más humana, y como tal más justa".

---

<sup>28</sup> MASON, Richard (1986). "Four Ethical Issues of the Information Age". En *MIS Quaterly* 1, pp486-498. Citado por BARROSO, Porfirio "Cuatro principios de ética en Internet". En *Zer* 3 (1997) 15-27.

<sup>29</sup> Ibidem.

¿Ley o autorregulación en Internet? Mi conclusión es que deberán complementarse los dos principios normativos, ley y autorregulación, derecho y ética. Sólo así podrá hablarse de una garantía de los derechos ciudadanos en la red.

## **BIBLIOGRAFÍA**

BARROSO, Porfirio (199/). “Cuatro principios de ética en Internet”. En *Zer* 3.

BONILLA BLASCO, B (12 de diciembre de 2000). “Conflictos derivados de la falta de regulación”. En *El País*.

*Diario Oficial de las Comunidades Europeas*. L 33, de 2 de febrero de 1999.

*Legipresse*. Marzo 1999, n.129-II.

SABATER, Fernando (1997). *Un diálogo para la Ética*. En *Talaia* 1.

## **REFERENCIAS WWW**

Asociación de Usuarios de Internet [www.aui.es](http://www.aui.es)

Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones. [www.ahciet.net](http://www.ahciet.net)

Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica. [www.ASIMELEC.es](http://www.ASIMELEC.es)

Comisión de Asuntos Informáticos del Senado de España (1998) [www.senado.es](http://www.senado.es)

GARCÍA Castillejo A I. “La regulación de los contenidos audiovisuales en Internet”. En <http://serbal.pntic.mec.es>, publicado en agosto de 2000.

<http://conventions.coe.int/treaty/EN/projets/projets.htm>

<http://thomas.loc.gov>

LLANEZA, P. “Virus, Cibercrimen y Seguridad en la Red”. En [www.noticias.juridicas.com](http://www.noticias.juridicas.com) de la Editorial Bosch, junio de 2000.

MAESTRE Rodríguez, J.A (1988). “Los Nombres de Dominio”. En *Boletín Hispanoamericano de Derecho e Informática*. No. 1 En <http://members.nbc.com>

Nua Internet Surveys. [www.aui.es](http://www.aui.es)

[www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)