

Original: Inglés

Respuesta de Estados Unidos al cuestionario sobre PRIVACIDAD

TEMA

La capacidad de Internet para facilitar la recopilación, el uso y la transmisión de información puede plantear desafíos a la privacidad personal. Si se quiere que las personas se sientan cómodas al momento de hacer negocios en línea y que Internet y el comercio electrónico prosperen, es fundamental garantizar la privacidad personal en el ambiente en red.

ANTECEDENTES

Al llevar noticias e información a las personas a nivel mundial y así permitirles comunicarse entre sí con mayor libertad, Internet y otras redes electrónicas cumplen una función democratizadora. De igual forma, estas tecnologías permiten tanto a los gobiernos como al sector privado transmitir, procesar y almacenar enormes cantidades de información sobre las personas. Estas capacidades se tornan cada vez más esenciales para que los gobiernos funcionen con eficacia y los negocios operen con eficiencia. No obstante, al utilizar estas redes, las personas aportan detalles de sus vidas. En los últimos años, Estados Unidos y otras naciones han venido trabajando cada vez con mayor ahínco en distintas formas de garantizar la protección de la privacidad de los datos. El desafío reside en alcanzar un equilibrio entre los valores en competencia: el derecho de los particulares a la privacidad y el libre flujo de información entre las naciones y entre los mismos individuos.

Tradicionalmente, Estados Unidos ha adoptado un enfoque sectorial ante la privacidad que descansa en una mezcla de legislaciones, reglamentos y autorregulación del sector privado (como códigos de conducta y políticas corporativas). Con la publicación del documento *Un marco de referencia para el comercio electrónico mundial* en julio de 1997, el gobierno estadounidense enfatizó la importancia de la protección de la privacidad y alentó al liderazgo del sector privado a establecer regímenes de autorregulación eficaces. Desde julio de 1997, el gobierno ha trabajado con el sector privado para fomentar el desarrollo y la adopción de estos enfoques. El Presidente encomendó al Secretario de Comercio y el Director de la OMB la tarea de asegurar la determinación de este sistema de autorregulación.

El *Primer informe anual del Grupo de Trabajo del gobierno estadounidense sobre comercio electrónico*, publicado en noviembre de 1998, reseña el progreso alcanzado en la puesta en marcha de protecciones eficaces y ubicuas de la privacidad basadas en la autorregulación.

Original: Inglés

Las empresas estadounidenses han emprendido un conjunto de acciones para hacer frente a esta cuestión:

- La *Online Privacy Alliance* (OPA) ha dado a conocer sus “Lineamientos sobre políticas eficaces de privacidad”, en los cuales detalla una serie de políticas dirigidas a proteger información personal en un ambiente en línea o de comercio electrónico. La OPA también publicó lineamientos para una observancia eficaz, en lo que constituye un marco de referencia para velar por la protección de la privacidad en el ciberespacio. Al sumarse a la OPA, toda asociación se compromete a adherir a la declaración de misión de la Alianza: (1) adoptar y dar a conocer lineamientos sobre la privacidad que sean compatibles con los lineamientos de la Alianza y apropiados para la membresía de la asociación, y (2) participar en mecanismos de autorregulación adecuados para las asociaciones en línea. Toda asociación podrá utilizar a su discreción un sello u otro programa externo de cumplimiento de la autorregulación.

Los miembros de la Alianza representan una amplia gama de sectores industriales, entre ellos la alta tecnología, las telecomunicaciones, servicios financieros, proveedores de servicios en línea y de Internet, servicios de bases de datos, ventas al detal, espectáculos, mercadeo y publicidad. Los lineamientos que rigen las políticas de privacidad ente los miembros de la Alianza tienen que ver con la recolección, el uso y la divulgación de información personal, selección, seguridad de los datos, calidad de los datos y acceso a los mismos. La Alianza adoptó también una política especial relativa a la notificación de los padres con el fin de proteger la privacidad de los niños en línea. El marco de observancia contiene los criterios para la definición de un programa confiable de sellos de privacidad que se utilizaría para advertir a los consumidores sobre la política de privacidad de un determinado sitio en la red. Los programas de sellos que serán utilizados por los miembros de la Alianza deben estar acordes con los principios de privacidad adoptados por la Alianza.

- El “Better Business Bureau” está llevando adelante un programa de sellos de autorregulación sobre la privacidad a través de su subsidiaria BBOOnLin. El programa de privacidad de BBOOnLine confiere un sello a las empresas que den a conocer sus políticas de principios de privacidad que incluyan ciertos principios; la institución también participa en la solución de diferencias, supervisa el cumplimiento de las normas mediante prácticas de evaluación e impone sanciones a los infractores.
- El “TRUSTe Privacy Program” ofrece un “sello de confianza”, un símbolo impreso en línea que significa que ese sitio en la red ha adquirido el compromiso de dar a conocer sus prácticas de privacidad mediante la publicación de una declaración sobre privacidad que está respaldada por el proceso de aseguramiento de TRUSTe. El sitio en la red conviene en divulgar las prácticas de manejo de información en la declaración de privacidad, mostrar el sello de confianza y adherir a las prácticas de privacidad anunciadas. El programa también estipula la participación en las

Original: Inglés

revisiones de cumplimiento ejecutadas por auditores oficiales de TRUSTe, Coopers & Lybrand y KPMG Peat Marwick.

- La comunidad técnica de Internet ha concluido un trabajo sobre las especificaciones de una serie de tecnologías para facultar a los consumidores para proteger la privacidad en línea. Estas tecnologías determinan las preferencias de privacidad de los consumidores y las comunican automáticamente a los operadores de los sitios en la Red. Se requerirá de más tiempo para llevar al mercado las aplicaciones basadas en estas especificaciones, pero ayudarán a las personas, compañías y organizaciones de autorregulación en la protección de la privacidad.

En el transcurso del próximo año, el Departamento de Comercio pondrá en práctica compromisos adoptados por la Online Privacy Alliance y otros grupos; igualmente, supervisará la difusión de una autorregulación eficaz a otras compañías que hacen negocios en línea. Si bien los enfoques del sector privado que están siendo instrumentados son promisorios, los compromisos de lograr una autorregulación eficiente y efectiva deben traducirse en acciones concretas. Si se pretende que la autorregulación funcione, estos esfuerzos deben ampliarse.

El 31 marzo 1999, IBM anunció que limitará su publicidad a aquellos sitios de la red que publiquen una declaración clara sobre su política de privacidad. El Secretario de Comercio, Richard Daley, hizo un reconocimiento a este resuelto mensaje que implica el desafío de IBM e instó a otras empresas a seguir la iniciativa de IBM y restringir sus publicidades a aquellas páginas que publiquen sus respectivas políticas de privacidad, incluida una notificación sobre el tipo de información solicitada y cómo la misma es utilizada, una oportunidad para que el consumidor escoja cómo será utilizada su información, una garantía de que los datos estarán seguros, una oportunidad de acceso razonable a los datos y mecanismos de tramitación de los reclamos de los consumidores.

La *Ley sobre la Comisión de Libre Comercio* (FTC) prohíbe la comisión de hechos y prácticas desleales y engañosas. Mediante esta ley, la FTC ha podido actuar en contra de incumplimientos de una política de privacidad anunciada por tratarse de acciones engañosas y confusas que violan la ley. Además, la FTC ha solicitado comentarios sobre una propuesta de norma para poner en práctica la *Ley de protección de la privacidad de los menores en línea* de 1998. Esta ley prohíbe a las empresas recaudar información de menores sin el previo consentimiento de los padres, entre otras medidas. La FTC continúa supervisando el desarrollo de los esfuerzos de autorregulación de la industria en materia de privacidad en línea para los adultos.

En el ámbito internacional, el gobierno de Estados Unidos ha asegurado un acuerdo con el Japón sobre el enfoque liderizado por el sector privado ante la protección de la privacidad en línea que también cuenta con el respaldo del U.S.-Japan Business Dialogue. El Transatlantic Business Dialogue favorece este enfoque; igualmente, grupos de la industria en Europa y el Japón han manifestado su interés en trabajar con la industria

Original: Inglés

estadounidense para llevar a la práctica un enfoque común sobre la autorregulación de la privacidad.

El gobierno estadounidense también ha trabajado activamente en el contexto de la OCDE para formular una política de privacidad internacional. Este trabajo ha significado, entre otras cosas, una participación activa en el taller sobre privacidad celebrado en febrero de 1998 y en la Declaración Ministerial de Ottawa sobre Privacidad, en la cual se reconoce una multiplicidad de enfoques ante la privacidad, incluidos los enfoques liderizados por el sector privado, y la continua necesidad de construir puentes entre los distintos enfoques sobre la privacidad.