

**Presentación de la Comisionada Edith Ramírez
Encuentro de la Red Iberoamericana de Protección de Datos
Ciudad de México, México
29 de Septiembre de 2010**

Equilibrio Entre la Protección de Datos y el Comercio Internacional

Muy buenas tardes. Primero que nada, quiero agradecer al Instituto Federal de Acceso a la Información por su cordial invitación a este evento tan importante, y a la Comisionada por su muy generosa introducción.

Para los que no conocen a la Comisión Federal de Comercio (FTC), somos la agencia nacional de protección al consumidor en los Estados Unidos. Una de nuestras prioridades más altas es la privacidad.¹

Pasando al tema de esta sesión, quisiera hablar sobre futuros mecanismos para fortalecer la privacidad a la par con el comercio internacional, una meta que fue mencionada en la Declaración de Madrid del Foro Iberoamericano del 2005. En mi opinión, el equilibrio apropiado puede ayudar a fomentar a ambos. Sin protecciones efectivas a la privacidad, el comercio ha de sufrir. Y sin comercio vibrante y dinámico, la economía y los consumidores sufriran.

De hecho, al menos dos de los marcos líderes internacionales de privacidad – los Lineamientos de Privacidad de la OCDE y el Marco de Privacidad del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (o APEC) – son basados en forma explícita en las metas duales de fortalecer la privacidad y los flujos comerciales de datos.

¹Mis comentarios reflejan mi opinión y no la opinión de la Comisión, ni la de ningún otro Comisionado.

Los puntos específicos que quiero compartir con ustedes hoy día se relacionan a dos actividades dentro de la labor extensa de la FTC en el área de la privacidad: primero, un proceso de re-examinación sobre los enfoques a la privacidad del consumidor, y segundo, nuestra labor sobre privacidad dentro del marco del Foro APEC.

I. Re-Examinación de la Protección de la Privacidad del Consumidor en los Estados Unidos

Hace casi un año, la FTC se embarcó en una re-examinación fundamental sobre nuestros enfoques a la privacidad en virtud de tecnologías y prácticas comerciales emergentes. Este esfuerzo incluyó varias jornadas de consulta pública. Más de cien representantes de industria, consumidores, académicos, expertos en tecnología, y otros se pronunciaron sobre los desafíos de permitir el desarrollo de la tecnología y el comercio sin interferir en la protección adecuada de la privacidad.

Esperamos publicar un reporte sobre estos desafíos hacia fines de este año, y someter dicho reporte al comentario público. Entre tanto, comparto con ustedes en forma preliminar los conceptos mayores en los que la FTC se enfocará.

A. Examinación de modelos actuales de protección a la privacidad

Por más de una década, la FTC se ha enfocado en el área de la privacidad en dos formas diferentes. Primero, a través del modelo de prácticas informáticas basadas en lo que llamamos "notice and choice" o "aviso y elección", y luego a través de un modelo basado en perjuicios, enfocado en daños económicos como el robo de identidad.

Además de evaluar la efectividad de estos dos enfoques, una pregunta básica en nuestro proceso fue si estos modelos se han mantenido corrientes con los desarrollos en tecnología informática y modelos comerciales que han alterado en forma dramática el campo de la

privacidad. A pesar que ambos enfoques han contribuido en forma positiva a la protección de la privacidad en varios contextos, muchos participantes en nuestras mesas redondas identificaron limitaciones importantes.

El modelo basado en "aviso y elección," por ejemplo, ha impuesto una obligación muy alta sobre los consumidores de leer y entender políticas de privacidad bastante complejas, y de tomar decisiones informadas y razonables sobre la colección y uso de sus datos.

Por otro lado, el modelo basado en daños se enfoca demasiado en perjuicios económicos y no suficientemente en daños intangibles como, por ejemplo, la revelación de datos sensibles. Este modelo es también principalmente reactivo, remediando daños después de que ocurren, en vez de incorporar medidas preventivas que pudieran guiar la colección y uso de la información.

Desarrollos tecnológicos, así como el surgimiento de nuevos servicios y modelos comerciales han puesto estos enfoques a prueba. La expansión dramática de redes sociales y servicios móviles, avances en publicidad en línea basada en el comportamiento (o "behavioral advertising"), aumentos enormes en el procesamiento de datos, y la computación de nube (o "cloud computing"), son algunos de los desarrollos recientes con ramificaciones extensas para la privacidad del consumidor. Estos factores llevan a preguntas importantes:

Por ejemplo: ¿Es razonable suponer que los consumidores leerán largas políticas de privacidad en aparatos móviles pequeños?

Por otro lado: ¿Cómo podremos obtener el consentimiento informado del consumidor bajo modelos comerciales complejos y en cambio constante, en los cuales mucha información sobre consumidores puede utilizarse en formas inesperadas por compañías que el consumidor ni sabe que existen?

B. Posibles alternativas futuras en protección de la privacidad

Considerando estos temas complejos ya planteados, el próximo paso será el delinear una estrategia eficiente y equilibrada. Anticipo que nuestro reporte tratará de proponer alternativas, incluyendo por ejemplo los siguientes temas:

- La integración de las protecciones de privacidad y seguridad de datos en los sistemas y tecnologías en forma inicial y como parte integral del modelo comercial de las compañías;
- La simplificación de opciones del consumidor y la eliminación de obligaciones que no dan utilidad práctica a los consumidores o empresas; y
- El aumento de transparencia sobre las prácticas comerciales de datos.

Al considerar estas medidas, tenemos presentes los beneficios que se han hecho posibles a través de la economía de información. Los consumidores reciben beneficios importantes de contenido y servicios electrónicos, mucho de los cuales son gratuitos debido a la publicidad electrónica. La política debe reconocer la relación simbiótica que existe entre las protecciones de la privacidad, los avances tecnológicos, el intercambio libre de información, y por supuesto, el comercio.

Ahora quisiera elaborar sobre estos temas.

(1) Integrar la privacidad en las prácticas comerciales

Primero, varios miembros del público resaltaron la importancia de que las compañías integren medidas de privacidad y seguridad de datos desde su inicio y en sus prácticas cotidianas. La FTC está explorando los mecanismos para estimular estas prácticas, y cómo comparar los costos y beneficios de dichos mecanismos.

Fundamentalmente, el aumentar la confianza del consumidor en las empresas a través de prácticas razonables de privacidad y seguridad de datos puede solo llevar al incremento del comercio, independientemente de cualquier requerimiento legal.

(2) Simplificar la elección

La FTC también está contemplando cómo simplificar las elecciones sobre privacidad que son presentadas a los consumidores. Una manera de hacerlo sería el reconocer que los consumidores no necesitan ejercer su opción por prácticas que ellos anticipan. Por ejemplo, el consumidor naturalmente supone que un vendedor en línea compartirá su dirección con la entidad a cargo de enviar el producto adquirido. Entonces, si se elimina esta opción el consumidor podría enfocarse en las opciones que realmente le importan, y en los usos de datos que no anticiparía en un tipo de transacción. Simplificar el proceso de elección también reduciría las cargas a la empresa. La FTC está considerando cómo definir estos tipos de prácticas comerciales comúnmente anticipadas.

La FTC también está explorando – en casos necesarios – como hacer que las elecciones de privacidad del consumidor tengan más significado. Por ejemplo, en vez de presentar opciones en una política de privacidad muy extensa, podría ser más efectivo presentarlas cuando el consumidor está dando su información o contratando con una compañía, lo que llamamos "just in time". También podría ser mejor el presentar las opciones con más consistencia, para que los consumidores puedan entenderlas mejor, y compararlas con las políticas de privacidad de otras compañías.

(3) Mejorar la transparencia

Por otra parte, la FTC está considerando cómo incrementar la transparencia sobre prácticas comerciales de datos y presentará métodos para mejorar la información presentada en

políticas de privacidad. Una opción sería la de utilizar términos o formatos uniformes. Políticas de privacidad que sean más claras y uniformes podrían permitir que el consumidor compare las protecciones ofrecidas por distintas compañías y quizás podrá elevar la competencia en base a prácticas de privacidad.

Como mencioné, vamos a someter nuestro reporte al comentario público y agradeceremos recibir las opiniones y sugerencias de los distinguidos participantes de este encuentro.

II. Privacidad en el Marco del APEC

Quisiera ahora pasar a mi segundo tema: el trabajo de la FTC sobre privacidad en APEC. Como mencioné, el Marco de Privacidad de APEC reconoce específicamente la importancia de proteger la privacidad y de promover el movimiento transfronterizo de información. Estas metas duales son fundamentales para dos iniciativas de APEC que quiero mencionar brevemente.

A. Normas de privacidad de APEC

En el 2007, APEC creó un proyecto formal para desarrollar un marco autoregulatorio empresarial para transferir datos a través de la región APEC bajo protecciones de privacidad más armonizadas, y consistentes con los Principios de Privacidad de APEC.

Estas normas continúan siendo elaboradas. De hecho, hace dos semanas fue la última ronda de reuniones del Subgrupo de Privacidad de Datos de APEC en Sendai, Japón, donde continuamos nuestra labor sobre estas normas. Me da un gran placer el reportar progresos importantes hacia nuestra meta de comenzar la implementación a principios del 2012.

Bajo el sistema propuesto, compañías que quieren participar aplicarían a un "agente de responsabilidad" reconocido por APEC – el cual podría ser una organización de marca de confianza, firma de contabilidad, o en algunas economías de APEC, una entidad pública como la

autoridad de protección de datos. Este agente examinaría las políticas y prácticas de privacidad considerando las normas internacionales de APEC, y certificaría a la compañía. Pueden pensar en esto como un sello de privacidad de APEC.

Una vez que el sistema este funcionando, creemos que tiene un potencial enorme para proveer un marco para transferencias de datos dentro de la región APEC que sea responsable y eficiente.

De hecho, todos los interesados en este sistema podrán beneficiarse si es establecido en forma apropiada. Los consumidores podrán beneficiarse porque estarán lidiando con organizaciones responsables que han optado por un régimen riguroso que también incluye procedimientos efectivos de resolución de disputas. Las compañías se podrán beneficiar porque el sistema incrementa la uniformidad. Y las autoridades, como la FTC, podrán beneficiarse porque un eficiente sistema autoregulatorio, junto con sistemas efectivos fiscalizadores de respaldo, podrán mejorar su efectividad general. Esto me trae a mi último tema: la cooperación en la fiscalización.

B. Cooperación sobre fiscalización en APEC

El sistema de normas internacionales de APEC esta siendo diseñado para incluir requerimientos claramente articulados, un mecanismo para examinar a las compañías participantes, y mecanismos efectivos de quejas y resolución de disputas dentro de los componentes autoregulatorios. El sistema también incluirá respaldo gubernamental de fiscalización, incluyendo en casos transfronterizos.

Para proveer ese respaldo, APEC desarrolló un convenio multilateral cooperativo de fiscalización en el cual todas las autoridades de privacidad de datos de las economías miembro pueden participar. Este convenio cooperativo se llama "Convenio Internacional de Fiscalización

de Privacidad". Entró en vigor este julio pasado y ya tiene cinco agencias de protección de datos participantes, incluyendo la FTC y Comisionados de privacidad de Australia, Nueva Zelanda, Hong Kong y Canadá. Anticipamos que la lista crecerá, especialmente una vez que el sistema de normas internacionales esté operativo.

También es importante aclarar que el Convenio Internacional no es limitado a la fiscalización de las normas de APEC; fue intencionalmente diseñado para proveer un marco de cooperación sobre cualquier caso relacionado a la privacidad. Por eso anhelamos utilizarlo aún antes de que las normas de APEC entren en vigencia.

Por último, la cooperación internacional de fiscalización no se limita a APEC. En marzo del 2010, once autoridades de privacidad de varios países lanzaron una red informal llamada la "Red Global de Fiscalización de Privacidad" o GPEN para estimular el intercambio de información sobre temas de fiscalización de privacidad y facilitar la cooperación bilateral en casos específicos.

GPEN es abierto a toda autoridad de privacidad en el mundo y creo que algunas autoridades presentes aquí calificarían para participar si no lo han hecho todavía. No hace falta decir que en vista a las realidades del comercio moderno, más y más de nuestros casos incluyen componentes globales. Por eso, su éxito dependerá cada vez más en la ayuda y cooperación de nuestros colegas extranjeros.

Agradezco mucho su atención y anhelo podamos seguir nuestro diálogo y cooperación en estos temas que tanto afectan a los consumidores de nuestros países.