
CAPÍTULO 91

“Los códigos de conducta elaborados por la industria para Internet: estado actual y perspectivas de futuro”

López Jiménez, David (Universidad de Sevilla)
dlopezjimenez@gmail.com
dlopez3@us.es

Resumen:

Aunque, inicialmente, se presentó la ausencia absoluta de regulación de la Red como la opción más acorde con su naturaleza anárquica original, alegando que el ciberespacio surgió en plena libertad, sin ordenación alguna, y así debería seguir, en la actualidad, tal tesis resulta manifiestamente insostenible. A lo largo de los últimos años, debido al mal uso dado a esta tecnología, se ha demostrado que la protección efectiva de la libertad y seguridad de Internet y, consecuentemente, la vigencia de la ética en tal canal, pasa por la necesaria ordenación del mismo. En definitiva, es necesaria una regulación, del legislador y de la propia industria, que sea garante tanto de los derechos de todos como de la eficacia del sistema, susceptible de imponer la observancia de valores éticos en la red de redes. Este último extremo resulta posible en virtud de los denominados códigos de conducta elaborados por la industria, que, a su vez, son objeto de fomento desde instancias supranacionales, comunitarias y estatales.

Palabras clave: autorregulación, códigos de conducta, ética, Internet, nuevas tecnologías.

Abstract:

Initially, it was presented the absolute absence of regulation of the network as the more appropriate option to its original anarchic nature, because the cyberspace emerged in full freedom and without any order. However, today's this situation is completely unsustainable. During the last years, due to the bad use given to this technology, it has been demonstrated that the effective protection of the freedom and the security in Internet and, consequently, the validity of the ethics in this sense, need to be ordered. Definitely, it's necessary a regulation made by the legislator and the industry itself, to guaranty the rights of all and the effectiveness of the system, and capable of imposing the observance of ethical values in the net of nets. This last point is possible under the codes of conduct developed by the industry, which are promoted from supranational bodies, the community and the state.

Keywords: self-regulation, codes of conduct, ethics, Internet, new technologies.

1. Introducción

Los avances tecnológicos en las telecomunicaciones han dado lugar a la llamada Sociedad de la Información, generada e implantada, inicialmente, en los países industrializados, si bien, a medio o largo plazo, su ámbito de extensión será global. Se trata de un modelo de sociedad en el que redes de comunicación de todo tipo permiten a los ciudadanos acceder a un enorme flujo de información, pero también emitirla. Internet,

constituido como conjunto de redes interconectadas entre sí, se manifiesta como el principal y más determinante protagonista de esta sociedad emergente.

Aunque, inicialmente, desde diversas instancias, se ha presentado la ausencia absoluta de regulación de la Red como la opción más acorde con su naturaleza anárquica original, alegando que el ciberespacio surgió en plena libertad, sin ordenación alguna, y así debería seguir, en la actualidad, tal tesis resulta manifiestamente insostenible. A lo largo de los últimos años, debido al mal uso dado a esta tecnología, se ha demostrado que la protección efectiva de la libertad y seguridad de Internet así como de todos los individuos que en él actúan, pasa por la necesaria ordenación del medio, una regulación que sea garante tanto de los derechos de todos como de la eficacia del sistema.

Las alternativas que se presentan como factibles para imponer una ordenación en el ciberespacio son muy variadas. Así, tanto el modelo clásico de heterorregulación – regulación por agentes externos a la Red-, como el menos extendido en otros ámbitos modelo de autorregulación -regulación desde dentro, por agentes internos de la Red-, presentan facetas útiles para acometer la tarea de la regulación.

La heterorregulación se evidencia como necesaria para garantizar la seguridad jurídica en la Red, cubriendo la protección de los derechos y libertades fundamentales de los ciudadanos en ella, la estabilidad del mercado, la vigilancia por el cumplimiento de la normativa y, en su caso, la imposición de sanciones a los transgresores de estas reglas. No obstante, la eficacia de este tipo de normas se ve disminuida debido al carácter transnacional del que participa el ciberespacio, lo que implica la relativa operatividad e, incluso, en ocasiones, la total inutilidad de este tipo de regulación para ordenar la Red en exclusiva.

La autorregulación supone el desplazamiento del ajuste normativo de la Red hacia la cbersociedad civil para su regulación ética, y se pone de manifiesto como una alternativa factible, siendo, de hecho, cada vez más difundida en la ordenación de la Red, sin perjuicio de que no hemos llegado a los niveles de uso que serían deseables. Son muchas las voces autorizadas que han expresado la necesidad de una adecuada promoción de la autorregulación como imprescindible complemento de las estructuras tradicionales para ordenar este nuevo medio y garantizar unos niveles elevados de seguridad jurídica y protección de los derechos de todas las partes implicadas. En virtud de este último fenómeno, son posibles los códigos de conducta en la Red que, dicho sea de paso, disciplinan numerosas cuestiones en relación a la misma. Conviene adelantar que son diversos los ámbitos de Internet en los que operan.

Como seguidamente veremos, existe una enorme multiplicidad de códigos de conducta en la Red. Ante la desmesurada profusión de los mismos, la opción más adecuada sería la armonización. Ahora bien, entre los factores que parecen impedir la armonización de los códigos de conducta destacan las diferencias legislativas y culturales que existen entre los diferentes Estados miembros.

2. Regulación o ausencia normativa de Internet

Entre las muchas arquitecturas posibles que Internet podría tener, nuestro objetivo vendrá básicamente determinado por demostrar que aquélla está evolucionando en un sentido muy preciso: de un espacio irregulable a otro regulable, dentro del que serán posibles diversas opciones.

Es cierto que la Red tuvo un origen, por lo que a la disciplina de la misma respecta, relativamente incierto, pues se polemizó sobre el particular. Por parte de algunos se reivindicó el espacio de libertad con el que la Red, en origen y destino, había sido creada (Ballarino, 1998; Torrani y Parise, 1998; Mantelero, 2004), pues entendían que Internet es un escenario diferente al real y libre por naturaleza, mientras que otros, por el contrario, argumentaron la imposibilidad de semejante opción (Burk, 1996; Edwards y Waelde, 1997; Hoeren, 1998; Reindl, 1998; Cerina, 1999; De Grazia, 1999; Stabile, 1999; Lessig, 2001; Nivarra y Ricciuto, 2002; Dreyzin de Klor, 2005; López Zamora, 2006; Carey, 2007). La realidad ha dado, afortunadamente, la razón a estos últimos.

Manifestamos el acierto de la alternativa finalmente impuesta, pues la permisibilidad de un espacio “sin ley” hubiera determinado una opción inadmisibles en la actualidad, ya que se convertiría en una suerte de ámbito donde la tolerancia de toda actitud, delictiva o no, daría origen a su presumible extinción. En efecto, de nada nos sirve la libertad si no existen unas “reglas de juego” que permitan ejercerla en su integridad. Libertad sin ley es sencillamente un canto al absurdo.

Tal como se ha puesto gráficamente de relieve, en el sentido de cuanto venimos exponiendo, Internet es un sueño para sus usuarios, pero una pesadilla para los prácticos del Derecho (Van Overstraeten, 1998; Calvo Caravaca y Carrascosa-González, 2002). Pasados nueve años, desde la aprobación de una de las normas nacionales esenciales en el ámbito de Internet –la Ley de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico de 2002-, podemos afirmar que el usuario se ha despertado de su sueño, pero la Red continúa siendo, en este sentido, una inquietud para los juristas.

Naturalmente, toda actividad social, como es Internet, debe ser, desde una perspectiva jurídica, regulada. En tal canal ha surgido un nuevo colectivo, la cibernsiedad, que requiere algún tipo de regulación, como también la precisa, aunque de carácter complementario, las múltiples y diversas actividades desarrolladas en la misma, pues la aprobada, al efecto, por parte del legislador, por su limitación intrínseca, es insuficiente.

En cualquier caso, no nos encontramos ante un problema nuevo, ya que, tradicionalmente, la legislación ha resuelto problemas de aplicación de las tecnologías, aunque, todo hay que decirlo, con cierto retraso, según éstas han ido suscitando nuevos problemas al cuerpo doctrinal legislativo. Tal inconveniente, inherente al propio procedimiento de elaboración de las normas, podría eludirse o, al menos, relativizarse de acudir a la figura de los códigos de conducta ideados en diferentes actividades que se desarrollan en la Red, pues tales normas, de origen convencional, fruto de la autorregulación, tienen un período de elaboración notablemente más corto y menos formalista que las normas legales, siendo, dicho sea de paso, su capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos notablemente mayor.

Indefectiblemente, Internet representa un reto para la forma tradicional en que las relaciones económicas y sociales son reguladas, ya que los límites territoriales se desintegran y el flujo internacional de información traspasa la soberanía nacional. Sin soberanía ni control los riesgos se multiplican. La inmensa mayoría del contenido de Internet está, por motivos informativos, de negocios o privados, en la Red y, aunque éstos pueden ser legales, como cualquier otra tecnología de la información, puede contener contenidos potencialmente perjudiciales (Núñez Luque, 1999).

En los orígenes de la Red uno de los mayores alicientes de la misma, y casi nos atrevemos a señalar que una condición sine qua non, estribaba, precisamente, en su carácter ácrata y libertario, al considerar que se actuaba en un espacio absolutamente libre sin ningún tipo de autoridad. Sin embargo, el tiempo ha puesto de manifiesto que la libertad mal entendida y no regulada, tanto en sus comienzos como en su desarrollo, puede dar lugar a las mayores vulneraciones de los derechos fundamentales imponiéndose, de este modo, como opción más recomendable la regulación –tanto por parte del legislador como de los propios agentes que interactúan en tal medio-, de Internet.

El anhelo de preservar la Red, como un espacio de libertad irreductible, forma parte del romanticismo de los primeros usuarios opuesto, en todo caso, a cualquier intervención pública. No obstante, en la práctica, la opción de no regulación, es inviable e, incluso, inexistente (Soria Bartolomé, 2000; Laguna de Paz, 2007). Internet representa un ámbito social y, como tal, debe ser regulado por el ordenamiento. Frente al desconcierto conceptual que pudo implicar en sus primeros momentos, lo cierto es que, como hemos manifestado, existen razones de peso suficientes que, como hemos adelantado, justifican la regulación de la Red. No es extraño, por tanto, que una actividad que nace en el sector privado, sin regulación de los poderes públicos, sea objeto de disciplina cuando alcanza interés social o económico. En este sentido, podría afirmarse que, a la postre, un espacio de no Derecho puede considerarse un área de falta de libertad (García-Trevijano, 1999).

Con base en la pretendida incapacidad de los ordenamientos jurídicos estatales para regular y controlar los intercambios transfronterizos de información por Internet así como para dar respuesta a diferentes conflictos de intereses planteados en la Red se han propuesto diversas soluciones. Así, por un lado, Johnson y Post (1996), se posicionan a favor de un sistema, al margen de las legislaciones, con normas propias para regular las transacciones virtuales y las relaciones surgidas a propósito de Internet, de forma que, por consiguiente, en gran medida, los sujetos involucrados en esta iniciativa son los actores que se interrelacionan, de una u otra forma, a través de la Red. Por otro, Price y Verhulst (1999), a pesar de que apoyan la aplicación a Internet en general, entienden que debe efectuarse en estrecha colaboración con los Estados que se adhieran al sistema, defendiendo que no puede ser una autorregulación pura, sino que, a su juicio, debe estar en estrecha colaboración con los sistemas legales formales.

Actualmente, prevalece la idea de que la autorregulación pura no es, precisamente, la más conveniente, siendo cada vez más respaldada la teoría de la pertinencia de la autorregulación mixta o corregulación cuyo éxito estriba en la estrecha colaboración con el Estado, ya sea para la creación de códigos de conducta o para la concesión de ciertas prerrogativas a aquellos que ostenten determinadas exigencias, ya sea para que aquél llegue a ser, en última instancia, la entidad encargada de resolver las controversias suscitadas en el ámbito de los sistemas de autorregulación.

En un entorno tan dinámico y cambiante, cuales son los medios electrónicos de comunicación a distancia, donde la capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, económicos o sociológicos es determinante, los códigos de conducta, como a continuación veremos, presentan ventajas muy significativas respecto a los cauces convencionales como, entre otras, son la rapidez de actuación, flexibilidad, vocación de integración y coordinación a nivel transnacional o supranacional, lo cual supone una vía de superación de los problemas que la globalidad y la falta de territorialidad de la Red plantean.

En definitiva, los códigos de conducta constituyen, en atención a sus bondades, un mecanismo regulador ciertamente exitoso de diferentes ámbitos de la actividad que se desarrollan en la Red. Así lo reconocen distintas instituciones comunitarias e internacionales en numerosos textos en los que, de manera expresa, la invocan a fin de fomentar el recurso a los mismos, pues, como a continuación veremos, representa la mejor opción para disciplinar ciertos escenarios dominados por diversas particularidades cuales, entre otras, son la complejidad técnica, la rápida obsolescencia, el carácter transnacional de la materia, etc. Estos últimos extremos como otros adicionales están presentes en Internet que demanda, como mejor opción reguladora, la aprobación de códigos de conducta en cuya elaboración intervengan los distintos agentes que sobre el particular interactúan.

Cuanto esbozamos ha sido compartido a nivel de Derecho comparado. Así, por ejemplo, en Francia, en un prestigioso informe del Consejo de Estado francés, aprobado el 2 de julio de 1998, se efectuaba una recomendación general de no creación de un Derecho específico para Internet –compartido, igualmente, por la doctrina (Costes, 1996; Tripodi, 2000; Comandé y Sica, 2001; Draetta, 2001; Menéndez Mato, 2005)- sino que lo acertado sería combinar una regulación estática mínima con la autorregulación de los propios actores –códigos de conducta-. En esta línea, se ha considerado, por parte de algunos, que la regulación del sector debe ser un mínimo indispensable que, si bien en ciertos campos debe ser más incisivo –así, por ejemplo, el ámbito criminal-, en otros, por el contrario, debe ser casi imperceptible –caso de Internet-.

3. Los códigos de conducta como paradigmas de mejores prácticas en Internet

3. 1. Concepto y caracteres

Los códigos de conducta son documentos que recogen una declaración de principios, de conductas exigidas y debidas, con una cierta presencia de la ética, que vinculan a los firmantes del mismo. El contenido de los mismos depende del sector en el que aprueban, pero la mayoría, como así acontece en el ámbito de Internet, establecen unas normas generales de comportamiento, así como modos alternativos de solución de controversias. Estos códigos de conducta pretenden ser un instrumento de autorregulación de las empresas y entidades públicas en sus relaciones con los usuarios, los ciudadanos, otras empresas y otras entidades públicas. En definitiva, el modo de comportamiento idóneo en las cuestiones disciplinadas por los mismos.

Las ventajas de estos códigos son muy numerosas, destacando, entre otras, la mayor implicación de los destinatarios de las normas en su elaboración, lo que aumenta la eficacia de las mismas. Se tiende a considerar las normas como propias, autoimpuestas y como absolutamente necesarias para el buen desarrollo y desenvolvimiento del medio en el que surjan, por lo que el cumplimiento espontáneo aumenta considerablemente con respecto a las normas heterorreguladas (impuestas por el legislador).

Las normas que se recogen en estos códigos suelen estar mucho más adaptadas al problema concreto que quieren solucionar, ya que la elaboración de los mismos se ha efectuado, precisamente, por las personas que se encuentran en una relación más cercana con la problemática a resolver.

La flexibilidad y la adaptación que ofrece la autorregulación se convierten en claras ventajas de los códigos de conducta frente a la legislación externa. En un entorno, tan dinámico y cambiante, como es Internet donde la capacidad de adaptación a los cambios

tecnológicos, económicos o sociológicos es determinante, los documentos que analizamos presentan una serie de ventajas respecto a los cauces convencionales de regulación y de resolución de controversias, tales como la rapidez de actuación y la flexibilidad, así como su vocación de integración y coordinación en el ámbito transnacional o supranacional, lo cual constituye una vía de superación de los problemas que la globalidad y la falta de territorialidad de la Red plantean para las legislaciones y tribunales nacionales. Todos estos aspectos son sumamente importantes para un adecuado desarrollo de todas las potencialidades y beneficios que ofrecen estos nuevos medios y los servicios ofrecidos a través de los mismos.

Los códigos de conducta deben gozar de credibilidad entre la industria y los consumidores, y, qué duda cabe, la sociedad en general. Esta credibilidad vendrá determinada por la eficacia que demuestren como instrumento de resolución de controversias y de promoción de elevados niveles de corrección ética. Por todo ello, uno de los principales motivos por el que las empresas se acogen a estos códigos radica en generar confianza en el público al que van dirigidos, elemento de capital importancia.

A este último respecto, cabe poner de manifiesto que la forma más frecuente de integración de la ética en la nueva gestión de la empresa está siendo su incorporación y formalización en diversos documentos escritos que algunos autores incluyen bajo el término de declaraciones éticas corporativas (Melé, Debeljuh y Arruda, 2006). Podemos afirmar que el fundamento de los códigos de conducta es de carácter ético. En este sentido, debemos señalar que con la expresión códigos de conducta suele hacerse alusión, tanto en el ámbito académico como en el campo estrictamente empresarial, a aquellos documentos específicos y formalizados normalmente por escrito, que contienen los principios o reglas que guían las actuaciones éticas de la firma (Morato García, 2006).

Por consiguiente, las empresas que se adhieran al sistema deben poder mostrar a sus eventuales clientes que pertenecen al mismo, de forma que el internauta conozca el sistema de protección de los derechos e intereses del usuario que se pone a su servicio. Es preciso que exista un mecanismo de acreditación de la adhesión al código de conducta, de forma que sean identificadas las empresas comprometidas activamente en su sostenimiento y desarrollo. Este mecanismo varía dependiendo del código de conducta y del ámbito empresarial o de carácter asociativo en el que nos desenvolvamos. En general, la circunstancia que es objeto de examen se acreditará mediante la exhibición, en un lugar visible del sitio Web, por parte de la empresa signataria del código de conducta en cuestión, del correspondiente sello de confianza acreditativo de la adhesión de la empresa al mismo.

Igualmente, los códigos de conducta en Internet sirven como concienciación pública, ya que, además de recoger los imperativos legales, incluyen un conjunto de recomendaciones de buenas prácticas. Así, hace al público consciente de los problemas y estimula un debate para designar responsabilidades. Asimismo, en las organizaciones internacionales, estas normas permiten armonizar legislaciones o criterios divergentes existentes (o ausentes, en su caso) en los países individuales.

En consecuencia, las principales preocupaciones de los usuarios de Internet, la seguridad y privacidad de las transacciones, sólo se podrán mitigar con la existencia de unos estándares de calidad a nivel mundial, tal y como se ha demostrado en los estudios empíricos realizados, como el de Portz (2001). Como paso previo a estos estándares, han aparecido los códigos de conducta, que son de aplicación voluntaria, imponen pautas, no mandatos, son certificables por una tercera parte independiente y suelen tener las siguientes

características, entre otras: elaboración por consenso; conocimiento público; concreción del contenido; presencia de consideraciones de índole ético; y definición del ámbito de aplicación. Las particularidades de Internet, como entorno operacional distante y desconocido por gran parte de los consumidores y empresarios, acrecientan las bondades de este tipo de acreditaciones, especialmente en aquellas organizaciones que ostenten una marca desconocida en entornos fuera de línea o realicen operaciones más sensibles.

En nuestro entorno más inmediato, el de la Unión Europea, el legislador comunitario pretende fomentar la figura de los códigos de conducta en varias Directivas, como, entre otras muchas, la 95/46/CE, de 24 de octubre de 1995, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de los datos personales; la Directiva 2002/58/CE sobre tratamiento de datos personales y protección de la intimidad en las comunicaciones electrónicas; y la Directiva 2000/31/CE, de 8 de junio, sobre el comercio electrónico. También el legislador español, generalmente a impulsos del comunitario, ha actuado de la misma manera tratando de promover la creación de códigos de conducta y consecuente adhesión por parte de las empresas que operan en Internet.

El texto, que en nuestro caso será un código de conducta, en el que finalmente se plasmen los acuerdos alcanzados entre los colectivos representados no deberá ser ni excesivamente casuístico ni demasiado amplio, sino ser incardinable en una postura intermedia. Por un lado, no ha de ser demasiado detallado en su articulado, pues tal aspecto, inevitablemente, determinaría su pronta inutilidad, ya que, insistimos, el simple transcurso del tiempo será causa de la superación de cuanto se haya regulado en atención, por ejemplo, a una concreta tecnología. Por otro lado, la redacción excesivamente amplia y ambigua tampoco resulta demasiado recomendable, pues, lejos de alcanzar el resultado pretendido, daría lugar a un efecto no querido e, incluso, contrario: la falta de concreción y de detalle generaría una probable sensación de inseguridad jurídica, planteándose, entre otros aspectos, la duda de si una concreta actividad podría entrar dentro del supuesto de hecho enunciado en el texto adoptado.

La actuación, en cualquier ámbito, ligada, de otra forma, a las nuevas tecnologías debe ser especialmente cauta. En efecto, toda actuación legal, ordenadora de una determinada materia, vinculada a las nuevas tecnologías que, en ciertos supuestos, serán particularmente novedosas cuya evolución es fugaz e imprevisible denotando, las más de las veces, la inevitable obsolescencia en un, relativamente, breve espacio temporal – convirtiéndose, de este modo, lo que, en origen, era una tecnología pionera en un descubrimiento del pasado- ha de ser extremadamente prudente. A nuestro juicio, el legislador o, en nuestro caso, redactor del código de conducta, deberá tener en consideración las matizaciones antes referenciadas de que el texto finalmente adoptado no debe estar redactado ni en términos excesivamente amplios ni sumamente detallados o, por decirlo de otra forma, si se nos permite la expresión, cuasireglamentarios.

Por otro lado, el texto que finalmente se refleje en el código de conducta debe contar con la aquiescencia, y consecuentemente ser fruto del consenso, de todos los agentes que, de una u otra forma, interactúan en la materia regulada. Tal labor no será, ni mucho menos, sencilla, pues lograr un texto de consenso con el que, de alguna manera, todos se sientan identificados supondrá tener que dialogar hasta alcanzar un documento de aquiescencia que a todas las partes satisfaga.

Respecto a las materias concretas sobre las que podrán aprobarse códigos de conducta reguladores de diferentes actividades desarrolladas en la Red, cabe determinar que

son muy numerosas. Así, por ejemplo, entre las mismas, podemos citar los buscadores, los chats, las actividades de consumo en general, el comercio electrónico, protección de los menores de edad, juego virtual, proveedores de servicios de Internet, banca electrónica, resolución extrajudicial de conflictos en relación a los nombres de dominio, ámbito sanitario, teleformación y la Web 2.0 en general –redes sociales, blogs y wikis-. En cuanto a cada una de las categorías enunciadas, se han puesto algunos ejemplos sobre el particular enumerando ciertas iniciativas aprobadas en tal sentido. De todo ello puede tomarse conciencia en el cuadro que a continuación consta.

Documento de referencia	Ámbitos específicos susceptibles de regulación	Denominación comercial	
Códigos de conducta en Internet y asimilables **	Buscadores electrónicos	Código de conducta <i>de Freiwillige</i> Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (Alemania) sobre motores de búsqueda	
	Chats	Código de conducta <i>de Freiwillige</i> Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (Alemania) sobre proveedores de chats	
	Consumo en general	Códigos de buenas prácticas de la Comunidad de Madrid –distintos sectores-	
	Contratación electrónica		Aenor
			Agace
			Confianza Online
			Ebtrust
			E-Confia
			Euro-Label
			E-Web
			Iqua
			Optima Web
			PACE
	Privacidad		TrustUK
			WebtraderUK
			ACP (Asociación APEP)
			<i>Better Business Bureau</i> *
			Euro-Prise
			Guardian Ecommerce
			MMA Global
	Menores en Internet		Privacidad y confidencialidad de KPMG *
			TRUSTe*
	Juego Virtual		Internet <i>Content Rating Association</i> (ICRA)
			eCogra
			European Gaming and Betting Association
			GamCare
	Proveedores de servicios de Internet		International Gaming Council
			ISPA UK
	Banca Electrónica		Código bancario relativo a los sistemas de pago electrónico
	Resolución extrajudicial de conflictos		Política Uniforme de Resolución de Conflictos de Nombres de Dominio
	Sanitario		Agencia de Calidad Sanitaria de Andalucía
			HONcode
			Organización Médica Colegial (OMC)
Proyecto de Webs Médicas de Calidad (PWMC)			
Web de Interés Sanitario (WIS)			
Teleformación (E-Learning)		Web Médica Acreditada (WMA)	
		Aefol	
Web 2.0		Código de conducta de <i>Freiwillige</i> Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (Alemania) para comunidades sociales	
		Código de conducta de MSN, Windows Live y otros servicios equiparables	
		Código de conducta de Search Mapas	
		Código de conducta de Soapbox	
		Código de conducta para bloggers (Tim O'Reilly)	

3.2. La armonización de los códigos de conducta como propuesta idónea de futuro

Vistas las ventajas que tales instrumentos de autorregulación suponen, en materia de Internet, existen barreras que imposibilitan la efectiva aplicación y consolidación de los mismos. Una de ellas es, precisamente, la disparidad de los numerosos códigos de conducta actualmente existentes. Por otro lado, pero también consecuencia de tal fenómeno, debemos destacar, a pesar de las medidas de fomento efectuadas por el legislador, la falta de adhesión generalizada a los mismos.

Para evitar tales consecuencias altamente desfavorables, debería fomentarse la armonización de los códigos de los que nos venimos ocupando, pues, ente otros efectos, se evitaría la aparición de diferentes documentos dispersos con el riesgo de crear confusión e inseguridad tanto en los propios internautas como en el mismo mercado.

Por el momento, puede apreciarse que la existencia de multitud de códigos de conducta vigentes, en el ámbito de Internet, genera competencia entre los mismos. La credibilidad que aquéllos sean capaces de generar ante consumidores y gobiernos será decisiva para calibrar sus posibilidades de desarrollo y triunfar en el proceso de selección que tenga lugar.

Un instrumento que podría reducir tanto la desconfianza del consumidor y/o usuario en el ámbito de Internet como minimizar los riesgos que hemos apuntado pasa por la creación de un sello único europeo fundado en un código de conducta de alcance comunitario. En la actualidad, con la excepción del código de conducta Euro-Label (que, dicho sea de paso, no acaba de consolidarse), no existe una marca única europea especializada. De hecho, la creación de una marca de confianza europea es uno de los reclamos que el Parlamento Europeo solicita a la Comisión en la Resolución, de 21 de junio de 2007, sobre la confianza de los consumidores en un entorno digital. A tal efecto, dispone que, una vez que se hayan suprimido los obstáculos a la integración del sector minorista del mercado interior, la Comisión valore la posibilidad de establecer una definición de las condiciones así como un logotipo para una marca de confianza europea a fin de garantizar una mayor seguridad en Internet.

Aunque lo deseable sería que se creara un único código de conducta con un solo sello de confianza para Internet –sin perjuicio de la existencia del código de conducta europeo que, por múltiples factores, no termina de consolidarse-, lamentablemente, no parece que sea la opción que se imponga, pues, a nuestro juicio, en torno a cada sistema de autorregulación subsisten intereses de índole económica que son claros obstáculos hacia la creación de un único sello de calidad europeo.

Es, por ello, que la segunda mejor opción posible en toda la problemática que planteamos viene determinada por la homogeneidad de contenidos de los diferentes códigos éticos. Aun así, a pesar de las bondades que la armonización de los sistemas de autorregulación en materia de comercio electrónico comporta, para su efectiva consecución hemos de ser conscientes que deberán vencerse ciertos obstáculos. La enumeración de las adversidades que habrán de salvarse únicamente pretende ser un reflejo parcial de las que existen y, por consiguiente, no puede ser conceptualizada como agotadora de los eventuales inconvenientes que, en cuanto a la armonización, podrán plantearse.

En primer término, existen una gran diversidad de empresas que realizan operaciones en Internet, si bien las áreas de la actividad económica en las que las mismas

pueden incardinarse son ciertamente diversas entre sí, lo cual supone que cualquier instrumento de autorregulación en Internet debe tener en consideración tales particularidades. En otras palabras, deben necesariamente tenerse en cuenta las especialidades del ámbito de actuación de la empresa afectada. Así, por ejemplo, en materia de privacidad las medidas de seguridad que, sobre el particular, se adopten deberán ser muy elevadas en empresas de índole sanitaria por la enorme importancia de los datos personales que serán objeto de tratamiento.

Con el contexto que planteamos queremos poner de relieve la necesidad de que la armonización de los sistemas de autorregulación en Internet deberá tener presente la diversidad de actividades que realizan las empresas que operan en tal canal. Tales notas diferenciales habrán de ser, en primer término, identificadas para, posteriormente, exigirse su presencia en los presupuestos que conformen los requisitos mínimos de los sistemas de autorregulación.

En segundo lugar, es una realidad que la diversidad cultural y legislativa constituye un importante handicap por lo que a la armonización se refiere. Sin embargo, en el espacio europeo la tendencia debería ser la contraria. En efecto, la vigencia del principio de libre circulación de personas, bienes y servicios debería fomentar, entre otros aspectos, en el mejor de los casos, la creación de un único código de conducta en Internet, a nivel europeo –que, más bien, parece una utopía-, o, al menos, que se establecieran una serie de presupuestos mínimos –y, con ello, se alcanzase la homogeneidad de contenidos- cuyo cumplimiento fuera preciso respetar por parte de las empresas que pretendieran operar en la Red.

Cuando hacemos alusión a la necesidad de establecer unos mínimos en materia de Internet nos referimos a que se ponga en práctica una actuación similar a la operada, a nivel español, con el distintivo público de confianza en línea, pero extrapolándolo al ámbito europeo. En este sentido, si tal manifestación se convirtiera en realidad, cabría, como efecto derivado, la posibilidad de que sólo las empresas promotoras que cumpliesen, en los códigos que gestionan, con las obligaciones mínimas establecidas para la concesión del distintivo público europeo pudieran incorporar, junto a la imagen de su propio sello de confianza, la imagen o logotipo de contar con el reconocimiento europeo.

4. Referencias bibliográficas

- BALLARINO, T. (1998) *Internet nel mondo della legge*. Cedam. Padova.
- BURK, D. L. (1996) “Federalism in Cyberspace”. *Connecticut Law Review*, Vol. 28, pp. 1095-1136.
- CALVO CARAVACA, A. L. y CARRASCOSA GONZÁLEZ, J. (2002) *Conflictos de leyes y conflicto de jurisdicción en Internet*. Colex. Madrid.
- CAREY, P. (2007) *Media Law*. 4ª edición. Thomson. Londres.
- CERINA, P. (1999) “Il problema della legge applicabile e della giurisdizione”. En TOSI, E. (Dir.) *I Problema Giuridice di Internet*. Giuffrè. Milán.
- COMANDÉ, G. y SICA, S. (2001) *Il commercio elettronico. Profili giuridici*. Giappichelli. Torino.
- COSTES, L. (1996) “Les contornes encore incertains dela future “société de l’information”. *International Business Law Journal*, Vol. 4, pp. 421-434.
- DE GRAZIA, L. M. (1999) “Il giurista ed Internet: ovvero come é possibile passare dalle interconnessioni tra informatica, telematica e diritto al rudo del guirista nella regolamentazione di Internet”. En BRUGALETTA, F. y LANDOLFI, F. M. *Il diritto nel*

cyberspazio (tendeze, testi e protagonista nel web giuridico italiano (1998/1999). Edizioni Simona. Nápoles.

DRAETTA, U. (2001) *Internet e commercio elettronico nel diritto internazionale dei privati*. Giuffrè. Milán.

DREYZIN DE KLOR, A. (2005) "Derecho aplicable al comercio electrónico". *Revista Sequencia*, núm. 50, pp. 273-299.

EDWARDS, L. y WAELDE, C. (1997) *Law and the Internet, regulating Cyberspace*. Hart Publishing. Oxford.

GARCÍA-TREVIJANO GARNICA, E. (1999) "¿Es aplicable la responsabilidad administrativa por la denegación para operar en Internet, del registro de un nombre de dominio de DNS de segundo nivel bajo "es"?". *Revista de Administración Pública*, núm. 149, pp. 311-320.

HOEREN, T. (1998) "Internet und Recht - Neue Paradigmen des Informationsrechts (Internet and Law - new paradigms of the information technology law)". *Neue Juristische Wochenschrift*, Vol. 51, pp. 2849-2854.

JOHNSON, D. R. y POST, D. G. (1996) "Law and Borders: The Rise of Law in Cyberspace". *Stanford Law Review*, Vol. 48, pp. 1367-1376.

LAGUNA DE PAZ, J. C. (2007) *Telecomunicaciones: regulación y mercado*. 2ª edición. Thomson Aranzadi. Navarra.

LESSIG, L. (2001) *El código y otras leyes del ciberespacio*. Taurus. Madrid.

LÓPEZ ZAMORA, P. (2006) "Deontología y autorregulación en el ciberespacio". Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.

MANTELERO, A. (2004) *Attività di impresa in Internet e tutela della persona*. Cedam, Padova.

MELÉ, D. DEBELJUH, P. y ARRUDA, C. (2006) "Corporate Ethical Policies in large Corporations in Argentina, Brazil and Spain". *Journal of Business Ethics*, Vol. 63, núm. 1, pp. 21-38.

MENÉNDEZ MATO, J. C. (2005) *El contrato vía Internet*. Bosch. Barcelona.

MORATO GARCÍA, R. (2006) "La intervención de los códigos de comportamiento ético en el régimen disciplinario empresarial". En XVI Congreso Iberoamericano de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social, Lisboa.

NIVARRA, L. y RICCIUTO, V. (2002) *Internet e il diritto dei privati*, Giappichelli Editore, Torino.

NÚÑEZ LUQUE, I. (1999) "¿Quién teme a Internet?, reflexiones acerca de su gobierno y jurisdicción". En CREMADES, J. (Coord.), *La liberalización de las telecomunicaciones en el mundo global*. La Ley y Ministerio de Fomento. Madrid.

PORTZ, K. S. (2001) "The effect of WebTrust on the perceived trustworthiness of a Web site and the utilization of Electronic Commerce". Tesis doctoral. University of Nebraska.

PRICE, M. E. y VERHULST, S. (1999) "The concept of Self-Regulation and the Internet". En WALTERMANN, J. y MACHILL, M. (Eds.), *Protecting our children on the Internet, Towards a new culture of responsibility*. Bertelsmann Foundation Publishers Gütersloh. Alemania.

REINDL, A. P. (1998) "Choosing Law in Cyberspace: Copyrights Conflicts on Global Networks". *Michigan Journal of International Law*, Vol. 19, núm. 3, pp. 799-871.

SORIA BARTOLOMÉ, B. (2000) "Internet: ¿anarquía contemporánea u orden medieval?". *REDETI: Revista de derecho de las telecomunicaciones e infraestructuras en la Red*, núm. 3, pp. 173-176.

STABILE, S. (1999) "La publicita nel cyberspace fra Business, etica e autodisciplina". En VACCÁ, C. (Dir.), *Il Commercio Elettronico. Il documento digitale, Internet, la publicita on line*. Egea. Milán.

-
- TORRANI, O. y PARISE, S. (1998) *Internet e diritto*. Giuffrè. Milán.
- TRIPODI, E. M. (2000) “Divagazioni giuridiche in tema di commercio elettronico”. *Il Corriere Giuridico*, pp. 1385-1398.
- VAN OVERSTRAETEN, T. (1998) “Droit applicable et juridiction compétente sur Internet”. *Revue de Droit des Affaires Internationales*, núm. 3, pp. 373-398.