

LICEO FRANCISCANO  
Núm 226 (Enero-Junio 2026), pp. 151-170  
ISSN 0211-4011  
e-ISSN 2530-917X  
D.L. C755-2003

## *Filosofía y Pensamiento*

### **ÉTICA E PRIVACIDADE FAMILIAR NA ERA DA INTELIXENCIA ARTIFICIAL**

→ Martín Carbajo-Núñez\*

\* Pontificia Università Antonianum  
ISTM, Alfonsianum  
FST - University of San Diego (USA)  
mcarbajon@gmail.com

## ÉTICA E PRIVACIDADE FAMILIAR NA ERA DA INTELIXENCIA ARTIFICIAL

### RESUMO

A progresiva expansión da intelixencia artificial está a transformar o fogar nun obxecto de interese económico e de intrusión tecnolóxica. Dispositivos deseñados para facilitar a vida familiar, como electrodomésticos, vehículos, sensores e asistentes dixitais, están a converter os espazos máis íntimos do fogar en valiosas fontes de datos para as lóxicas do mercado. A protección da privacidade familiar, e especialmente salvagádaa do interese superior do menor, debe prevalecer sobre calquera suposto beneficio informativo ou interese comercial. De feito, cando se vulnera a privacidade, o ser humano redúcese a un mero obxecto.

Na primeira parte, expoñeremos algunhas conclusións sobre a privacidade familiar derivadas do noso estudo de sesenta e cinco códigos deontolóxicos xornalísticos de corenta e dous países europeos. Analizaremos tamén os desafíos que a intelixencia artificial expón á privacidade no ámbito familiar (cap. 2) e na vida dos menores (cap. 3), para finalmente propoñer estratexias que permitan afrontar devanditos desafíos (cap. 4).

**Palabras chave:** Privacidade/Intimidade, familia, Menores, Intelixencia Artificial, Códigos deontolóxicos.

### ABSTRACT

The progressive expansion of artificial intelligence is transforming the home into an object of economic interest and technological intrusion. Devices designed to facilitate family life, such as household appliances, vehicles, sensors, and digital assistants are turning the most intimate spaces of the home into valuable data sources for market logics. Protecting family privacy, and especially safeguarding the best interests of the child, must take precedence over any supposed informational benefit or commercial interest. In fact, when privacy is violated, the human being is reduced to a mere object.

In the first part, we will outline some conclusions on family privacy from our studies of sixty five national codes of journalistic ethics, drafted and adopted by journalists in forty-two European countries. We will then examine the challenges that AI poses to privacy within the family (ch. 2) and in the lives of minors (ch. 3), and finally propose strategies to address these challenges (ch. 4).

**Keywords:** Privacy, family, minors, artificial intelligence, codes of ethics

---

Recibido/Received: 04/08/2025

Aceptado/Accepted: 03/11/2025

A nosa sociedade dixital avanzou notablemente na valoración e protección da intimidade persoal, pero propiciou tamén o exhibicionismo e a mercantilización do ámbito íntimo. Hoxe, “na comunicación dixital quérese amosar todo e cada individuo devén obxecto de olladas que furgan, ispen e divulgan, frecuentemente de maneira anónima”<sup>1</sup>. Deste xeito, “o dereito á intimidade” deixa de existir, o respecto ao outro esbórrase e todo se converte nunha especie de espectáculo (FT 42).

Cando se vulnera a intimidade, o ser humano queda reducido a un mero obxecto<sup>2</sup>. A intelixencia artificial (IA) xerativa está a condicionar aínda máis o modo en que cada persoa expresa a súa interioridade e o xeito en que se informa sobre a intimidade allea. Neste novo contexto, precisamos recuperar a capacidade de abraio e veneración ante o “misterio sagrado” de cada ser humano (FT 277), recoñecéndolle “o dereito a ser el mesmo e a ser diferente” (FT 218), e amándoo “coma se no mundo non existise ningún máis ca el” (FT 193).

153

A comercialización de datos persoais é hoxe unha das industrias máis lucrativas<sup>3</sup>. As pegadas dixitais que a persoa deixa involuntariamente en calquera actividade cotiá, xa sexa comercial ou lúdica, son recompiladas de forma automática e almacenadas por tempo indefinido. A partir desa in-

---

<sup>1</sup> Francisco, *Fratelli tutti*. Carta encíclica sobre a fraternidade e a amizade social (3.10.2020), [FT], 42, en AAS 112 (2020) 969-1074. Usaremos a palabra “intimidade” para referirnos a dúas dimensións: unha profunda e outra máis externa. A primeira alude ao núcleo do individuo, ao seu misterio persoal, ao seu ser máis íntimo. A segunda — que tamén chamaremos “privacidade” — é máis espacial que psicolóxica, e refírese ao ámbito que a persoa reserva para si mesma e que só comparte cos máis achegados.

<sup>2</sup> Desenvolvemos este tema en diversas publicacións, por exemplo: Carbajo-Núñez Martín, “Intimidad y comunicación. Bases filosófico-teolóxicas para un encontro en autenticidad”, en *Antonianaum* 82 (2007) 637-675; Id., “Informazione e Diritto all’Intimità. Una prospettiva cristiana”, en *Frontiere* 8 (2011) 129-147; Id., “El espectáculo de la intimidad. Raíces históricas de la comunicación centrada en el yo”, en *El Ágora USB* 12/2 (2012) 449-534; Id., “L’attenzione alla soggettività e l’appello alla coscienza nei codici deontologici del giornalismo europeo”, in Amarante Alfonso Vincenzo, ed., *Fedeli alla chensosi del Redentore. Scritti in onore di Sabatino Majorano*, EDB, Bologna 2014, 129-143; Id., *La fraternidad universal. Raíces franciscanas de Fratelli tutti*, Efarantzazu, Vitoria-Gasteiz 2022, cap. 5.

<sup>3</sup> Feldman Dan - Haber Eldar, “Measuring and protecting privacy in the Always-on era”, en *Berkeley Technology Law Journal* 5 (2020) 197-249.