

PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LOS USUARIOS DE LA RED EN LA ELECCIÓN DEL CONTENIDO

PAULA LÓPEZ ZAMORA

Universidad Complutense de Madrid

INTERNET Y LA COMUNICACIÓN: ASPECTOS NOVEDOSOS

Las implicaciones tecnológicas, sociales y económicas que ha generado el desarrollo de Internet en nuestra nueva sociedad, conocida como sociedad de la información, han alcanzado, asimismo, al ámbito de los medios de comunicación social. El progreso de las tecnologías en las que se sustenta la red ha provocado que ésta, en menos de una década, pase a formar parte esencial del entramado de los diversos medios de comunicación. Aunque para algunos Internet representa el soporte idóneo para la expansión de otros medios de comunicación preexistentes o un espacio de convergencia entre éstos, lo cierto es que, al menos en la actualidad, no podemos obviar que además de las funciones descritas anteriormente, nos encontramos ante un importante medio de comunicación más.

Posiblemente, en una primera etapa del desarrollo de la red, ésta no podía ser considerada como un nuevo medio de comunicación en sí, sino como un nuevo soporte a través del cual podía transitar el tráfico de información de los medios de comunicación ya existentes. Aunque con peculiaridades extraordinarias, este nuevo soporte no ejercía competencia directa sobre los medios de comunicación tradicionales, la prensa digital es prensa y la radio en línea es radio, aunque sobre un soporte y a través de un canal

de distribución distintos. No obstante, el desarrollo de Internet es desconcertante e imparable y sus potenciales usos ilimitados, por lo que a su papel de mero soporte de medios de comunicación preexistentes y lugar de convergencia de medios tradicionales hay que adicionarle el de medio de comunicación diferenciado, con sustantividad propia. Internet como novedoso medio de comunicación presenta asombrosas particularidades, las cuales son tan infinitas como sus posibilidades, entre la que destacaremos en su momento la interactividad como aspecto básico para el desarrollo del presente estudio. No todas las aportaciones que la red incorpora a la comunicación pueden considerarse como positivas, muchas de ellas se manifiestan como neutras, cuya futura evolución será determinante para enmarcarlas como positivas o negativas; y otras, pocas, como negativas, pero lo suficientemente contundentes como para rechazar la hipotética destrucción o desaparición del resto de medios tradicionales.

Dentro de las contribuciones positivas que la red aporta a la comunicación hallamos diversos aspectos inéditos cuya utilidad es incuestionable como son la interactividad y la multimedialidad. La interactividad implica que los papeles de emisor y receptor se funden. El receptor configura el mensaje en función de sus necesidades y demanda una información determinada, participando activamente en la elección del contenido. Hay un mensaje distinto para cada usuario, lo que a su vez implica la personalización de la comunicación. Este aspecto facilita la comprensión del mensaje, a la vez que lo enriquece, satisfaciendo la segmentación del mismo. Por su parte, la multimedialidad conlleva que en un mensaje no haya limitación de medios, un único mensaje admite todo tipo de canales. El mensaje es mucho más completo, utiliza el lenguaje textual, sonoro y visual, todos ellos elementos que ayudan a una mejor comprensión por parte del receptor. Asimismo, la inmediatez, la libertad y, sobre todo, la posibilidad de comunicación real se manifiestan como aportaciones efectivas y positivas que Internet ofrece a la comunicación.

Otra de las particularidades de la red radica en la ruptura que realiza sobre el proceso de comunicación, aspecto que puede ser calificado como neutro. Por un lado se produce una ruptura de la secuencia informativa pues Internet acaba con el orden cuantitativo y cualitativo de la información. Por esto, si un sujeto crea una secuencia errónea quebramos la jerarquía y podemos dejar fuera elementos relevantes, no obstante, es positivo al adaptarse plenamente a los gustos del propio sujeto. Por otro lado se induce una ruptura de los límites espacio-temporales. La actualización inmediata de Internet elimina los límites

temporales, la información no depende del tiempo y su ámbito de distribución geográfico ha roto con los límites espaciales, desde cualquier punto del planeta se puede acceder a la información, no dependiendo del ámbito de distribución o de sus medios de difusión.

Por último, también encontramos limitaciones en la comunicación provocadas por la instauración de la red. Desde el momento en que se complican la transmisión y recepción del mensaje aumenta el peligro de provocar una desorientación en el lector, una saturación informativa y una falta de jerarquización –consecuencia directa de la ausencia de contexto-.

De todas estas características, la más determinante a nuestros efectos viene manifestada por la interactividad. Podríamos definir la interactividad como la capacidad del receptor –aunque precisamente por ello no deberíamos denominarlo receptor- para tomar decisiones y regular el flujo de la información¹. De los tres tipos de interactividad que puede desarrollar el internauta -respecto al emisor, respecto a otros usuarios y respecto a la información- es ésta última la desencadenante de su participación activa en la red en el proceso de elección y acceso al contenido. En el comportamiento típico de Internet el usuario elige cada paso y decide, en cada momento, si continúa recibiendo una información, en qué condiciones y con qué características la recibe; no está reducido simplemente a la decisión inicial, de exposición al medio, y final, de interrumpir la recepción de información. En Internet, cada individuo que accede tiene la posibilidad de comunicarse directamente con el sitio que visita, la atención es personalizada y se trata de un medio que puede ser empleado igualmente por emisor y receptor. El internauta navega por un amplio elenco de opciones proporcionadas por el emisor, pero con una amplia discrecionalidad para seleccionar los datos que consume y el orden de los mismos. Además el receptor puede establecer los filtros y preferencias que considere más acorde para adaptar la navegación a sus necesidades y deseos.

Esta interactividad no es, en absoluto, privativa de la comunicación en red, pero es aquí donde experimenta su mayor desarrollo. Por ello, aunque actualmente esta característica emerge también en otros medios, sobre todo en las plataformas digitales de Televisión, es en el caso de Internet prácticamente obligada². En sentido inverso, también se puede afirmar que, en ocasiones, la

¹ LÓPEZ GARCÍA, G., *Modelos de comunicación en Internet*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2005.

² ZARRAGA, J.L de, *Los medios de comunicación en Internet como nuevo canal de comunicación*, en <http://www.argo.es/medios/ponencia.html>

publicidad en forma de *pop-ups*³, las campañas promocionales y el dinamismo comercial que hoy rodea toda la red desvirtúan y ensombrecen la mencionada interactividad. No obstante, a pesar de todos estos inconvenientes, no podemos obviar que el papel de los usuarios de la red es absolutamente determinante en la selección y consumo de entretenimiento.

Por todo lo expuesto, podemos afirmar que nos encontramos ante un medio personalizado que ofrece a cada usuario la posibilidad de recibir y escoger lo que desea e interesa entre una gama enorme de posibilidades. Precisamente, es esta excepcional peculiaridad del medio la que se muestra en concordancia con la esencia humana de libertad, la cual, tarde o temprano, siempre deriva en cierto grado de responsabilidad.

LA RESPONSABILIDAD DE LOS USUARIOS EN EL CONSUMO DE INFORMACIÓN Y DE ENTRETENIMIENTO EN RED

Los cambios significativos en la esfera de la comunicación introducidos por la innovación tecnológica que supone Internet exigen una nueva reflexión. Internet ofrece a los usuarios la posibilidad de seleccionar discrecionalmente los datos y contenidos a los que quiere acceder, le ofrece libertad para desenvolverse en el medio y poder para decidir. No obstante, al igual que en el resto de los contextos de la actividad humana, la libertad y el poder no son ilimitados ni se encuentran aislados, debiendo estar acompañados, asimismo, por un cierto grado de responsabilidad. El consumo de entretenimiento en Internet -del mismo modo que el resto de consumo- implica derechos y deberes, libertad y responsabilidad. Por un lado, implica derechos desde el momento que el acceso a la red y a sus contenidos se configura como un fragmento del elenco de derechos comprendidos en el derecho a la información; y deberes, en el respeto en el ejercicio de los mencionados derechos por parte de terceros. Por otro lado, el consumo en Internet es libre, puedo ejercer mi libertad seleccionando los contenidos que deseo y evitando los que

³ Cuando se navega por Internet, se utiliza esta palabra para referirse a las ventanas del navegador que se abren sobre la ventana en uso. A menudo, esto se utiliza como técnica intrusiva para mostrar publicidad que tapa la página que estamos visitando. Otra técnica relacionada es la de *pop-under* que consiste en ventanas que se abren después de la ventana en uso. Algunas de estas ventanas, a su vez, activan otras ventanas emergentes, lo que puede dar lugar a un bucle infinito, intencionado o no. Algunas se abren en pantalla completa lo que, en general, hace más difícil que el usuario pueda cerrarlas.

considere inapropiados o inútiles, no dejándome guiar o dirigir por nadie más. En este sentido, si el consumidor en la red es libre para acceder a los contenidos de entretenimiento que desee, consecuentemente ha de ser responsable de los efectos que se devenguen del propio consumo basado en su elección.

Numerosas son las quejas que los medios de comunicación tradicionales, desarrollados en el mundo estrictamente físico, reciben por los contenidos que presentan al público. Frecuentemente los consumidores de entretenimiento se muestran disconformes, a la vez que exigen responsabilidad a estos medios por lo inapropiado, nocivo y dañino que resulta el consumo de los mismos para el público en general y para los menores, en particular. Esta reivindicación de responsabilidad se fundamenta en la necesidad de proteger al público adulto y a los menores del tipo de contenidos que se están ofreciendo en los medios de comunicación en la actualidad. Los medios de comunicación han de presentarse como un medio de ocio, de descanso, de aprendizaje continuo, respetando los valores democráticos y morales que presiden la sociedad actual. No obstante, cuando los medios no funcionan de esta manera han de responder ante la sociedad por la desviación de sus contenidos.

Lo anteriormente afirmado para el consumo de entretenimiento en los medios de comunicación del mundo estrictamente físico puede hacerse extensivo a Internet -aunque, en este caso, la responsabilidad no será exclusiva del emisor-, cuyo consumo está manifestando un notable incremento, desplazando, por tanto, el de los tradicionales medios.

Estudios actuales demuestran que Internet resta 25 minutos al día de sueño y una media hora diaria al consumo televisivo. En España, el 67% de los usuarios reconocen que han reducido el tiempo de consumo de televisión, empleándolo ahora en navegar por la Red⁴. Por su parte, en Europa se confirma la tendencia entre los jóvenes de 15 a 24 años a pasar menos tiempo frente al televisor o escuchando radio como resultado de su mayor consumo de Internet: casi la mitad (el 46%) de los jóvenes de 14 a 25 años han disminuido su consumo de televisión a favor de Internet, mientras que el 22% ha recortado el tiempo que dedica a escuchar la radio⁵. Lógicamente, el incremento de tiempo empleado en la navegación

⁴ MediaPlanning Group: <https://www.mediaplanning.com/index.html>

⁵ Asociación Europea de Publicidad Interactiva: <http://www.eiaa.net/index.asp>

por Internet, además de reducir el consumo de otros medios de comunicación, necesariamente está afectando a nuestras actividades cotidianas y al desarrollo de las relaciones sociales, en concreto, la red es la culpable de que sus usuarios dediquen diez minutos menos al día en comunicarse con los miembros de su familia.

La responsabilidad en el consumo de entretenimiento en la red no puede serle exigida, al menos en exclusiva, a los encargados de introducir contenidos e informaciones diversas, sino que ésta ha de hacerse extensiva a los propios usuarios, a los propios consumidores, pues de ellos depende la selección, la utilización y el consumo de unos contenidos y no de otros. Ciertamente es que, en los medios físicos tradicionales, el consumidor puede decidir si consumir o no la información y el entretenimiento que se le ofrece externamente, pero carece de la opción de seleccionar a la carta; en caso de querer acceder al medio de comunicación de que se trate, tendrá que conformarse con lo que, eventualmente, decidan incorporar los emisores. En la red el usuario sí tiene esta opción desde el momento en que, en la misma, podemos encontrar absolutamente de todo, llegando a acercarse bastante a la realidad la afirmación que establece que “lo que no está en Internet, no existe”, pues parece una ardua tarea encontrar algún tipo de entretenimiento que no cuente con su correspondiente página web o servicio de Internet.

Esta participación activa en la selección y consumo de entretenimiento, la libertad en la navegación por las diferentes ofertas que ofrece el ciberespacio, coloca al consumidor en la posición de sujeto responsable de las consecuencias que genere el consumo que realice, al menos desde una perspectiva ética y personal. En estos casos no se puede culpar a otros por el acceso que, voluntariamente, hemos realizado a determinados contenidos. Ha sido nuestra elección y, como tal, hemos de responder por las consecuencias. No obstante, también en estos casos el consumidor puede carecer de responsabilidad al ser dirigido a determinados contenidos bien involuntariamente, en el caso de la publicidad, bien mediante engaños. La principal dificultad con la que se encuentra un consumidor a la hora de seleccionar contenidos correctos en la red radica en la dificultad existente, hasta para usuarios competentes, en la evaluación de la veracidad y confiabilidad de una página *web*. Esto se debe, en primer lugar, al hecho de que los indicadores de veracidad en Internet actualmente existentes todavía no han alcanzado el grado de exactitud de aquellos aplicados a los medios tradicionales. A esto hay que agregar que la presentación gráfica de la *World Wide Web* de por sí crea la ilusión de confiabilidad y autenticidad, dificultándose considerablemente la distinción

entre los contenidos deseables e informaciones verídicas por un lado, y los nocivos, inventados y falsificados por el otro⁶.

Por todo ello, en el caso de usuarios mayores de edad con capacidad plena, y siempre que no medie error, engaño o manipulación externa, la responsabilidad ética en el consumo de entretenimiento, así como en el resto de contenidos de la red, le corresponde al consumidor el cual, en el ejercicio de su libertad de navegación, ha accedido a los mismos voluntaria y activamente. En estos casos se desarrolla un tipo de responsabilidad específica nacida de la ética individual de ciudadanos comunes que utilizan Internet para informarse y entretenerse.

Esta responsabilidad, junto con el papel esencial que representan los internautas en el desarrollo del ciberespacio ha promovido el establecimiento de normas autorreguladas, es decir, normas creadas por los participantes de la red para regular los comportamientos en la misma y exigir responsabilidad. La autorregulación hace referencia a la regulación del ciberespacio que se realiza desde dentro, es decir la ordenación impuesta y creada por los actores de la red. Por otro lado, la heterorregulación implica la ordenación de la red desde fuera, por entidades ajenas a los propios participantes principales de la red, tales como los Estados u organizaciones internacionales. Es en el primero de los modelos, cuya carga ética es incuestionable, donde la participación activa de los usuarios de Internet, entre los que se encuentran los consumidores de entretenimiento, está asegurada.

PARTICIPACIÓN DE LOS USUARIOS EN LA REGULACIÓN DE LA RED: LA AUTORREGULACIÓN

El estudio de las diferentes áreas de actividad en la red, entre las que destaca la comunicación social, pone de manifiesto el eficaz surgimiento en la misma de diferentes mecanismos de autorregulación, desarrollados de acuerdo a las exigencias sociales y éticas predominantes. La alternativa de la autorregulación del ciberespacio ha sido secundada y mantenida desde foros tan diversos como la Organización Mundial de las Naciones Unidas para la Edu-

⁶ DEBATIN, B., *Principios de la ética en Internet: Áreas de conflicto y perspectivas de solución*, Conferencia en el marco del Seminario "Ethica e Internet", Instituto Goethe Montevideo, Uruguay, en <http://www.uni-leipzig.de/~debatin/uruguay/etica.html>

cación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Unión Europea o el Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales del Vaticano, así como por la doctrina más autorizada en la materia. La autorregulación supone el desplazamiento del ajuste normativo de la red hacia la cibernsiedad civil para su regulación, y se manifiesta como una alternativa factible y, de hecho, cada vez más difundida en el ámbito la red. Plasmaciones efectivas las encontramos, entre otras, en los numerosos códigos de conductas que fijan normas de acceso y contenido elaborados por los proveedores de acceso a Internet; en las *netiquettes*; en los códigos de conductas elaborados por asociaciones de profesionales y consumidores, en las normas elaboradas por ICANN (*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*) y en los programas de filtrado y etiquetado.

Los mecanismos de regulación del comportamiento por parte de los propios actores participantes están en pleno proceso de expansión y alcanzan a todos aquellos ámbitos de nueva aparición, los cuales se caracterizan por su dificultad de regulación y por la ineficiencia de las soluciones estatales. Muestra de ello es la importancia que está alcanzando la autorregulación en el ámbito de Internet. La autorregulación se está manifestando como una muy válida opción que, bien aisladamente o sumada a la heterorregulación, va a descubrirse como instrumento imprescindible para el orden y la concordia en el ciberespacio. Los propios participantes de la red, los que navegan por la misma en busca de información o con la intención de consumir entretenimiento, toman parte activa en la ordenación de las conductas, en la exigencia de responsabilidad y en la determinación de soluciones adecuadas a los problemas que en dicho entorno se generan. Mientras que la regulación por los Gobiernos se presenta como la manera estándar de dirigir comportamientos en el mundo estrictamente físico, en la red existen mecanismos de autorregulación que también influyen, quizá en mayor medida, la interacción humana.

La ausencia de cualquier tipo de regulación sobre la red es un imposible que no puede materializarse efectivamente. Por ello, desde el comienzo del desarrollo del ciberespacio se confió en la labor normativa de los propios sujetos participantes, dándose una importancia primordial y exclusiva a la autorregulación. La autorregulación se asienta sobre la base del principio de corresponsabilidad de los distintos actores. Los participantes crean sus propias normas de regulación basadas en un comportamiento correcto y en una responsabilidad compartida por todos ellos. Ya no se trata de ausencia de normas, de libertad absoluta, donde exigir responsabilidad se

convierte en una tarea poco menos que imposible. A través de la autorregulación se establecen normas, pero son normas que no se imponen desde fuera sino que son originadas por la sociedad internauta en su conjunto, normas que determinan y exigen la responsabilidad generada por las acciones individuales.

Variadas son las ventajas que presenta este tipo de co-participación de los usuarios de la red en la ordenación de la misma. Las conductas exigidas y prohibidas son concebidas como directrices de comportamiento propias, se consideran impuestas o prohibidas por los propios destinatarios, por lo que su cumplimiento es mucho más efectivo. Para asegurar el cumplimiento de una determinada norma es obvio que la interiorización de la misma como propia, como exigencia ética individualizada, es un camino francamente efectivo. Por todo ello, la primera de las características positivas de la autorregulación del ciberespacio reside en el incremento de eficacia en las normas dictadas a través de este modelo regulativo. Asimismo, la regulación de la red por los individuos e instituciones que en ella actúan siempre será la más adecuada para resolver la problemática que allí surge. Los usuarios del ciberespacio conocen las situaciones conflictivas de cerca, por lo que se desenvuelven con mayor oportunidad y fortuna que quienes no participan en la red. Si las dificultades son conocidas directamente resulta más sencillo dar una respuesta adecuada y eficaz a los inconvenientes que se presentan. Desde fuera, la regulación sería técnicamente más perfecta pero, si los creadores de las normas permanecen ajenos a la realidad de Internet, sus soluciones no serán ni tan oportunas ni tan acertadas.

Por otro lado, mediante una normativa autorregulada clara y generalizada se podría crear un sistema normativo auténticamente internacional, válido en todos los países del mundo. Sería una verdadera *super-law*, con lo que la seguridad jurídica alcanzaría cotas francamente elevadas. Todo el que se sumerge en Internet sabe que sus actividades quedan reguladas por ese derecho verdaderamente mundial, expresión jurídica de la globalización creada a través de la cultura y sociedad ciberespacial. Por último, un sistema de este tipo tiende a garantizar la máxima libertad de expresión y de comunicación en la red. Se crea una normativa de libertades prácticamente absolutas, con escasísimos límites a las actuaciones en Internet, que se verían reducidos a muy concretas infracciones penales o a las actuaciones reprobadas por los propios internautas y actores de la red. De este modo se podría crear en la red un mundo donde el derecho sancionador se ve reducido al mínimo en nombre de la libertad de comunicación e información.

Lamentablemente, este sistema presenta, asimismo, importantes inconvenientes entre los que destaca el problema de la ética universal. Establecer un modelo de autorregulación en el ciberespacio implica enfrentarse a su propio fundamento, pues estas normas basan su contenido en usos de Internet y en normas éticas. Si hay que establecer una ética universal ciberespacial, no basta con universalizar la ética de un determinado grupo social, ya que lo que se pretende es que la actuación de los internautas se integre en un sistema moral único mundial. De este modo, surge la necesidad de elaborar o reconocer una ética mundial que sea aceptada como tal por todas, o al menos la mayoría, de las personas que interactúan en red. Este inconveniente, junto con la ineficacia y la falta de legitimidad democrática, entre otros, no merman la necesidad de implementar este modelo de ordenación en el ciberespacio, donde los participantes puedan decidir libremente pero, a la vez, puedan exigir responsabilidad y dar cumplimiento a la que a ellos les sea exigida.

MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN: SISTEMAS DE FILTRADO Y ETIQUETAS

Variados son los mecanismos de autorregulación mediante los cuales los participantes de la red hacen efectivo su cooperación en la ordenación. Desde la postura del consumidor de información y de entretenimiento uno de los dispositivos más empleados es el sistema de filtros y etiquetas, donde el internauta individual tiene gran poder de decisión en la selección de los sitios a los que accede. Es notorio que Internet presenta contenidos con riesgo, ya sea potencial o real, tanto para menores como para adultos, no obstante se trata de un medio que también destaca positivamente por las enormes posibilidades educativas, humanitarias y socializadoras que presenta. Eliminar la posibilidad de acceso a la red y bloquear su utilización como medio de protección frente a sus contenidos no parece oportuno, mientras que la posibilidad de seleccionar los contenidos, datos y sitios web a los que acceder se presenta como una opción válida y atractiva. Esta selección voluntaria de bloqueo o acceso a contenidos se hace realidad con los programas filtro y programas de etiquetado.

Los programas filtros y de etiquetado son controles técnicos sobre la red llevados a cabo por los propios participantes de la misma por lo que nos encontramos ante claros mecanismos de autorregulación, pues permiten a los propios usuarios seleccionar los sitios a los que puede acceder un ordenador

concreto o red de ellos. Los sistemas de filtrado se configuran como una línea de defensa para el usuario final y pueden ser instalados en su propio ordenador -bien a través de su propio navegador bien a través de un software autónomo-, en el servidor de la red o en los propios portales⁷. Para que estos sistemas funcionen se requieren dos elementos: los sistemas de clasificación y etiquetado previo y el software de filtrado del contenido, que deberá interpretar las clasificaciones realizadas anteriormente. A su vez podemos encontrarnos ante softwares basados en el protocolo PICS o softwares autónomos. El primer tipo, basado en el protocolo PICS (*Platform for Internet Content Selection*), se fundamenta en un sistema de clasificación y etiquetado del contenido desarrollado por el Consorcio World Wide Web, organismo encargado de establecer los estándares de la web. En esencia, PICS funciona mediante la inserción de etiquetas electrónicas en los documentos web, textuales o icónicos, las cuales no son visibles por el lector. Estas etiquetas expresan, o pretenden expresar, el contenido del documento en cuestión⁸. No obstante, una mínima parte de los documentos de la red cuentan con etiquetas PICS por lo que la mayoría de los softwares de filtrado son autónomos, basados en sistemas de etiquetado por parte de terceros, normalmente casas comerciales, o por parte de los propios destinatarios finales.

Los sistemas de filtrado que se comercializan en la actualidad actúan fundamentalmente de tres modos diferentes: listas blancas, sistemas que bloquean todos los contenidos de Internet salvo los expresamente autorizados en la lista; listas negras, sistemas que bloquean los emplazamientos incluidos en la lista; y etiquetados neutros, sistema que asigna a cada sitio web una etiqueta de valoración, pero el usuario final decide su utilización.

Generalmente, estos programas son empleados por padres y entidades con función educativa sobre menores (colegios, institutos e incluso universidades) para seleccionar los sitios a los que pueden tener acceso sus hijos, en función de los contenidos. Con estos instrumentos, los padres y entidades con similares funciones educativas y de desarrollo personal, podrán programar los ordenadores donde naveguen sus hijos o personas a su cargo, de modo que se les impida el acceso a los sitios indeseables. No obstante, el uso de estos mecanismos va más allá de la protección y defensa del menor pues el bloqueo y selección de contenidos o sitios de Internet puede ser empleado

⁷ CREMADES, J., *El paraíso Digital*, Plaza & Janés, Barcelona, 2001, p. 229.

⁸ JAVIER VILLATE, «La libertad de expresión en Internet: retos y amenazas», en <http://www.arnal.es/free/docs/censura-f.html>

para otros muchos fines: empresas que quieran evitar la disminución en el rendimiento de sus trabajadores ocasionado por la navegación ajena a su trabajo⁹, ISPs (*Internet Service Providers*) con necesidad de eliminar el peligro y la responsabilidad que supone el acceso a webs de contenidos ilícitos, etc.

El uso responsable de Internet a través de la navegación responsable, mediante el establecimiento de filtros es una de las vías elegidas por la Unión Europea frente al contenido nocivo de la red¹⁰. A través del filtrado y etiquetado puede conseguirse un justo equilibrio entre el derecho fundamental a la libertad de expresión y la protección de los menores en la red. Las respuestas de otros gobiernos como el australiano o el británico se encaminan en la misma dirección. Han creado respectivamente, NetAlert y R3-Safety net, claras iniciativas para promover el uso seguro de Internet¹¹, mediante el establecimiento de filtros.

A pesar de encontrarnos ante uno de los mecanismos de autorregulación cuya eficacia es notoria, los inconvenientes que lo acompañan hacen dudar de su idoneidad total para regular el acceso y selección de contenidos. En primer lugar, algunos grupos de defensa de los derechos civiles en Internet han subrayado que existe peligro en el uso de este tipo de sistemas para acometer una censura a gran escala por grupos de interés. En otras palabras, de una censura de Estado, pasaríamos a una censura privada de aquellos que elaboran las listas de filtrado, a través de la elaboración de las listas negras y de la exclusión de pági-

⁹ Sin un filtro de contenido su empresa puede hacer gastos innecesarios de hasta 30% en contratación de banda Internet, además puede sufrir una pérdida en productividad de hasta el 10%; <http://www.netfilter.com.br/espanol/empresa/index.php>. Estudios demuestran que el 76% de los trabajadores emplean parte de su tiempo laboral conectados a Internet en buscar un nuevo trabajo y el 50% accede a direcciones para adultos en horas de trabajo: Encuesta realizada por Net Partners para West Coast Publishing 1999: CREMADES, J., *El paraíso Digital*, op. cit, p. 232.

¹⁰ Decisión nº 276/1999/CE, de 25 de enero de 1999, modificada por la Decisión nº 1151/2003/CE de 16 de Junio de 2003, por la que se aprueba un plan plurianual de acción comunitaria para propiciar una mayor seguridad en la utilización de Internet mediante la lucha contra los contenidos ilícitos y nocivos en las redes mundiales –plan de acción “Safer Internet”–; implementado con el programa nuevo “Safer Internet Plus” (2005-2008), Decisión nº 854/2005/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, por la que se crea un programa comunitario plurianual para el fomento de un uso más seguro de Internet y las nuevas tecnologías en línea; Resolución del Consejo de 1 de Marzo de 2002, sobre la protección de los consumidores, en especial los jóvenes, mediante el etiquetado de determinados juegos de vídeo y de ordenador, por grupos de edad; Conclusiones del Consejo de 17 de diciembre de 1999 sobre la protección de los menores ante el desarrollo de los servicios audiovisuales digitales

¹¹ CORREDIRA Y ALFONSO, L., “Embates jurídicos y rumores éticos en la red”, en *Veracidad y objetividad. Desafíos en la Sociedad de la Información*, Actas 2º Congreso Internacional de Ética y Derecho de la Información (2003), Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad, Valencia, 2004, p. 179.

nas mediante criterios poco objetivos. La clave para evitar la sustitución de la censura de Estado por la censura de las corporaciones que elaboran estos programas de filtrado radica en que el consumidor tenga siempre en sus manos la posibilidad de modificar los criterios de filtrado, o bien pueda elegir entre distintos criterios mediante los medios que los navegadores ponen a disposición del usuario, los cuales permiten usar perfiles predefinidos para la navegación.

Asimismo, los programas de filtros de contenidos son uno de los instrumentos más potentes en manos de la censura típica estatal. Países enteros emplean estos filtros para impedir que sus nacionales puedan acceder a contenidos prohibidos en ese país, o simplemente contrarios a la doctrina del partido que se encuentra en el poder. Se trata de filtrar las páginas de los disidentes, de los revolucionarios y de todos los que, en general, molesten al poder establecido¹². Por ello, han de existir limitaciones en lo tocante al derecho a filtrar los contenidos. El filtro debe, en efecto, descansar sobre justificaciones¹³.

Otro de los problemas clave de este tipo de sistemas, aparte de los obvios problemas técnicos, es la indeterminación moral que gira alrededor del filtrado y etiquetado. Cada sociedad tiene valores diferentes, y formas diferentes de aplicar dichos valores. También tienen diferentes criterios acerca de lo que es permisible y lo que no lo es. En algunos países existe una exacerbada sensibilidad sobre contenidos de carácter erótico o sexual, mientras que se permite la exhibición no clasificada de imágenes de extrema violencia física o psicológica. La mayoría de sistemas de filtrado son fabricados en los Estados Unidos y por tanto no son representativos de los criterios morales más extendidos en la sociedad europea. Esto implica que los criterios de filtrado pueden estar muy influidos por los valores americanos que, por ejemplo, son muy estrictos en lo relativo a la desnudez pero no lo son tanto por lo que respecta a las armas o la violencia. Incluso más allá del problema estrictamente moral, la dificultad para etiquetar determinadas palabras o imágenes se convierte en un gran aliado para los detractores de este tipo de sistemas.

No obstante, y a pesar del gran número de inconvenientes señalados, un buen filtro constituye con toda probabilidad el mejor medio para, al menos,

¹² China, Siria, Vietnam o Irán son famosos por sus actos de censura. No obstante, no son los únicos países que lo llevan a cabo y diversas entidades defensoras derechos humanos llevan años denunciando casos de censura.

¹³ TRUDEL, P., "Derechos y responsabilidades de los usuarios en el Ciberespacio", en *Información para la paz. Autocrítica de los medios y responsabilidad del público*, Actas III Congreso Internacional de ética y derecho a la información, Coso, Valencia, 2005, p. 55.

bloquear el acceso a sitios claramente nocivos o indeseables para el usuario-consumidor final.

Finalmente, no podemos olvidar que la responsabilidad por las consecuencias generadas por el consumo de entretenimiento en la red pertenecen al propio internauta, se encuentra en nuestras manos, en nuestras decisiones, y no podemos delegarla en softwares o hardwares por muy eficaces que éstos sean. En Internet somos dueños de nuestras propias opciones, el poder no puede existir sin responsabilidad, por lo que hemos de aceptar las responsabilidades que aquellas decisiones acarreen.

ENLACES ELECTRÓNICOS RELACIONADOS:

- <http://www.icra.org/icraplus>

Sistema de filtrado elaborado por *Internet Content Rating Association, ICRA*.

- <http://www.chibrow.com>

Sistema de filtrado gratuito.

- <http://www.surfcontrol.com>

Sistema de filtrado personalizado para cada miembro de la familia o comunidad educativa.

- <http://www.internetfilter.com/w/home>

Sistema de filtrado de webs y chats.

- <http://www.w3.org/PICS/>

Platform for Internet Content Selection.

- <http://www.amnesty.org>

Amnistía Internacional, defensores de la libertad en la red.

- <http://www.eff.org>

Electronics Frontier Foundation, defensores de la libertad en la red.

- <http://www.darfurisdying.com>

Juego humanitario, educativo y gratuito que plasma la cruda realidad de Darfur. Demuestra el potencial educativo de la red.

- <http://www.peacemakergame.com>

Juego humanitario, educativo y gratuito que pretende concienciar sobre la crisis palestino-israelí. Demuestra el potencial educativo de la red.

- <http://www.food-force.com/index.php/game>

Programa gratuito creado por el Programa Mundial de Alimentos de la ONU. Demuestra el potencial educativo de la red.