



Índice de Responsabilidad Corporativa 2015

El Índice de Responsabilidad Corporativa 2015 de Ranking Digital Rights evalúa los compromisos, políticas y prácticas que afectan la libertad de expresión y privacidad de los usuarios de 16 de las empresas de internet y telecomunicaciones más poderosas del mundo.

NOVIEMBRE 2015

Desarrollado y producido en asociación con



Reconocimientos

Personal de Ranking Digital Rights:

Rebecca MacKinnon, Directora

Allon Bar, Coordinador de Investigación y Especialista en Derechos Humanos

Priya Kumar, Analista de Investigación

Tim Libert, Pasante Open Technology Fund

Para una lista completa de todas las personas que contribuyeron con las investigaciones para este Índice, por favor visita

rankingdigitalrights.org/who/affiliates.

El Índice de Responsabilidad Corporativa 2015, además de la investigación metodológica y las consultas de los interesados llevadas a cabo por el proyecto Ranking Digital Rights desde 2013, tuvo el apoyo de los siguientes patrocinadores:

- John D. and Catherine T. MacArthur Foundation
- John S. and James L. Knight Foundation (2014 Knight News Challenge)
- Ford Foundation
- Open Society Foundations
- The William and Flora Hewlett Foundation
- The Shuttleworth Foundation (Flash Grant)
- Media Democracy Fund
- Hivos People Unlimited
- Global Engagement Fund (Provost's Office, 2013), University of Pennsylvania
- Internews Center for Innovation and Learning

Para una lista completa de socios institucionales, por favor visita el sitio web del proyecto en rankingdigitalrights.org/who/partners.

Acerca de Ranking Digital Rights

Ranking Digital Rights es una iniciativa sin fines de lucro del instituto Open Technology de New America en Washington D.C. que trabaja con una red internacional de socios para promover un mayor respeto por la libertad de expresión y privacidad, centrándose en las políticas y prácticas de empresas en el sector de tecnología de la información y las comunicaciones (TIC). Para mayor información, por favor visita rankingdigitalrights.org.

Acerca de Sustainalytics

Con su sede central en Ámsterdam, Sustainalytics es una empresa independiente de investigación ambiental, social y de gobierno (ASG) y gobierno corporativo, de calificación y análisis que financia inversionistas en todo el mundo con desarrollo e implementación de estrategias de inversión responsable. Con 13 oficinas en todo el mundo, Sustainalytics se asocia con inversionistas institucionales que integran información y evaluaciones ambiental, social y gubernamentales a sus procesos de inversión. Hoy, la empresa tiene un personal de 230 miembros, incluidos más de 120 analistas con variada experiencia multidisciplinaria en más de 40 sectores. En los tres últimos años, Sustainalytics ha sido nombrada como la mejor empresa independiente de investigación de inversión responsable en la encuesta de iRRi de Extel de inversionistas institucionales. Para mayor información, visita sustainalytics.com.

Indice

Resumen ejecutivo	4
	4
1. INTRODUCCIÓN	6
1.1 Qué y por qué	6
1.2 Nuestro enfoque	9
2. HALLAZGOS CLAVES	11
2.1 La mala noticia	12
2.2 La buena noticia	14
3. RECOMENDACIONES	16
3.1 Para empresas	16
3.2 Para gobiernos	18
3.3 Para todos los demás: personas, defensores, activistas, inversionistas e investigadores	18
4. ANÁLISIS DE CATEGORÍA	20
4.1 Compromiso	20
4.2 Libertad de expresión	22
4.3 Privacidad	27

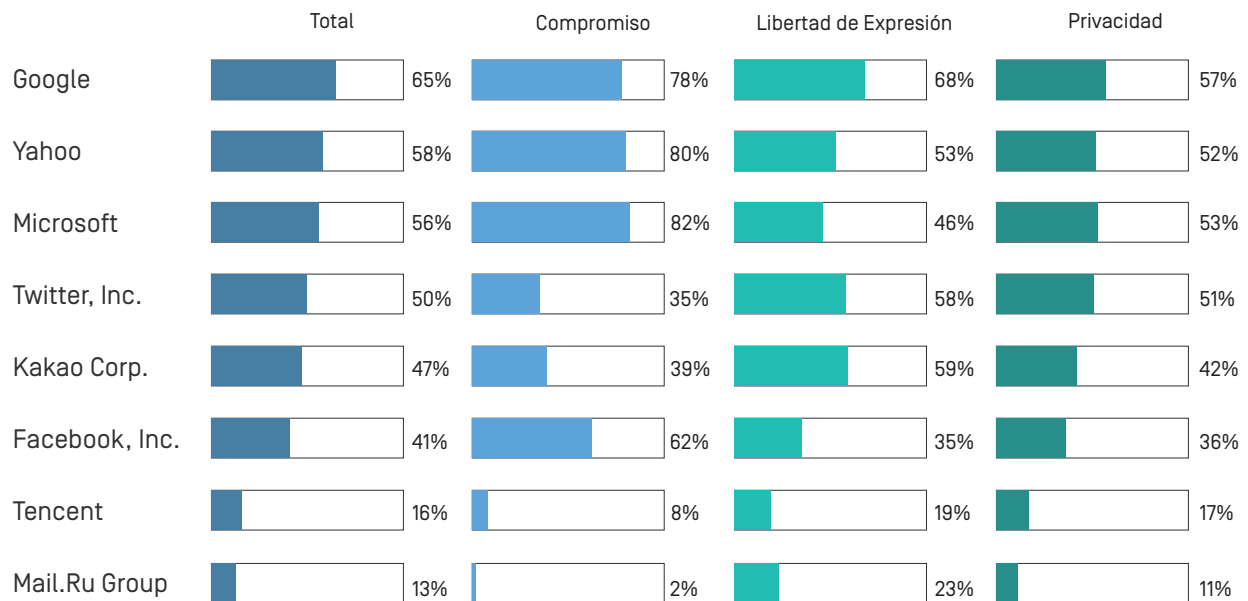
5. Informes de Empresas	32
5.1 Empresas de Internet	33
Facebook, Inc	33
Google	35
Kakao Corp.	37
Mail.ru Group	39
Microsoft	41
Tencent	43
Twitter, Inc	45
Yahoo	47
5.2 Empresas de telecomunicaciones	49
América Móvil	49
AT&T	51
Axiata	54
Bharti Airtel	56
Etisalat	59
MTN	61
Orange	64
Vodafone	67
6. APÉNDICE	70
6.1. Metodología	70
6.2. Cuadro de resultados de empresas por indicador	76

ÍNDICE DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

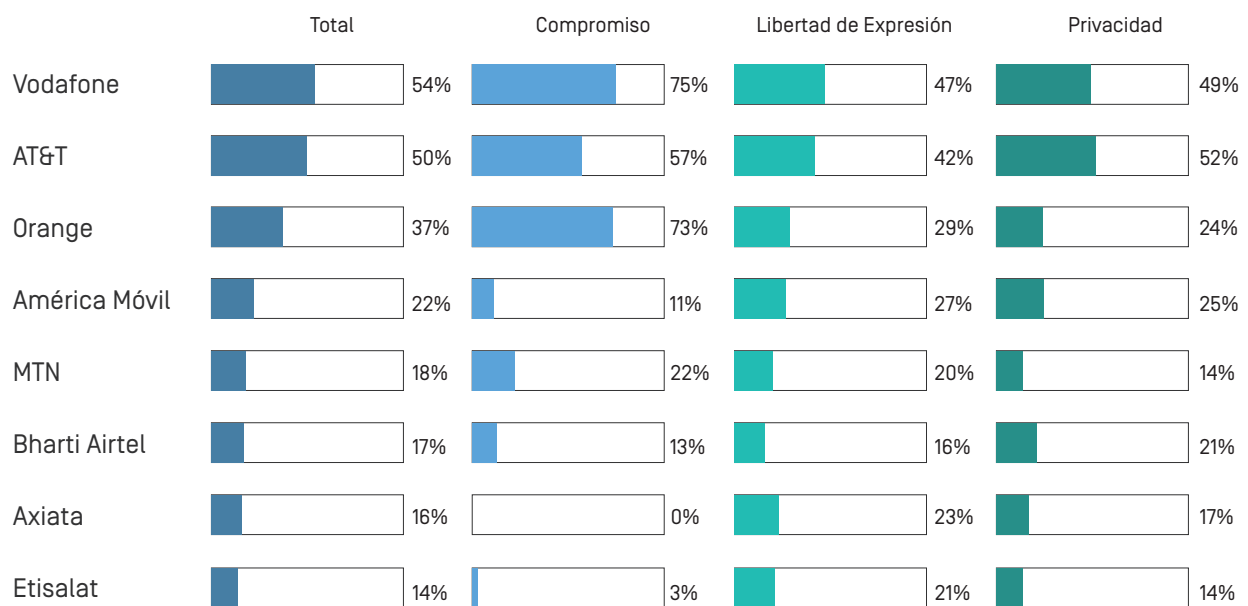
Resultados generales para empresas de Internet y telecomunicaciones

Los resultados se calcularon a partir de 31 indicadores en tres categorías: compromiso, libertad de expresión y privacidad.

EMPRESAS DE INTERNET



EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES



RESUMEN EJECUTIVO

El primer Índice de Responsabilidad Corporativa 2015 de Ranking Digital Rights evalúa a 16 de las empresas de internet y telecomunicaciones más poderosas del mundo en sus compromisos, políticas y prácticas que afectan la libertad de expresión y privacidad de los usuarios.

Al abrir la puerta a una mayor transparencia corporativa y escrutinio público de prácticas de negocios, el Índice exhorta a las empresas a hacer un mejor trabajo de respetar los derechos de sus usuarios alrededor del mundo.

Para ver resultados detallados, descargar información y acceder a recursos, noticias y actualizaciones relacionados, por favor visita: rankingdigitalrights.org

Puntos destacados

No hay “ganadores”. Hasta las empresas líderes están incumpliendo

De modo generalizado, las empresas deben mejorar la revelación de sus políticas y prácticas que afectan la libertad de expresión y privacidad de los usuarios, así como su compromiso con esos derechos humanos.

- Solamente seis empresas obtuvieron por lo menos el 50 por ciento del puntaje total posible. El puntaje más alto fue solamente de 65 por ciento.
- Nueve empresas obtuvieron al menos el 30 por ciento, el umbral mínimo para que las empresas demuestren intentos significativos de respeto a los derechos de los usuarios.
- Siete empresas –casi la mitad– obtuvieron entre 13 y 22 por ciento, lo que muestra un grave déficit de respeto a la libertad de expresión y privacidad de los usuarios.

Los usuarios permanecen ajenos a las prácticas de muchas empresas que afectan la libertad de expresión y la privacidad.

- Ninguna empresa en el Índice brinda a sus usuarios información suficientemente clara, completa y accesible sobre prácticas que afectan la libertad de expresión y la privacidad. Estas prácticas incluyen el manejo que hace la empresa de la información del usuario, la aplicación de los términos de servicio y las solicitudes gubernamentales y de privados

para restringir contenido o compartir información del usuario. Sin esa información, es difícil hacer que las empresas, gobiernos y otros actores asuman responsabilidad cuando se restringen los derechos de los usuarios.

- **La revelación de recopilación, intercambio y retención de información del usuario es escasa.** Ni las empresas que tratan de publicar esa información logran comunicar claramente a los usuarios qué información recopilan sobre ellos, con quién la intercambian, bajo qué circunstancias y por cuánto tiempo conservan la información.
- **La revelación de procesos privados y autoregulatorio es mínima y ambigua en el mejor de los casos, y a menudo no existe.** Pocas empresas revelan información sobre solicitudes de terceros privados para retirar o restringir contenido o intercambiar información del usuario –incluso cuando esas solicitudes llegan con una orden judicial o citatorio, o se hacen según procesos legales establecidos como un sistema de “notificación y retiro” de derechos de autor. Incluso menos empresas revelan cualquier información sobre si –y menos de cómo– reciben o responden a solicitudes privadas o informales. Además, ninguna empresa del Índice revela información alguna sobre las acciones que tomadas para aplicar sus términos de servicio.
- **En algunos casos, las leyes y regulaciones actuales hacen que sea más difícil para las empresas respetar la libertad de expresión y la privacidad.** Sin embargo, todavía hay acciones que las empresas pueden tomar para mejorar. Todas las empresas clasificadas enfrentan algún requisito legal o regulatorio que dificulta su desempeño en algunos indicadores. Por ejemplo, las leyes en muchos países prohíben a las empresas revelar solicitudes gubernamentales relacionadas con seguridad nacional. Algunas empresas enfrentan más obstáculos políticos, legales y regulatorios internos que otras para respetar los derechos de los usuarios, porque los marcos políticos y legales de algunos países son menos compatibles con los parámetros estándares de derechos humanos. No obstante, hemos identificado maneras en que todas las empresas pueden mejorar su desempeño, incluso sin cambiar su entorno político, legal y regulatorio.

También hay buenas noticias:

- **Cada una de las empresas del Índice están haciendo algo bien.** Todas las empresas que hemos evaluado tienen vigentes al menos algunas prácticas y/o políticas que ayudan a proteger la libertad de expresión o la privacidad.
- **Los “informes de transparencia” se están convirtiendo en práctica habitual.** Nueve de las 16 empresas clasificadas publican algo de información sobre solicitudes que reciben de gobiernos o de privados para intercambiar o compartir información del usuario, y/o para retirar o bloquear contenido, desactivar cuentas o negar acceso al servicio.
- **Siete de las empresas (cerca de la mitad) han respaldado sus compromisos de libertad de expresión y privacidad revelando las medidas concretas que han tomado para implementar esos compromisos.** Tales medidas incluyen capacitación de los trabajadores y mecanismos de denuncia, supervisión interna y procesos de responsabilidad, así como evaluación de impacto en derechos humanos.

Recomendaciones claves para las empresas:

Basados en nuestros hallazgos, hemos elaborado un conjunto de pasos prácticos e inmediatos que las empresas pueden dar para respetar mejor la libertad de expresión y la privacidad de sus usuarios, lo que estimula la confianza del usuario y gana seguridad en el usuario de inversionistas responsables.

- **Revelar y comunicar información que todos los interesados puedan entender, no solamente los reguladores de telecomunicaciones o especialistas en políticas de internet.** Algunas empresas afirman que cumplen con la ley pero brindan poca o ninguna información sobre cómo el cumplimiento afecta a los usuarios. Las empresas deben revelar información de manera accesible y fácil de usar para que las personas entiendan los posibles riesgos que puedan enfrentar.
- **Comunicar claramente a los usuarios qué pasa con su información.** Si alguien va a crear un expediente o “archivo” del usuario basado en la información que la empresa tiene sobre ese usuario, ¿cómo sería? Para que los usuarios sepan la respuesta a esa pregunta, las empresas deben revelar suficiente información acerca de la información que recopilan, cómo la usan, cuánto tiempo la conservan, con quién la intercambian y bajo qué circunstancias la intercambian.
- **Demostrar un compromiso creíble con la seguridad.** Las empresas deben brindar evidencia de que

mantienen los estándares de encriptación y seguridad del sector, de que instruyen a los usuarios sobre posibles amenazas y de que revelan información básica sobre sus prácticas de seguridad, incluido si se da seguimiento al acceso de los trabajadores a la información del usuario y si la empresa realiza auditorías de seguridad.

- **Ser debidamente diligente para entender y abordar el impacto de productos, servicios y operaciones de negocios sobre derechos de los usuarios.** Las empresas que toman con seriedad el respeto de los derechos humanos de los usuarios necesitan llevar a cabo frecuentes evaluaciones del impacto que examinan los posibles riesgos a la libertad de expresión y la privacidad. Para ser creíbles, la calidad y alcance de estas evaluaciones deben ser verificadas por una organización multilateral independiente comprometida con los principios de derechos humanos.
- **Brindar evidencia concreta de que la empresa ha institucionalizado sus compromisos.** Aunque es importante que las principales empresas demuestren fuertes compromisos personales con los derechos de los usuarios, es más importante que esos compromisos estén claramente institucionalizados. De otra manera, los inversionistas y otros interesados no tienen cómo saber si las prácticas cambiarán o seguirán siendo las mismas después de que las personas dejen la empresa.
- **Establecer mecanismos efectivos de reclamo y solución.** Las empresas deben desarrollar canales para que los usuarios y otras partes afectadas presenten reclamos si sienten que se ha violado su libertad de expresión y/o su privacidad en relación con el uso del servicio de la empresa. Las empresas también deben desarrollar procesos concretos para responder y solucionar esos reclamos.

Todos debemos defender cambios legales y regulatorios que permitan que las empresas respeten la libertad de expresión y la privacidad de los usuarios. Todos –empresas, activistas de la sociedad civil, inversionistas responsables y dirigentes– deben defender el cambio. Solamente se logrará una total responsabilidad corporativa cuando también se haga responsables a los gobiernos. Debemos trabajar juntos para elaborar normas legales, regulatorias y corporativas que hagan que sea posible proteger y respetar los derechos humanos.

Se puede y descargar ver la información comparativa de los resultados de las empresas, incluida información para cada empresa e indicador [rankingdigitalrights.org](https://www.rankdigitalrights.org).

INTRODUCTION

El Índice de Responsabilidad Corporativa 2015 de Ranking Digital Rights evalúa los compromisos, políticas y prácticas que afectan la libertad de expresión y privacidad de los usuarios de 16 de las empresas de internet y telecomunicaciones más poderosas del mundo.

Las empresas clasificadas en este Índice afectan colectivamente la vida de miles de millones de personas en todo el mundo. Cada vez más, la gente depende de internet y de servicios de telecomunicaciones para muchos aspectos de su vida diaria, incluidas actividades cívicas, políticas y religiosas. Los servicios que estas empresas ofrecen conectan y fortalecen a las personas de manera nunca antes vista, pero también pueden ser mal utilizados para mermar la libertad de expresión y la privacidad.

Las empresas están perdiendo la confianza de público. Según una reciente encuesta de Gallup, solamente dos de diez estadounidenses dijeron que “han perdido mucha confianza en que las empresas con las que hacen negocios frecuentemente hacen negocio mantengan segura su información personal”¹ En una encuesta de 2014 a usuarios de internet en 24 países encargada por el Centro para la Innovación de Gobierno Internacional, el 74 por ciento de los encuestados dijo que “están preocupados por el seguimiento de las empresas a la actividad en línea y la posterior venta de la información personal”² La pérdida de confianza representa un riesgo material para los negocios de las empresas.

Al mismo tiempo, la sociedad entrega un complejo grupo de expectativas y responsabilidades a estas empresas: queremos que sean innovadoras, que hagan la vida más fácil y más placentera, y que ayuden a que nuestras actividades económicas y de negocios sean más eficientes. Queremos que funcionen de manera tal que apoyen la seguridad pública, la protección infantil y la seguridad nacional. Sin embargo, al hacerlo, las empresas enfrentan pedidos gubernamentales y de otros para facilitar la censura y la vigilancia.

Como todos los demás negocios, las empresas en este Índice, y el sector de tecnología que representan, comparten una **responsabilidad de respetar los derechos humanos**³. La libertad de expresión y la privacidad son derechos garantizados en marcos internacionales claves de derechos

1. John Fleming y Daniela Yu, “Los consumidores dudan que su información personal está a salvo”, Diario de Negocios Gallup, 11 de marzo de 2015, <http://www.gallup.com/businessjournal/181904/consumers-doubt-personal-info-safe.aspx>.
2. Centro para la Innovación de Gobierno Internacional & IPSOS, CIGI- Ipsos Encuesta Global sobre Seguridad y Confianza de Internet, <https://www.cigionline.org/internet-survey>.
3. Oficina de Derechos Humanos de Naciones Unidas del Alto Comisionado, **Principios Rectores en Negocios y Derechos Humanos**, HR/PUB/11/04 (2011), http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf.

humanos, incluidos la Declaración Universal de Derechos Humanos y el Convenio Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

La comunidad internacional ha afirmado que estos derechos deberían extenderse al ámbito digital⁴. Con la evaluación y comparación de los compromisos, políticas y revelaciones de las empresas sobre prácticas que impactan la libertad de expresión y la privacidad de los usuarios, el Índice de Responsabilidad Corporativa busca:

- Ayudar a las empresas a entender qué cambios deben hacer para demostrar creíblemente respeto a los derechos humanos;
- Proporcionar información y criterios a usuarios individuales, inversionistas, defensores de la sociedad civil y gobiernos para tomar decisiones sobre opciones, estrategias y posiciones de políticas;
- Identificar qué factores legales y políticos específicos evitan o impiden a las empresas respetar los derechos humanos de los usuarios.

Esta sección introductoria repasa cómo las operaciones de negocios de las empresas de internet y telecomunicaciones afectan los derechos de libertad de expresión y privacidad de los usuarios. Basándonos en parámetros establecidos internacionalmente para negocios y derechos humanos, explicamos el rol que esperamos que las empresas tengan en la atenuación de esos riesgos. También sentamos las bases para los indicadores con los cuales hemos evaluado a las empresas. Luego la sección concluye con una descripción general de la metodología usada para evaluar un grupo de 16 empresas.

1.1 Qué y por qué

Las empresas de internet y telecomunicaciones normalmente emprenden las siguientes acciones, que afectan la libertad de expresión y privacidad de sus usuarios:

- Retirar, bloquear o restringir de alguna manera el contenido que los usuarios publican o difunden;
- Bloquear o suprimir comunicaciones de algunas personas;

4. Naciones Unidas, Resolución del Consejo de Derechos Humanos, Promoción, Protección y Disfrute de Derechos Humanos en internet, A/HRC/RES/20/8 (16 de julio de 2012), http://ap.ohchr.org/documents/dpage_e.aspx?si=A/HRC/RES/20/8.

- Suprimir o restringir de alguna manera servicio a grupos de personas dentro de una zona o región específica (por ejemplo, ciudad, país);
- Intercambiar información de los usuarios con terceros;
- Recopilar y retener información del usuario.

Las empresas pueden tomar esas acciones por diferentes razones:

- **Solicitudes de gubernamentales:** Alrededor del mundo, autoridades gubernamentales y tribunales piden a las empresas que emprendan acciones que afectan la libertad de expresión y privacidad de los usuarios. Hay muchas razones legales para tales solicitudes. Por ejemplo, los gobiernos pueden pedir a las empresas que ayuden a identificar a usuarios individuales como parte de una investigación criminal, o para restringir contenido en línea que infringe leyes locales. Sin embargo, cuando las autoridades abusan del poder del gobierno para hacer esos pedidos se puede tener como resultados violaciones a los derechos humanos: censura de opiniones diferentes, bloqueo de canales de comunicación o procesamiento, persecución y hasta muerte de personas que se comprometen en discursos y actividades según sus derechos humanos fundamentales.⁵

Ciertamente, la libertad de expresión y privacidad son solamente dos de muchos derechos a los que los ciudadanos y la tecnología dan mucha importancia. Integrar los objetivos esenciales de la libertad de expresión, privacidad, responsabilidad y seguridad no es una tarea fácil para las empresas o los gobiernos. Según normas internacionales de derechos humanos, se espera que los gobiernos protejan los derechos humanos, y se espera que las empresas respeten esos derechos.⁶ Aunque en realidad, las empresas en todos los países donde las personas usan internet y dispositivos móviles reciben solicitudes que discutiblemente van más allá de lo que se considera “necesario y proporcionado” para lograr otros fines legítimos, y que por lo tanto violan derechos humanos fundamentales.⁷

5. Declaración Universal de Derechos Humanos, Naciones Unidas (1948). <http://www.un.org/en/documents/udhr/index.shtml> y Convenio Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos, Asamblea General de Naciones Unidas (1976). <http://www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/ccpr.aspx>.

6. Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Negocios y Derechos Humanos, *op. cit.*

7. “Principios 3, 4, and 5: Necesidad, Idoneidad y Proporcionalidad” en “Antecedentes y Análisis Legal de Respaldo”, *Principios Internacionales sobre Aplicación de Derechos Humanos a Vigilancia de Comunicaciones* (mayo de 2014). <https://en.necessaryandproportionate.org/LegalAnalysis/principles-3-4-and-5-necessity-adequacy-proportionality>.

Responsabilidad del intermediario –cuando la ley responsabiliza a las empresas por las acciones y discursos de los usuarios– crea desafíos para las empresas que están comprometidas a respetar los derechos de los usuarios.⁸ A menudo se responsabiliza a las empresas que funcionan bajo leyes de responsabilidad estrictas o ambiguas, ya sea explícita o implícitamente, de controlar discurso de odio o evitar actividad terrorista en circunstancias donde la ley no define clara o estrictamente esos discursos o actividades.

Los hallazgos de este Índice destacan cómo las leyes y regulaciones pueden impedir que las empresas lleven al máximo su respeto por los derechos de libertad de expresión y privacidad de los usuarios. Sin embargo, también hemos identificado maneras específicas con las que las empresas no son todo lo claras que deberían ser sobre cómo su cumplimiento de leyes y regulaciones pueden afectar la libertad de expresión y privacidad de los usuarios.

- **Solicitudes privadas:** Terceros privados – organizaciones o personas que no actúan en nombre de una entidad gubernamental– también piden a las empresas que lleven a cabo algunas o todas las acciones enumeradas arriba. Muchas solicitudes privadas se hacen como parte de procesos dispuestos o especificados por leyes de derechos de autor y de protección de menores. Otras solicitudes se hacen a las empresas a través de procesos extralegales, incluidos mecanismos de denuncia que las empresas crean para recibir solicitudes y reclamos sobre contenido o comportamiento del usuario.

El Índice identifica el punto hasta donde las empresas clasificadas informan a los usuarios sobre el alcance total de solicitudes privadas que reciben, además de si las empresas responden a esas solicitudes y cómo responden. Identificamos maneras específicas que las empresas pueden mejorar sus políticas y prácticas para fomentar mayor confianza en el usuario y demostrar que están poniendo todos sus esfuerzos para respetar los derechos de libertad de expresión y privacidad de los usuarios ante pedidos externos.

8. *Principios de Manila sobre Responsabilidad de los Intermediarios: Documento de referencia*. Manilapinciples.org, (mayo de 2015). https://www.eff.org/files/2015/07/08/manila_principles_background_paper.pdf.

- **Reglas y procesos de las empresas:** Las empresas también pueden tomar acciones que afectan la libertad de expresión y la privacidad de los usuarios por razones no relacionadas con solicitudes externas directas. Con los “términos de servicio”, las empresas crean sus propias reglas que rigen qué tipo de contenido o actividades están prohibidos en sus plataformas. Establecen sus propios sistemas y procesos para aplicar esas reglas. La aplicación puede incluir eliminación de contenido, restricción de acceso al servicio o cierre de cuentas. La manera en que las empresas aplican sus reglas pueden reducir la libertad de expresión de los usuarios.

Las reglas de la empresa también pueden incluir requisitos de cómo se muestra públicamente la identidad de un usuario, y qué información relacionada con la identidad debe remitir el usuario, ya sea al registrarse o en el curso de la aplicación de políticas de identidad. La aplicación de esas políticas puede afectar negativamente la libertad de expresión y privacidad de los usuarios.

- **Manejo de la información del usuario:** Las empresas recopilan, procesan y retienen información del usuario con fines comerciales. También pueden intercambiar esta información con terceros, por razones comerciales o legales. Cuando las empresas han reunido esta información, los terceros pueden acceder por medio de canales comerciales, legales o ilícitos. Estos incluyen acuerdos entre empresas para intercambiar información, solicitudes gubernamentales legales, piratería informática extralegal del estado nación y hasta ataques criminales. Al servir como punto de

recopilación y almacenamiento de información del usuario, las empresas se hacen ellas mismas objetivo de adquisición de información forzada o encubierta, y las hace responsables de mantener a salvo la información del usuario. Así, debido a la propia naturaleza de sus negocios, las empresas de TIC se convierten en guardianes de derechos humanos esenciales.

Dados los problemas descritos antes, Ranking Digital Rights espera que las empresas enmarquen sus compromisos, políticas y prácticas en torno a tres objetivos centrales:

1. **Debida diligencia y gobernabilidad:** Según los principios Rectores de Naciones Unidas en Negocios y Derechos Humanos, los gobiernos tienen el deber principal de proteger los derechos humanos, pero las empresas tienen una responsabilidad de respetar los derechos humanos. Las empresas no tienen control directo sobre las leyes, regulaciones ni otras acciones del gobierno de los países donde funcionan. Sin embargo, las empresas pueden llevar a cabo acciones con la debida diligencia para prevenir posibles riesgos de los derechos humanos, y posteriormente tomar decisiones de negocios informadas sobre la mejor manera de evitarles impactos negativos a sus interesados. En el contexto de empresas de internet y telecomunicaciones, esto significa que las empresas comprometidas a respetar los derechos de los usuarios deben evaluar frecuentemente cómo todos los aspectos de sus operaciones podrían afectar la libertad de expresión y privacidad de los usuarios. Las empresas también necesitan tener vigentes procesos claros y mecanismos de gobernabilidad para garantizar que traba-

Información del usuario

Ranking Digital Rights aplica la siguiente definición de “información del usuario.”*

“Información del usuario es cualquier dato que está conectado con una persona identificable, o puede estar conectado con una persona identificable si se combinan conjuntos de datos o se utilizan técnicas de extracción de datos”.

Todo dato que documente las características y/o actividades de un usuario es, por tanto, considerada como “información del usuario”. Esta información puede estar o no ligada a la cuenta de un usuario específico. Incluye, pero no se limita a, correspondencia personal, contenido generado por el usuario, preferencias y configuraciones de cuentas, datos de registro y acceso, datos sobre las actividades o preferencias de un usuario de terceros, ya sea a través de rastreo de conductas o de adquisición de datos, y todas las formas de metadata.** La información del usuario nunca se considera anónima excepto cuando se le incluye únicamente como una base para generar medidas acumuladas (por ejemplo, cantidad de usuarios mensuales activos). Para un mayor análisis de esta definición y la definición del proyecto de “datos anónimos”, por favor revisa el Apéndice 1 del documento Indicadores de Investigación 2015.***

*. Para mayor información, ver Schwartz, Paul M. y Solove, Daniel J., “Conciliando Información Personal en Estados Unidos y la Unión Europea” (6 de septiembre de 2013). http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2271442.

** “Guía Tutora a tu Metadata,” *The Guardian*, (12 de junio de 2013). <http://www.theguardian.com/technology/interactive/2013/jun/12/what-is-metadata-nsa-surveillance#meta=1100110>.

***. Ver <https://rankingdigitalrights.org/project-documents/2015-indicators/#appendix1>.

ADORES, gerentes y ejecutivos de todo nivel apoyan e implementan los compromisos de la empresa.

- 2. Transparencia y revelación:** Al revelar toda la información posible sobre sus políticas y prácticas que afectan la libertad de expresión y privacidad de los usuarios –incluidas recopilación de información comercial, aplicación de sus términos de servicio y cumplimiento de las solicitudes gubernamentales y requisitos legales– las empresas pueden demostrar un compromiso creíble de respeto a los derechos de los usuarios. Con suficiente información, la gente puede entender mejor los riesgos que enfrenta y tomar decisiones informadas sobre cómo usar la tecnología. También estará en mejor posición de hacer responsables a empresas, gobiernos y otros actores por violaciones de sus derechos.
- 3. Reclamo y solución:** Según los Principios Rectores de Naciones Unidas, las empresas deberían establecer medios para identificar y abordar cualquier violación o problema que ocurra con relación al negocio de la empresa. Las empresas de telecomunicaciones deben demostrar que tienen vigentes mecanismos claros para que el público presente reclamos y reciba soluciones. De manera similar, los usuarios también deben tener una manera de enterarse de estos mecanismos. Con la finalidad de que la gente use esos mecanismos de manera apropiada y efectiva, las empresas deben brindar a los usuarios suficiente información sobre cómo las empresas reciben y manejan las solicitudes gubernamentales y también cómo manejan las empresas solicitudes no gubernamentales, cómo recopilan, usan e intercambian la información del usuario y cuáles son las reglas y procesos de aplicación de la propia empresa. Esta es una de las muchas razones por las que el Índice enfatiza tanto la transparencia y la revelación.

Ahora que hemos explicado la base sobre las cuales se formularon los indicadores en el Índice, la siguiente sección explica el proceso de investigación y enfoque usado para evaluar a las empresas.

1.2 Nuestro enfoque

Los puntajes de las empresas se generaron a través de un riguroso proceso de varias etapas que incluyó investigación primaria, revisión a cargo de pares u homólogos, comentarios de la empresa y control de calidad. La metodología usada para evaluar a las empresas se desarrolló a lo largo de tres años, a través de un proceso de investigación de casos de estudio, consulta de interesados y pruebas piloto. Para una descripción total de este proceso, por favor ve el sitio web del proyecto en: rankingdigitalrights.org/methodology-development.

Empresas: ocho empresas de internet que cotizan en Bolsa y ocho empresas de telecomunicaciones que cotizan en

Bolsa fueron seleccionadas para el análisis. Esta decisión se basó en varios factores, incluidos alcance geográfico y la diversidad de mercados en donde las empresas tienen su sede y funcionan.

Empresas de Internet:

Examinamos políticas y revelaciones empresariales relacionadas con dos a tres servicios seleccionados, como se especifica a continuación.

- **Facebook, Inc.** (Estados Unidos) – Facebook, WhatsApp, Instagram
- **Google, Inc.** (Estados Unidos) – Search, Gmail, YouTube
- **Kakao Corp.** (Corea del Sur) – Daum Search, Daum Mail, KakaoTalk
- **Mail.ru Group Ltd.** (Rusia) – VKontakte, Mail, Mail.ru Agent
- **Microsoft Corp.** (Estados Unidos) – Bing, Outlook.com, Skype
- **Tencent Holdings Ltd.** (China) – Qzone, QQ, WeChat
- **Twitter, Inc.** (Estados Unidos) – Twitter, Vine
- **Yahoo! Inc.** (Estados Unidos) – Mail, Flickr, Tumblr

Empresas de telecomunicaciones:

Examinamos revelación de información a nivel de empresa matriz y entre uno a dos servicios seleccionados en la jurisdicción de origen de cada empresa, como se especifica a continuación.

- **América Móvil S.A.B. de CV** (México) –servicio móvil de Telcel
- **AT&T, Inc.** (Estados Unidos) – servicio de banda ancha móvil y fijo
- **Axiata Group Berhad** (Malasia) – servicio móvil de Celcom
- **Bharti Airtel Ltd.** (India) – servicio de banda ancha móvil y fijo
- **Etisalat Group** (Emiratos Árabes Unidos) – servicio de banda ancha móvil y fijo
- **MTN Group Ltd.** (Sudáfrica) –servicio móvil
- **Orange** (Francia) – servicio de banda ancha móvil y fijo
- **Vodafone Group Plc** (Reino Unido) – servicio móvil

Indicadores: las empresas fueron evaluadas en un total de 31 indicadores, divididos en tres categorías: Compromiso (identificada como “C”), Libertad de Expresión (“F”) y Privacidad (“P”)⁹. Solamente se aplicaron unos cuantos indicadores específicos a un tipo de empresa (internet o telecomunicaciones). Los puntajes se basaron en el desempeño de las empresas a través de indicadores aplicables. Ver Sección 4 de este informe para discusión adicional de lo que se examinó en cada categoría, junto con resultados y análisis.

Ámbito: Esta evaluación se centró en los compromisos, políticas y prácticas que las empresas han hecho públicas. Hemos examinado compromisos y revelaciones globales al nivel corporativo más alto de la empresa, y también políticas y prácticas específicas para servicios seleccionados. En la mayoría de los indicadores, los informes noticiosos y otras formas de revelaciones indirectas no fueron consideradas en la puntuación (ver el Apéndice para mayores detalles). La información que no estuvo disponible no se consideró en la puntuación, aunque hemos incluido esa información en los informes de la empresa (ver Sección 5) y otras partes de este informe narrativo.

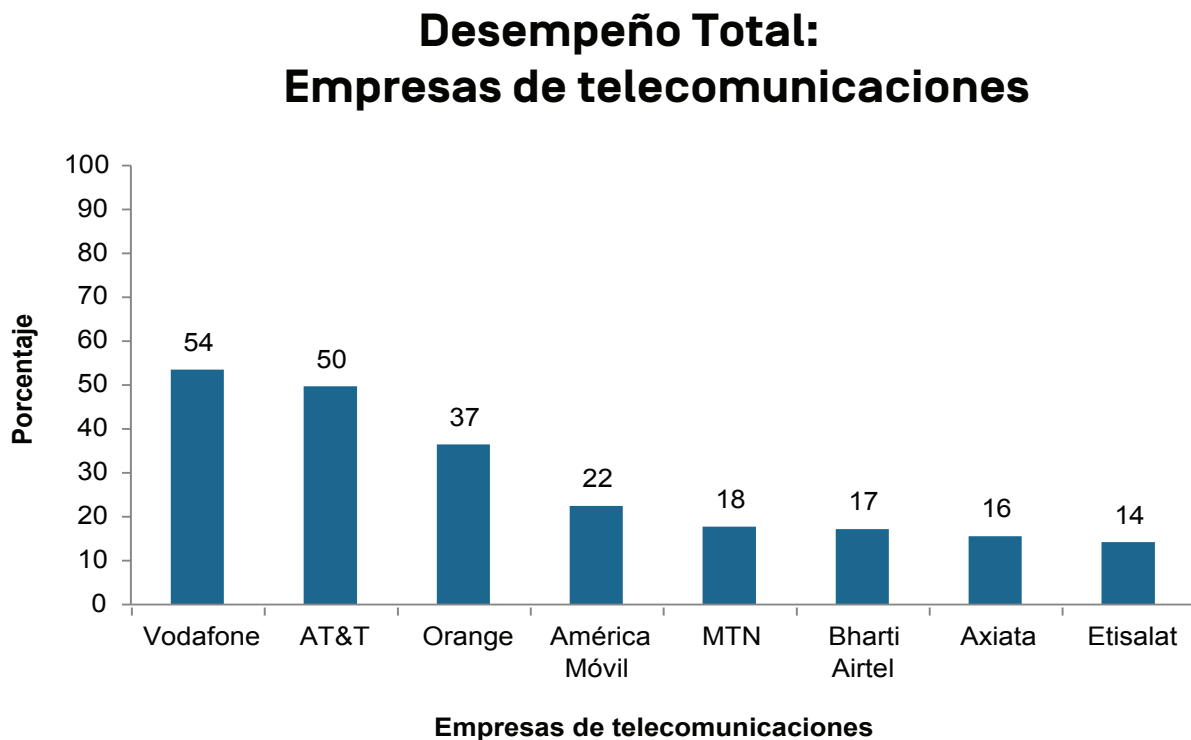
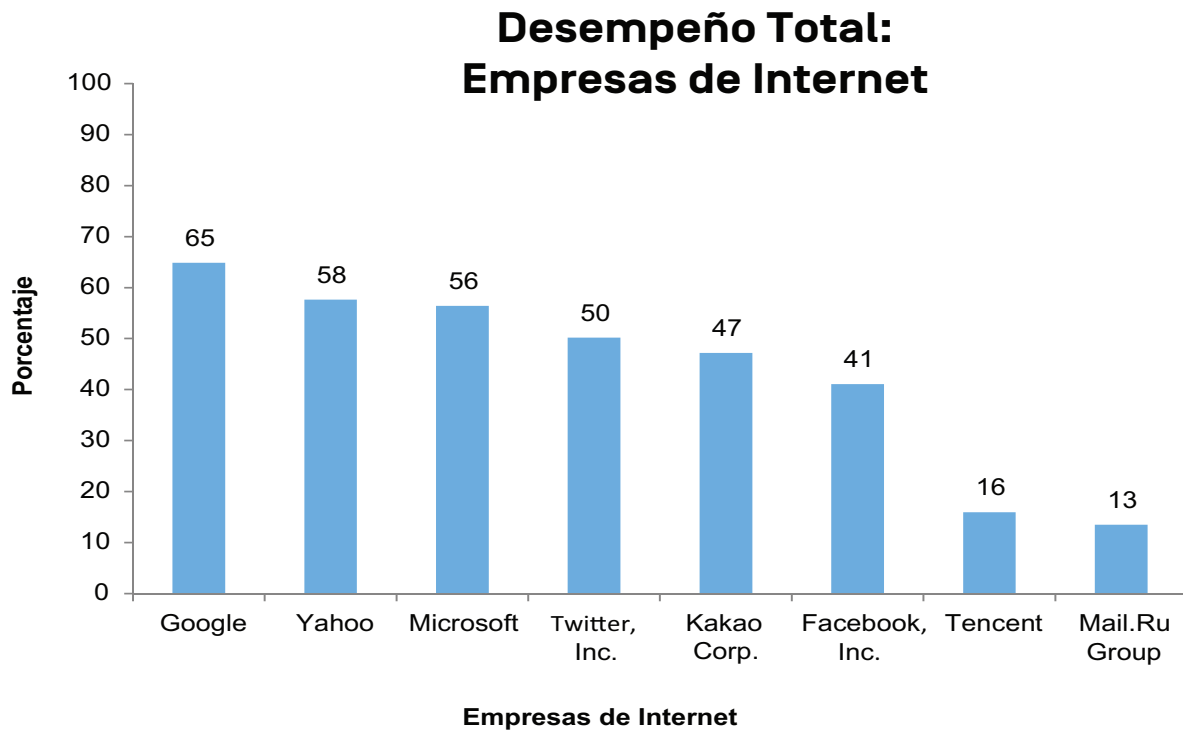
La mayor parte de la investigación y análisis se llevó a cabo entre el 1 de junio de 2015 y el 31 de julio de 2015. La fecha límite final para considerar cualquier revelación nueva fue el 1 de octubre de 2015. Para mayores detalles sobre la investigación y ámbito de la evaluación, por favor revisa el sitio web del proyecto o el Apéndice de este informe.

Participación de la empresa: Aunque las calificaciones de la empresa se basaron solamente en la información disponible públicamente, nuestro equipo se comunicó con las empresas antes y durante nuestra investigación. Buscamos comentarios y críticas de las empresas mientras desarrollamos la metodología, y se notificó a las empresas seleccionadas que habían sido incluidas en el Índice cuando la investigación empezó en junio de 2015. Luego de nuestra ronda inicial de investigación y análisis, contactamos a todas las 16 empresas. Les remitimos nuestros borradores de resultados y las invitamos a que brindaran sus comentarios y cualquier información adicional públicamente disponible que podríamos haber pasado por alto. Nueve de las dieciséis empresas eligieron hacer llegar sus comentarios, y los consideramos al determinar las calificaciones finales de cada indicador.

Análisis e información: Este informe narrativo contiene nuestros hallazgos claves y recomendaciones, análisis de desempeño de la empresa en varias categorías e informes individuales de las empresas. El Apéndice contiene un cuadro de puntuaciones de las empresas por indicador. Para ver información comparativa para cada empresa e indicador individual, o para descargar la información sin procesar de cada empresa y los servicios que lo componen, visita el sitio web del proyecto en rankingdigitalrights.org.

9. Ranking Digital Rights, indicadores 2015, www.rankingdigitalrights.org/proyecto-documents/2015-Indicadores.

2. HALLAZGOS CLAVES



No hay “ganadores”. Hasta las empresas líderes están incumpliendo.

De manera general, las empresas necesitan mejorar sus compromisos y revelaciones de políticas y prácticas que afectan la libertad de expresión y privacidad de los usuarios. La calidad de las políticas y prácticas que revelan las empresas a menudo no colman los compromisos declarados. Hay mucho espacio para mejorar incluso entre empresas que han hecho esfuerzos considerables –y hasta loables– en algunos rubros.

Ninguna empresa en el Índice proporciona a los usuarios información suficientemente clara, amplia y accesible sobre las prácticas que tienen vigentes que afectan la libertad de expresión y la privacidad. Estas incluyen el manejo de la información del usuario, aplicación de los términos de servicio, solicitudes gubernamentales y solicitudes de privados.

Se puede considerar que nueve empresas han hecho esfuerzos significativos para respetar los derechos de los usuarios. Sin embargo, los intentos y revelaciones no fueron equitativos ni adecuados en muchos de sus detalles. La empresa con la calificación más alta (Google) recibió el 65 por ciento del puntaje total posible. Otras cinco empresas (Yahoo, Microsoft, Vodafone, Twitter y AT&T) alcanzaron al menos 50 por ciento. Tres más (Kakao Corp, Facebook Inc., Orange) alcanzaron entre 30 y 49 por ciento.

Siete empresas –casi la mitad– tienen un serio déficit de respeto de la libertad de expresión y la privacidad de sus usuarios. América Móvil, MTN, Bharti Airtel, Tencent, Axiata, Etisalat y Mail.ru alcanzaron entre 13 y 22 por ciento. Aunque algunas de estas empresas enfrentan considerables obstáculos legales y regulatorios para hacer compromisos y revelaciones relacionados con la libertad de expresión y privacidad en las jurisdicciones donde tienen su sede u operan, nuestra investigación identificó muchos indicadores en los que todas las empresas en la mitad inferior del Índice pueden mejorar aunque sus entornos legales y regulatorios no cambien.

A pesar de las fuertes leyes de protección de información que hay en Europa, las dos empresas de telecomunicaciones con sede en la Unión Europea no lideran el Índice en lo referente a revelación de políticas y prácticas relacionadas con el manejo de la información del usuario. Tanto Vodafone como Orange tienen vacíos significativos en sus revelaciones públicas sobre recopilación, retención e intercambio de información del usuario. Las leyes de vigilancia y seguridad nacional en los países de origen de esas empresas son un impedimento considerable de una mayor transparencia sobre el volumen y naturaleza de las solicitudes gubernamentales recibidas para compartir información del usuario. Sin embargo, nuestra investigación identifica muchos rubros en los que estas empresas pueden mejorar, incluso sin reformas legales necesarias.

Algunas empresas de internet incumplen con comunicar de manera efectiva compromisos claves, políticas y prácticas que son relevantes para sus usuarios. Las

empresas de internet con mejor desempeño brindaron políticas de privacidad y términos de servicios de fácil acceso y bien organizadas, y publicaron con frecuencia “informes de transparencia” que revelaron la frecuencia y naturaleza de las solicitudes gubernamentales y privadas. Algunas de las empresas, a pesar de sus importantes esfuerzos para respetar los derechos de los usuarios, intercambiaron información sobre compromisos mayores, junto con evidencia de cómo se están implementando esos compromisos, a través de tuits y entradas de blogs aislados, en vez de ofrecer una perspectiva centralizada de esa información. En contraste, las empresas de telecomunicaciones que se desempeñaron mejor en el Índice tienen páginas y documentos de políticas claramente organizados en sus propios sitios web que son fáciles de ubicar y que expresan los compromisos y políticas de la empresa. Incluso esas empresas tienen significativos vacíos en sus revelaciones.

En suma, los usuarios ignoran las prácticas de muchas empresas que afectan la libertad de expresión y privacidad. Incluso para un usuario muy comprometido y dedicado que tiene la voluntad de buscar bases de datos de noticias, leer atentamente los términos de servicio y analizar las políticas de privacidad, es imposible plantear una imagen clara acerca de cómo las prácticas de las empresas calificadas pueden afectar la libertad de expresión y la privacidad de las empresas calificadas. Incluso a nuestro equipo de investigadores, trabajando a tiempo completo durante varios meses, se le hizo difícil llegar a conclusiones definitivas luego de evaluar muchas prácticas y políticas de las empresas –muchas veces porque las revelaciones pertinentes eran desorganizadas, poco claras y a veces hasta contradictorias. En otros casos, había simplemente demasiados vacíos en la revelación –o no había revelación– de categorías enteras de política y práctica. Para mayores detalles sobre desempeño individual de las empresas y análisis de tendencias, ver Secciones 4 y 5.

Más específicamente, los resultados del Índice indican malas noticias y también buenas noticias cuando se trata del respeto de las empresas hacia la libertad de expresión y privacidad de los usuarios.

2.1 La mala noticia

- **La revelación sobre recopilación, uso, intercambio y retención de información a menudo es escasa.** Ni las empresas más importantes que hacen esfuerzos para publicar esa información están logrando comunicarse claramente con los usuarios sobre qué información recopilan sobre ellos, con quién la comparten o intercambian, en qué circunstancias y cuánto tiempo mantienen esta información. Esta falta de claridad significa que los usuarios, sobre todo los usuarios en riesgo como periodistas, activistas o cualquiera que viva en un régimen represivo, no son plenamente conscientes de quién puede acceder a qué información específica que sobre ellos tiene la empresa.

Todas las empresas, menos los servicios de correo electrónico y chat de Orange y Mail.ru, ponen sus políticas de privacidad a disposición de personas que no se han inscrito o suscrito. Casi todas las empresas toman algunas medidas para presentar esas políticas de manera que a los usuarios les sea fácil entender. Sin embargo, incluso a las políticas que son visualmente atractivas y están escritas en lenguaje cotidiano les falta ser específicas, particularmente con relación a qué información del usuario intercambian las empresas y qué control tienen los usuarios sobre su información. Esto es significativo porque le hace difícil a las personas tomar decisiones sobre información que es esencialmente privada, y con el intercambio de esa información existe el riesgo de que terceros se enteren de las actividades, intereses y contactos del usuario. Por favor, ver la Sección 4.3 para un análisis más detallado.

- **La revelación de solicitudes privadas para restringir contenido o intercambiar información del usuario es mínima o ambigua en el mejor de los casos–y a menudo no existe.** Como se describe en la Sección 1.1, las empresas reciben solicitudes para restringir contenido o intercambiar información del usuario de parte de diferentes terceros. En muchos casos, estas solicitudes vienen de entidades o personas que actúan independientemente de cualquier autoridad gubernamental, tribunal o proceso judicial.

Como se describe en la sección de “buenas noticias” más abajo, las empresas están expandiendo la revelación y el “informe de transparencia” sobre solicitudes gubernamentales. Desafortunadamente, la revelación que hace la mayor parte de empresas no incluye información sobre solicitudes de terceros, aunque esas solicitudes lleguen con una orden judicial o citatorio, o se hagan de acuerdo con procesos legales establecidos, como el sistema de “notificación y retiro” de derechos de autor. Son pocas las empresas que revelan alguna información sobre si reciben o responden a solicitudes privadas o informales—por no decir hasta qué punto—, que son solicitudes para restringir contenido o intercambiar información del usuario que se llevan a cabo fuera de cualquier proceso oficial o legal. Aunque algunas empresas dijeron a nuestros investigadores en comunicaciones privadas que no tienen esas revelaciones porque tienen una política de nunca considerar ese tipo de solicitudes, tales solicitudes existen, y las empresas han omitido comunicar las políticas pertinentes a los usuarios.

- **Ninguna empresa en el Índice revela absolutamente ningún tipo de información sobre el volumen y tipo de contenido del usuario que borra o bloquea cuando aplica sus propios términos de servicio.** Como resultado, el indicador F9, que examina información sobre aplicación de los términos de servicio, fue el único indicador en todo el Índice en el que ninguna empresa obtuvo puntaje. Algunas empresas se opusieron a

este indicador, y sostuvieron que esa revelación sería inviable y contraproducente. Pero dado el rol clave que estas empresas tienen en facilitar la comunicación y expresión de miles de millones de personas, su legitimidad como canales de expresión depende de lo bien que están dirigidas. Sin ningún entendimiento de cómo las empresas implementan sus propios términos de servicio y otras políticas claves, los interesados han planteado sus dudas acerca del compromiso de las empresas con la libertad de expresión de los usuarios¹⁰. Aunque aún se debe encontrar el enfoque más efectivo a una mayor transparencia sobre la aplicación de los términos de servicio, sería recomendable que las empresas que enfrentan controversias en torno a su aplicación los términos de servicio tomen en serio las preocupaciones del usuario.

- **Aunque las revelaciones públicas de las empresas puedan satisfacer a los reguladores, omiten información y contexto que los usuarios necesitan.** Varias empresas en el Índice acatan las leyes de privacidad que imponen requisitos sobre, por ejemplo, qué información del usuario se puede recolectar y retener bajo qué circunstancias. Otras empresas acatan leyes que hacen que sea ilegal responder a solicitudes que no se hacen a través de procesos legalmente. Otras acatan regulaciones de “neutralidad en la red”. Desafortunadamente, en varios casos, estas empresas no se comunican con los usuarios sobre el marco de trabajo legal dentro del cual operan y cómo cumplen.

La falta de comunicación con los usuarios tiene sentido para una empresa que considera que los reguladores, no los usuarios, son su audiencia principal. También tiene sentido si se espera que los usuarios estén altamente familiarizados con las leyes y regulaciones relacionadas con telecomunicaciones e internet en su país de origen. Sin embargo, es nuestra posición que las empresas que buscan mostrar respeto por los derechos de los usuarios deberían considerar a los usuarios como su audiencia principal—no secundaria— en comunicaciones públicas sobre compromisos, políticas y prácticas. Es razonable esperar que las empresas brinden revelación básica sobre cómo manejan la información privada de los usuarios, y también acceso a flujos de información y comunicaciones, en el cumplimiento de las leyes.

- **Las empresas carecen de mecanismos integrales de reclamo y solución.** En la categoría de Compromiso del Índice, examinamos cómo las empresas abordan mecanismos para que los interesados presenten reclamos y qué procesos tienen para ofrecer una solución significativa (ver Sección 1.1 para la discusión sobre la solución como elemento central del respeto de las empresas por los derechos humanos). Buscamos

10. Ver por ejemplo: Sahar Habib Ghazi. “Cómo las mujeres indias enfrentan son amenazadas en Facebook mientras los trolls gozan de impunidad”. *Global Voices Advocacy*, 6 de agosto de 2015.

opiniones fácilmente accesibles y de visualización inmediata para que los usuarios informen sobre sus preocupaciones relacionadas con la libertad de expresión y privacidad. Entre las empresas calificadas, el tono de sus revelaciones ya existentes no sugieren que la mejora de los caminos de comunicación existentes entre el usuario y la empresa fuera una prioridad. Pocas empresas cumplieron con las expectativas para la solución expresadas en los Principios Rectores de Naciones Unidas. Esto pone de relieve una considerable brecha entre lo que los proveedores del servicio consideran suficiente y lo que los defensores de usuarios esperan como mejor práctica¹¹, lo que deja mucho espacio para un diálogo abierto sobre cómo deberían ser las prácticas de reclamo significativo y las prácticas de solución para la libertad de expresión y privacidad. En particular, la empresa que alcanzó la mayor puntuación para solución en el Índice fue Bharti Airtel de India, mientras que la empresa de internet con la mayor puntuación en solución fue Kakao de Corea del Sur. En ambos casos, el gran desempeño de ambas empresas se debe en gran parte a los requisitos legales en sus mercados de origen. Para una mayor discusión, ver Sección 4.1 y los informes individuales de empresas en la Sección 5.

- **La falta de encriptación de extremo a extremo hace a las comunicaciones privadas vulnerables a interceptación, intercambio con terceros y violación de datos.** La encriptación de extremo a extremo evita que incluso las propias empresas accedan al contenido de las comunicaciones de los usuarios. Con la excepción de encriptación opcional en un servicio de mensajería de una empresa (Kakao), ninguna de las empresas calificadas de internet ofrecen encriptación de extremo a extremo por elección propia, mucho menos por defecto, para las comunicaciones que los usuarios quieren mantener privadas y confidenciales.
- **En algunos ejemplos, las actuales leyes y regulaciones hacen que sea más difícil para las empresas respetar la libertad de expresión y privacidad.** Sin embargo, las empresas aún pueden tomar acciones para mejorar. Algunas empresas calificadas tienen su sede central en países cuyas leyes que rigen a las empresas de internet y telecomunicaciones se contradicen con parámetros internacionales de derechos humanos de libertad de expresión y privacidad. En la mayoría de países donde operan las empresas calificadas, las leyes de seguridad nacional pueden prohibir la revelación de algunos pedidos gubernamentales de información del usuario u otros requisitos de vigilancia. Algunas empresas enfrentan más que otras obstáculos internos, políticos, legales y regulatorios para respetar los derechos de los usuarios, porque el marco político y legal de algunos países son menos

11. Peter Micek y Jeff Landale, “Pilar olvidado: El plan de solución de Telco” Access Now, mayo de 2013. https://s3.amazonaws.com/access.cdn.net/fd15c4d607cc2cbe39_onm6ii982.pdf.

compatibles con los estándares internacionales de derechos humanos. Sin embargo, hemos identificado maneras en que todas las empresas pueden mejorar su desempeño, incluso sin cambiar sus marcos normativos.

Por favor, ver la discusión de solicitudes gubernamentales y marcos regulatorios en la Sección 1.1 para mayor contexto, y ver informes de empresas en la Sección 5 para ejemplos concretos de empresas específicas en países específicos.

2.2 La buena noticia

- **El respeto corporativo a la libertad de expresión y privacidad es un valor global.** Aunque la mayoría de las empresas muestran esfuerzos significativos son norteamericanas y europeas, una es de Asia Oriental. El desempeño relativamente fuerte de la empresa surcoreana Kakao en este Índice enfatiza cómo el respeto a la libertad de expresión y privacidad tiene resonancia universal.
- **Todas las empresas hacen algo bien.** Consideremos los siguientes ejemplos entre empresas cuyos puntajes totales alcanzaron menos de 25 por ciento: Bharti Airtel de India alcanzó mayor puntuación que otras empresas por sus mecanismos de reclamo y solución. Tencent de China publica videos de entretenimiento para los usuarios de su servicio de mensajería QQ sobre cómo protegerse contra ciberamenazas. MTN, con sede en Sudáfrica y operaciones en África y Medio Oriente, tiene compromisos con las políticas a nivel de todo el grupo con la libertad de expresión y la privacidad, y su junta directiva ha establecido un comité para supervisar estos compromisos. América Móvil, con sede en México, se compromete públicamente a realizar con debida diligencia solicitudes de terceros de información del usuario antes de decidir cómo responder. El servicio de mensajería de Mail.ru de Rusia encripta la transmisión de comunicaciones del usuario por defecto. Para un análisis de empresa más detallado, por favor, ver los informes de la empresa en la Sección 5.
- **El “informe de transparencia” se está convirtiendo en una práctica estándar.** Incluso después del término de nuestro periodo de investigación, las empresas han seguido expandiendo y mejorando la información que publican sobre solicitudes de terceros para restringir contenido o intercambiar información del usuario. Nueve de las 16 empresas en el Índice publican algún “informe de transparencia” que abarca al menos algunas solicitudes de terceros. Sin embargo, hay una amplia variación en la claridad, amplitud y

calidad de tales informes, y ninguna empresa abarca todos los tipos de solicitudes de terceros¹². Para más detalles, ver la Sección 4 de este informe, así como las páginas individuales para indicadores F7, F8 y P11 en el sitio web del proyecto.

- **Cerca de la mitad de las empresas calificadas han respaldado sus compromisos con la libertad de expresión y privacidad revelando medidas concretas que han tomado para implementar esos compromisos.** Siete empresas en el Índice obtuvieron más del 50 por ciento en la sección “Compromiso”. En particular, todas las siete empresas son miembros de Global Network Initiative (GNI), iniciativa multipartidaria que se dedica a defender los principios de libertad de expresión y privacidad con relación a solicitudes gubernamentales, o Telecommunications Industry Dialogue, una organización del sector que también se dedica a la libertad de expresión y privacidad. Para una mayor discusión de cómo la participación en iniciativas que están comprometidas con defender los principios de derechos humanos está demostrando ser un factor esencial en la articulación e implementación de compromisos de las empresas, por favor, ver la Sección 4.1.
- **Todas las empresas pueden mejorar su desempeño en el corto a mediano plazo, incluso sin cambios regulatorios.** Ver la Sección 3 para maneras en que todas las empresas pueden mejorar. El informe de todas las empresas en la Sección 5 también analiza cómo cada empresa puede mejorar, incluso sin cambiar su más amplia normativa legal y regulatoria, condiciones del mercado o modelos de negocio.

12. Para recomendaciones dirigidas a empresas estadounidenses que responden a solicitudes de cuerpos de seguridad y gubernamentales, ver Kevin Bankston, Ryan Budish y Liz Woolery, “Herramientas de informe de Ttransparencia y memos de investigación”, Instituto Open Technology, la Fundación New America y el Centro Berkman para Internet y Sociedad, Universidad de Harvard University, de noviembre de 2015 en: <https://www.newamerica.org/oti/transparency-toolkit/>.

3. RECOMENDACIONES

Esta sección enumera las acciones claves que empresas, gobiernos y otros interesados pueden emprender con la finalidad de maximizar el respeto que las empresas de internet y telecomunicaciones por la libertad de expresión y privacidad de los usuarios.

3.1 Para empresas

A continuación, recomendaciones para aplicar a muchas empresas del Índice.

Se pueden encontrar recomendaciones para empresas específicas en los informes de empresas individuales en la Sección 5.

- **Comunicarse con los usuarios de manera clara, accesible y organizada.** No esperen que los usuarios exploren los archivos de noticias, la blogósfera y la tuitósfera para que se enteren de los compromisos y prácticas de la empresa. Las empresas que son serias en mostrar respeto por los derechos de los usuarios –a sus usuarios reales y no solamente a las élites de los medios u otros expertos especializados– deben esforzarse por revelaciones bien organizadas en lugares que los usuarios consideren fáciles de encontrar.
- **Revelar y comunicar lo que la gente común y corriente –que no son abogados de telecomunicaciones ni especialistas en regulación de Internet– necesita saber.** Las empresas deben revelar y explicar las leyes y regulaciones que afectan la libertad de expresión y privacidad de los usuarios. Las empresas también deben revelar y explicar cómo cumplen con esas leyes y qué implica ese cumplimiento para los usuarios.
- **Realizar evaluaciones frecuentes para determinar el impacto de los productos, servicios y operaciones de negocios de la empresa en la libertad de expresión y privacidad de los usuarios.** Varias empresas en el Índice realizan diferentes evaluaciones de impacto en derechos humanos, un enfoque sistemático a la debida diligencia que permite a las empresas identificar riesgos a la libertad de expresión y privacidad de los usuarios y oportunidades de las empresas para aumentar el disfrute de los usuarios de esos derechos. Aunque para las empresas sería contraproducente publicar todos los detalles de sus procesos y hallazgos, varias empresas en el Índice han demostrado que ciertamente es posible revelar información sobre a) el hecho de que la empresa

realiza evaluaciones, e b) información básica sobre el ámbito, frecuencia y uso de estas evaluaciones.

Para que esas revelaciones sean creíbles, las evaluaciones deben ser realizadas por un tercero externo que tenga acreditación en parámetros pertinentes y respetados de derechos humanos de una entidad independiente cuya propia estructura de gobierno demuestre un fuerte compromiso y responsabilidad con los principios de derechos humanos. Para 2015, solamente Global Network Initiative cumple con tales requisitos de organización de acreditación. Para mayores detalles y recursos relacionados con evaluaciones de impacto de derechos humanos y procesos y organismos de garantía relacionados, por favor, ver el Apéndice 1 del documento de los Indicadores de Investigación 2015¹³ o las páginas de recursos relevantes en el sitio web del proyecto.¹⁴

- **Revelar evidencia de que la empresa ha institucionalizado sus compromisos.** Hasta en casos donde resultaba que el equipo de investigación estaba familiarizado personalmente con el trabajo de algunos ejecutivos en empresas particulares, nuestra metodología estipulaba que las empresas solamente podían recibir crédito si ofrecían evidencia revelada públicamente de que habían institucionalizado sus compromisos con fuertes mecanismos de responsabilidad y supervisión. Aunque ciertamente es importante que una empresa tenga líderes con fuertes compromisos personales con los derechos de los usuarios, es aun más importante que esos compromisos estén claramente institucionalizados. Esto refuerza la confianza externa de que se honrarán e implementarán los compromisos, aunque esas personas dejen la empresa.
- Mejorar la transparencia y responsabilidad sobre todo tipo de solicitudes de terceros para restringir contenido o compartir información del usuario. Hasta el punto máximo posible de acuerdo a la ley, las empresas deberían publicar información completa relacionada con los siguientes tipos de solicitudes de terceros:

► Proceso para responder a requisitos de terceros

13. Ver <https://rankingdigitalrights.org/proyecto-documents/2015-Indicadores/#appendix1>.

14. Ver <https://rankingdigitalrights.org/proyecto-documents/2015-Indicadores/#HRIA> y https://rankingdigitalrights.org/resources/readings/samway_hria/.

de restringir contenido, acceso o servicio (indicador F6)

- ▶ Información sobre solicitudes gubernamentales para restringir contenido, acceso o servicio (indicador F7)
- ▶ Información sobre solicitudes de privados para restricción de contenido (indicador F8)
- ▶ Proceso para responder a solicitudes de terceros de información del usuario (indicador P9)
- ▶ Información sobre solicitudes de terceros de información del usuario (indicador P11)

Se sugiere ver las páginas de indicadores individuales en el sitio web del proyecto con el texto completo de los indicadores y sus elementos subyacentes.

Si una empresa no recibe ni considera una solicitud particular, también debería revelar claramente esa información.

- Comunicarse claramente con los usuarios sobre qué sucede con su información. Si alguien va a crear un catálogo o “archivo” sobre el usuario basándose en qué información mantiene la empresa en un momento determinado, ¿cómo sería? Las empresas deberían explicarle a los usuarios el ciclo de vida de la información que recopilan. Un usuario debe entender:
 - ▶ Qué información específica recopila la empresa (Indicador P3)
 - ▶ Cuándo o cómo la empresa recopila esa información (por ejemplo, cuando el usuario se registra para el servicio, cuando el usuario envía un SMS) (Indicador P3)
 - ▶ Si los usuarios tienen opción de no proporcionar esa información (Indicador P5)
 - ▶ Específicamente, qué información intercambia la empresa y con quién (Indicador P4)
 - ▶ Por qué la empresa intercambia esa información (Indicador P4)
 - ▶ Si es que –y hasta qué punto– los usuarios pueden controlar el intercambio de esa información (Indicador P5)
 - ▶ Cuánto tiempo la empresa retiene esa información (Indicador P7)
 - ▶ Si es que el usuario puede tener acceso a esa información (Indicador P6)
 - ▶ Si es que la empresa destruye, y cómo, esa

información cuando los usuarios eliminan sus cuentas o cancelan su servicio (Indicador P7)

Se sugiere ver las páginas de indicadores individuales en el sitio web del proyecto para un texto completo de los indicadores y sus elementos subyacentes.

Muchas políticas de privacidad analizan algunas de estas prácticas, pero a menudo, la revelación es demasiado general como para ser significativa. Por ejemplo, la declaración de que una empresa conserva información personal durante todo el tiempo requerido por ley o todo el tiempo que la empresa necesita no ofrece ningún detalle a los usuarios sobre cuánto tiempo va a estar su información en los servidores de la empresa. Tampoco aclara si la empresa conserva diferentes elementos de información del usuario en diferentes cantidades de tiempo. Enmarcar la revelación de las empresas en torno a cómo estas prácticas se aplican a tipos específicos de información del usuario dará a los usuarios una imagen más clara y completa de cómo las empresas usan su información.

- **Mejorar los términos de servicio y las políticas de privacidad.** Los indicadores F1 y P1 examinaron si los términos de servicio y las políticas de privacidad están libremente disponibles y si son fáciles de entender. Las empresas que recibieron reconocimiento pleno en estos indicadores cumplieron con ambos, y también proporcionaron sus políticas en idiomas en los que sus usuarios se comunican comúnmente. Además, las empresas deberían asegurarse de que ofrecen notificación y documentación a los usuarios sobre cambios a estas políticas.
- **Revelar significativas cantidades de información sobre el volumen y naturaleza de contenido y/o cuentas restringidas al aplicar los términos de servicio.** La ausencia de cualquier revelación sobre restricción de contenido y cuentas al aplicar los términos de servicio de las empresas socava los compromisos de la empresa de respetar la libertad de expresión de los usuarios. Aunque no hay una respuesta clara con respecto a la manera y enfoques óptimos de esas revelaciones, las empresas deben comprometerse con los interesados para determinar qué revelaciones relacionadas con aplicación de los términos de servicio reforzarían la confianza y la responsabilidad.
- **Establecer mecanismos efectivos de reclamo y solución.** Los mecanismos de reclamo y los procesos de solución deberían estar a disponibilidad de los usuarios de manera más destacada. Las empresas deberían indicar más claramente que aceptan las preocupaciones relacionadas con violaciones potenciales o reales de libertad de expresión y privacidad como parte de estos procesos. Más allá de esto, la revelación relativa a cómo se procesan

las quejas, junto con los informes de reclamos y resultados, agregarían un considerable apoyo a la percepción de los interesados de que los mecanismos siguen sólidos principios procedimentales y que las empresas toman en serio sus mecanismos de reclamos y solución.

- **Comunicar información básica sobre prácticas de seguridad e instruir a los usuarios sobre amenazas de seguridad.** Los expertos a los que consultamos están de acuerdo en que es razonable esperar que las empresas implementen y revelen las medidas descritas en los Indicadores P12 (“Estándares de seguridad”) y P14 (“Informar e instruir a los usuarios sobre posibles amenazas”). Las empresas que son serias sobre maximizar la seguridad de los usuarios deberían ofrecer una encriptación total del contenido del usuario, tal como se describe en el Indicador P13 (“Encriptación de contenido privado de los usuarios”), para todos los servicios pertinentes en todos los contextos legales posibles.
- **Implementar encriptación de extremo a extremo hasta el mayor alcance posible.** Esas capacidades contribuirán enormemente para garantizar a los usuarios que son comunicaciones privadas están a salvo de violaciones de datos, interceptación e intercambio con terceros, y que solamente tendrán acceso los receptores deseados, ahora y en el futuro. Como mínimo, las empresas deberían permitir que los usuarios encripten su propios datos.
- **Proponer cambios legales y regulatorios que apoyen la capacidad de las empresas de respetar la libertad de expresión y privacidad de los usuarios.** Nuestra investigación ha identificado una serie de maneras en que las leyes y regulaciones de países en particular evitan que empresas específicas se desempeñen tan bien como se desempeñarían con algunos indicadores. Esperamos que los hallazgos de nuestra investigación puedan ayudar a las empresas a trabajar junto con los partidarios de la sociedad civil e inversionistas responsables para formar un proceso convincente para una reforma legal y regulatoria que maximizará el disfrute de los usuarios de su libertad de expresión y privacidad

3.2 Para gobiernos

Mientras las empresas tienen la responsabilidad de respetar los derechos humanos, los gobiernos tienen el deber principal de proteger los derechos humanos. Otros proyectos como el informe de libertad en la red¹⁵ de Freedom House ofrecen medidas más específicas sobre al punto hasta el cual los gobiernos están a la altura de su deber para proteger los derechos de los usuarios de

15. Ver <https://freedomhouse.org/report-types/freedom-net> para el más reciente informe anual.

internet. La información de este Índice enfatiza el hecho de que los gobiernos crean entornos legales y regulatorios que maximizan la capacidad de las empresas para respetar los derechos de los usuarios. Los siguientes pasos dados por los gobiernos ayudarían a las empresas de este Índice a mejorar su desempeño:

- Las entidades legislativas y las agencias regulatorias deberían llevar a cabo sus propias evaluaciones de impacto para garantizar que las leyes y regulaciones que rigen internet y las empresas de telecomunicaciones no violen la libertad de expresión y privacidad de los usuarios de internet como está establecida en la Declaración Universal de los Derechos Humanos¹⁶ e instrumentos internacionales de derechos humanos, como el Convenio Internacional en Derechos Civiles y Políticos.¹⁷
- Las responsabilidades legales que las empresas imponen a las actividades de sus usuarios deberían limitarse y ser consistentes con los Principios de Manila sobre Responsabilidad del Intermediario¹⁸, un marco de trabajo de prácticas y parámetros de referencia para garantizar que la regulación de empresas del sector TIC no resulten en la violación de los derechos a la libertad de expresión y privacidad de los usuarios.
- Las leyes y prácticas relativas a la vigilancia deberían reformarse para cumplir con los trece principios “Necesarios y Proporcionados”¹⁹, un marco para evaluar si las leyes actuales o las propuestas de vigilancia son compatibles con normas internacionales de derechos humanos.
- Los gobiernos deberían publicar sus propios informes de transparencia que revelan el volumen, naturaleza y base legal de las solicitudes que hacen las empresas²⁰.
- Las leyes y regulaciones deberían permitir que las empresas sean transparentes y responsables con los usuarios sobre cómo reciben y manejan las solicitudes gubernamentales.
- Los gobiernos deberían elaborar regímenes efectivos de protección de información y regulaciones de privacidad con el asesoramiento de la sociedad industrial y civil, con evaluaciones de impacto para

16. Declaración Universal de los Derechos Humanos, *op. cit.*

17. Convenio Internacional de Derechos Civiles y Políticos, *op. cit.*

18. Ver <https://www.manilaprinciples.org/>.

19. Ver <https://en.necessaryandproportionate.org/>.

20. “Solicitudes gubernamentales a empresas de información del usuario y restricción de contenido: Políticas y prácticas de transparencia, Grupo de trabajo de Freedom Online Coalition sobre privacidad y transparencia en línea”, 2 de noviembre de 2015, <https://www.freedomonlinecoalition.com/wp-content/uploads/2015/10/FOC-WG3-Privacy-and-Transparency-Online-Report-November-2015.pdf>.

garantizar que las leyes promulgadas puedan evitar consecuencias no deseadas para la libertad de expresión.

- Con la asesoría de la sociedad industrial y civil, las legislaturas deberían elaborar leyes que exijan que las empresas implementen mecanismos efectivos para reclamos y compensación cuando los usuarios creen que sus derechos de libertad de expresión y privacidad han sido violados al usar servicios de la empresa.

para que actúe de manera más coherente con sus compromisos.

3.3 Para todos los demás: personas, defensores, activistas, inversionistas e investigadores

La información en este Índice tiene muchos usos para personas, defensores de consumidores, activistas de derechos humanos, inversionistas responsables e investigadores. En los meses posteriores al lanzamiento, trabajaremos con defensores, inversionistas e investigadores para ayudarlos a elaborar estrategias específicas para usar la información del Índice. Este trabajo estará continuamente documentado en el sitio web del proyecto. Mientras tanto, tenemos las siguientes sugerencias generales:

- Exhortar a las empresas a mejorar todo aquello que controlan de manera significativa. La información del Índice incluye muchos ejemplos de buena política y práctica e indica maneras concretas en que se pueden mejorar las prácticas.
- Usar la información de RDR como punto de partida para más preguntas. Deberán ser preguntas planteadas no solamente a las 16 empresas incluidas en el Índice y sobre esas empresas, sino cualquier otra empresa de internet o de telecomunicaciones. Los investigadores también pueden usar los Indicadores como la base para estudios comparativos específicos por sector o por tema.
- Trabajar con aliados al interior de las empresas y gobierno cada vez que sea posible para modificar leyes y regulaciones que evitan que las empresas respeten los derechos de los usuarios.
- Exigir transparencia y responsabilidad de empresas y de actores del gobierno con respecto a solicitudes y expectativas—legales y extralegales— que se atribuyen a las empresas. Actualmente, ningún gobierno brinda transparencia significativa sobre las solicitudes hechas a las empresas. Los ciudadanos deberían presionar a cualquier gobierno que haya suscrito la Sociedad de Gobierno Abierto²¹ y/o la Coalición de Libertad en Línea²², pero que no revela informes de transparencia sobre solicitudes de autoridades a empresas para asistencia con censura y vigilancia,

21. Ver <http://www.opengovpartnership.org/>.

22. Ver <https://www.freedomonlinecoalition.com/>.

4. ANÁLISIS DE CATEGORÍAS

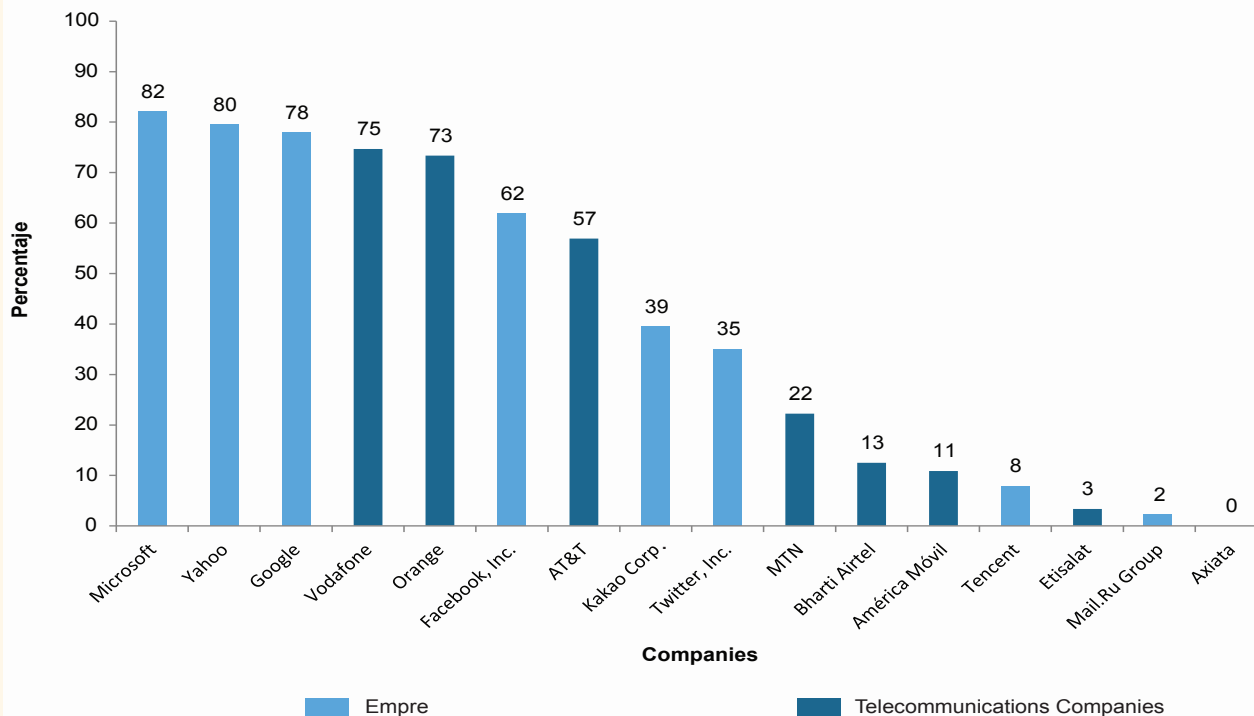
La metodología usada para evaluar a las empresas para el Índice contenía 31 indicadores, divididos en tres categorías: Compromiso, Libertad de Expresión y Privacidad²³. Esta sección explica lo que examinamos en cada categoría y ofrece un análisis en profundidad de tendencias claves en el desempeño de las empresas relacionado con indicadores específicos dentro de estas tres categorías.

Para un análisis más detallado del desempeño individual de las empresas, por favor, ver los informes de empresas en la Sección 5. Para ver visualizaciones de información de desempeño en indicadores individuales, para descargar información sin procesar, que incluye puntuaciones y comentarios para cada componente de cada indicador para cada empresa, visitar el sitio web del proyecto en rankingdigitalrights.org.

4.1 Compromiso

La categoría Compromiso del Índice evalúa si las empresas demuestran un compromiso claro en palabras y acciones de respeto al derecho a la libertad de expresión y privacidad de los usuarios. Los indicadores parten fuertemente de los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Negocios y Derechos Humanos, que ilustran a las empresas a hacer compromisos y a ejercer con debida diligencia –también conocida como “evaluación de impacto”– con la finalidad de identificar, atenuar y explicar todo efecto negativo que pueda tener su empresa en derechos humanos²⁴. También se espera que las empresas demuestren públicamente que tienen vigentes procesos para implementar efectivamente sus compromisos y políticas de derechos humanos. Los mecanismos para responsabilidad interna, y procesos de reclamo y solución a los usuarios cuyos derechos han sido violados son también importantes componentes de los Principios Rectores.

Desempeño en Compromiso



23. Ver <https://rankingdigitalrights.org/proyecto-documents/2015-Indicadores>.

24. Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Negocios y Derechos Humanos, *op cit.*, http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf.

Microsoft, Yahoo, Google, Vodafone y Orange tienen la delantera (en ese orden) con los puntajes de Compromiso entre 70 y 82 por ciento del total posible de puntos. Facebook y AT&T caen dentro del 50 a 65 por ciento. Kakao y Twitter rezagados en el rango del 30 a 40 por ciento; MTN, Bharti Airtel y América Móvil queda dentro de la franja de 10 a 25 por ciento; y tres empresas (Tencent, Etisalat y Mail.ru) van con un solo dígito. Axiata no obtuvo puntaje en esta sección.

Resulta evidente que las siete empresas que obtienen más del 50 por ciento del puntaje total posible en esta sección son todas integrantes de Global Network Initiative (GNI), iniciativa multipartidaria que se dedica a defender los principios de libertad de expresión y privacidad en relación con pedidos gubernamentales²⁵ o de Telecommunications Industry Dialogue, organización industrial que también se dedica a la libertad de expresión y privacidad²⁶. Hay un vínculo cercano entre los compromisos que se buscan en la categoría de Compromiso y los principios a los que las empresas se comprometen como miembros de GNI e Industry Dialogue:

- Los miembros de Industry Dialogue suscriben un conjunto de “Principios Rectores” que toma como modelo los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Negocios y Derechos Humanos, pero adaptados a empresas de telecomunicaciones. Deben informar anualmente sobre sus progresos en la implementación de esos principios. Las empresas que se unen a GNI se comprometen a defender un grupo de principios de libertad de expresión y privacidad cuando están ante pedidos gubernamentales de restringir discursos o intercambiar información del usuario²⁷.
- Las Pautas de Implementación de GNI incluyen procesos con debida diligencia al igual que mecanismos de transparencia y responsabilidad²⁸. GNI también requiere que sus miembros pasen por una evaluación a cargo de un tercero independiente para verificar si están implementando compromisos de manera satisfactoria. Los resultados de las evaluaciones deben ser luego aprobadas por un ente directivo multilateral que incluya organizaciones de derechos humanos, inversionistas responsables y académicos, además de representantes de las empresas.

Sin embargo, el desempeño de las empresas miembro de GNI e Industry Dialogue en este Índice no tiene una calidad uniforme, como lo demuestran claramente los puntajes de las empresas a través de indicadores específicos. Entre las empresas de telecomunicaciones, los compromisos y revelaciones de Vodafone y Orange fueron más amplios que

25. Global Network Initiative, <https://globalnetworkinitiative.org>.

26. Telecommunications Industry Dialogue, <http://www.telecomindustrydialogue.org/>.

27. Ver <http://globalnetworkinitiative.org/principles/Índice.php>.

28. Ver <http://globalnetworkinitiative.org/implementationguidelines/Índice.php>.

los AT&T.

Entre las empresas de internet, Microsoft y Yahoo revelaron y articularon sus compromisos y prácticas de manera más clara y más completa Google. Los puntajes más bajos de Facebook reflejan el hecho de que se unió GNI en 2013, cinco años después que las otras tres empresas, que son miembros fundadores y se unieron en 2009. En el momento de nuestra investigación, Facebook todavía no había completado una evaluación total de GNI. También muchas revelaciones y compromisos de Facebook no parecen incluir a la subsidiaria de la empresa adquirida en 2014, WhatsApp.

Reclamo y solución. En lo referente a mecanismos de reclamo y solución, los resultados del Índice destacan cómo el desempeño difiere sustancialmente del compromiso y los ideales (ver Secciones 2 y 3 de este informe para hallazgos claves y recomendaciones pertinentes). Global Network Initiative ha afirmado su intención de “implementar un parámetro para la libertad de expresión y privacidad en el sector de las TIC que va de acuerdo con el marco de trabajo Protección, Respeto y Solución de Naciones Unidas”²⁹. En sus principios, Telecommunications Industry Dialogue ha identificado la implementación de mecanismos de reclamos como una aspiración³⁰.

Sin embargo, a diferencia de otros indicadores en la categoría Compromiso, la pertenencia a GNI o a Industry Dialogue no fue indicador del desempeño en el Indicador C6, que se enfoca en los mecanismos de reclamo y solución que claramente incluye reclamos relacionados con la libertad de expresión y privacidad. Por ejemplo, Bharti Airtel obtuvo el puntaje más alto en este indicador, y derrotó a Vodafone, que también empató con América Móvil. Entre las empresas de internet, Kakao lideró en soluciones, derrotando por poco a Google y superando sustancialmente a Microsoft, empresa líder en la categoría Compromiso. El hecho de que pocas empresas revelaran que participan con las expectativas de negocios y derechos humanos destaca una importante oportunidad para diálogo entre la industria y otros interesados sobre cómo deberían ser estas prácticas.

Parámetros de solución: Al evaluar a las empresas en sus mecanismos de solución y reclamo, buscamos empresas que ofrecen mecanismos de reclamo que sean accesibles y parámetros de solución que fueran claros.

En otras palabras, buscamos herramientas que los usuarios pudieran ubicar y entender fácilmente de acuerdo con la sección Solución de los Principios Rectores de Naciones Unidas. Más allá de simple acceso a mecanismos de reclamo, la metodología del Índice dio crédito a empresas por revelaciones sobre procesos internos para investigar y resolver reclamos, además de evidenciar que los mecanismos declarados estuvieran implementados y operativos. Esto

29. Ver <https://globalnetworkinitiative.org/content/frequently-asked-questions-about-gni-and-telecomunicaciones-industry-dialogue>.

30. Ver <http://www.telecomindustrydialogue.org/overview-of-the-industry-dialogue/>.

incluyó:

- Expresión clara de reclamos que las empresas estaban preparadas a responder de manera específica, incluidos asuntos de libertad de expresión y privacidad.
- Detalle del proceso para responder a reclamos, tales como la manera en que la empresa da seguimiento a los reclamos, qué personal participa en la respuesta a los reclamos, qué procedimientos existen para dar prioridad a los reclamos, qué plazo establece la empresa para abordar los reclamos, qué medios debe continuar el reclamante con la empresa y qué mecanismos existen para que el reclamante apele de una decisión.
- Algunos informes sobre la cantidad de reclamos que la empresa recibe que conciernen a la libertad de expresión y privacidad.
- Alguna evidencia y ejemplos de reclamos que fueron resueltos. Este último punto no tiene la intención de establecer una expectativa de que todos los reclamos y sus resoluciones han pasado a ser parte del registro público. Sin embargo, esperamos que las empresas puedan ofrecer comprensión sobre si están recibiendo y procesando reclamos y brindar ejemplos de problemas y desafíos que las empresas han tenido en cuenta y resuelto.

En todos los aspectos, se evaluaron las revelaciones de las empresas con reconocimiento de que se debe proteger la privacidad y la seguridad de los reclamantes.

Para las empresas de telecomunicaciones, muchas de las vías de reclamo estuvieron insertas en los términos de servicio o en las políticas de privacidad. Las empresas de internet fueron proclives a dispersar los mecanismos en diversas páginas web ligadas a funciones específicas de servicios específicos. En muchos casos, encontrar los mecanismos y confirmar si fueron relevantes para nuestra investigación representó un paso más complejo de lo que parecía razonable para el usuario promedio. Muchas de las revelaciones sugieren que, aun a pesar de los compromisos basados en principios, las empresas no han conceptualizado cómo incorporar reclamo y solución en sus mecanismos establecidos de comunicación.

Regulación y solución: Aunque las empresas deberían esforzarse voluntariamente para implementar políticas que cumplan con los parámetros de este indicador, independientemente de requisitos normativos, la evidencia sugiere que la fortaleza de las prácticas de solución a la fecha están impulsadas por el entorno normativo en los países de origen de las empresas. Como se ha mencionado previamente, Bharti Airtel y Kakao mostraron un desempeño generalmente más fuerte en la evaluación de reclamo y solución que otras empresas en el Índice. La regulación parece tener un rol positivo: tanto India como Corea del Sur tienen leyes que requieren mecanismos de reclamo y solución (ver informes de las empresas en la Sección 5 para

más detalle).

- Bharti Airtel, que encabezó este indicador en todo el Índice, mostró estar alineado con los requisitos normativos indios para los mecanismos de reclamo y solución para las empresas de tecnología de la información y telecomunicaciones. Cabe mencionar que los requisitos establecen la expectativa de que las empresas establezcan un sistema de seguimiento de reclamos que permita al usuario estar al tanto del estado de su caso.
- En el caso de Kakao, las leyes surcoreanas requieren la implementación de mecanismos de reclamo y solución que abarquen privacidad y derechos de autor. Nuestra evaluación determinó que el desempeño de Kakao estaba conforme con las expectativas normativas. En particular, Kakao ha agregado un mecanismo de apelación para los usuarios que están acusados de infracción a los derechos de autor, lo que ayuda a enfrentar la preocupación de que los procesos para aplicar los derechos de autor se pueden usar de manera que limiten la libre expresión.

Aunque ambas empresas puedan encontrar espacio considerable para acercarse a los ideales que respaldan la metodología del Índice, su desempeño brinda un ejemplo valioso de cómo el contexto normativo puede apoyar los derechos digitales. Hay mayor para que los interesados trabajen con los reguladores para cerrar las brechas.

4.2 Libertad de expresión

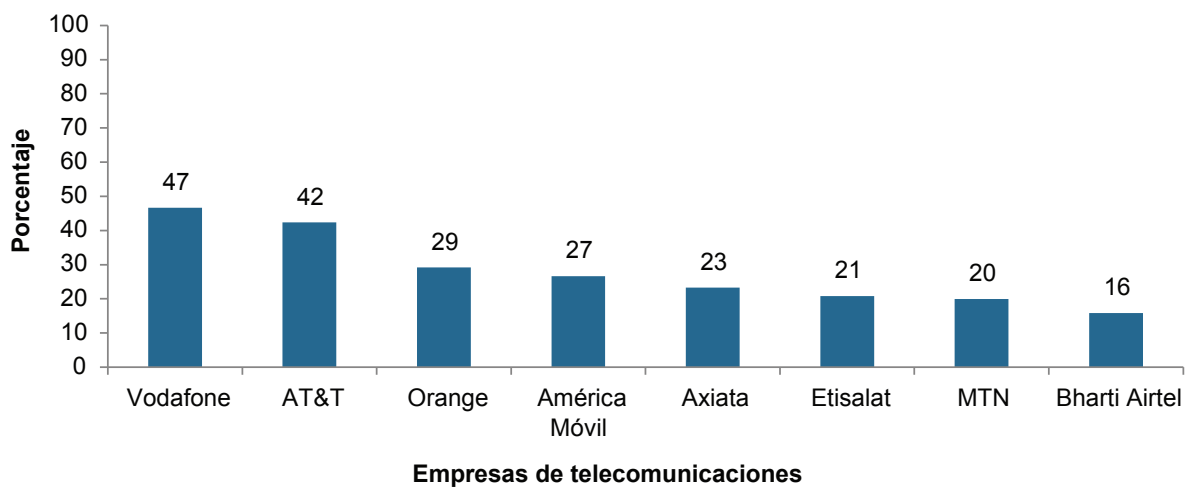
Esta categoría examina hasta qué punto las empresas revelan compromisos y esfuerzos concretos para respetar la libertad de expresión de los usuarios. Las empresas que se desempeñan bien acá demuestran un fuerte compromiso público con la transparencia, no solamente en términos de cómo cumplen con leyes y regulaciones o responden a pedidos gubernamentales, sino también cómo determinan, comunican y aplican reglas privadas y prácticas comerciales que afectan la libertad de expresión de los usuarios.

En esta categoría, las empresas de internet recibieron por lo general puntajes más altos que las empresas de telecomunicaciones. Esto se debe en parte a la naturaleza diferente de los servicios: los servicios de telecomunicaciones son un conducto para la expresión y el contenido, mientras que las empresas de internet (entre otras funciones) sirven como plataforma a través de la cual la expresión se intercambia pública y privadamente. Las empresas de internet en cualquier lugar imponen restricciones a las actividades y expresión de los usuarios, ya sea a pedido de privados o a través de la aplicación de sus términos de servicio. Lo que no es universal es hasta qué punto son transparentes con respecto a estas prácticas, y hasta qué punto estas prácticas cumplen con los parámetros internacionales de derechos humanos.

Para las empresas de telecomunicaciones, el medio principal

de restringirle al usuario expresión y acceso a la información es bloquear o filtrar sitios web o cerrando redes en zonas geográficas particulares. Aunque esas prácticas son comunes en algunas jurisdicciones, no lo son tanto en otras. Sin embargo, existe el riesgo en todas las jurisdicciones de que las empresas de telecomunicaciones atenten contra la libertad de expresión de los usuarios. Por lo tanto, tenemos la posición de que es apropiado y ciertamente necesario evaluar a todas las empresas de telecomunicaciones en criterios de libertad de expresión.

Desempeño en Libertad de Expresión Empresas de telecomunicaciones

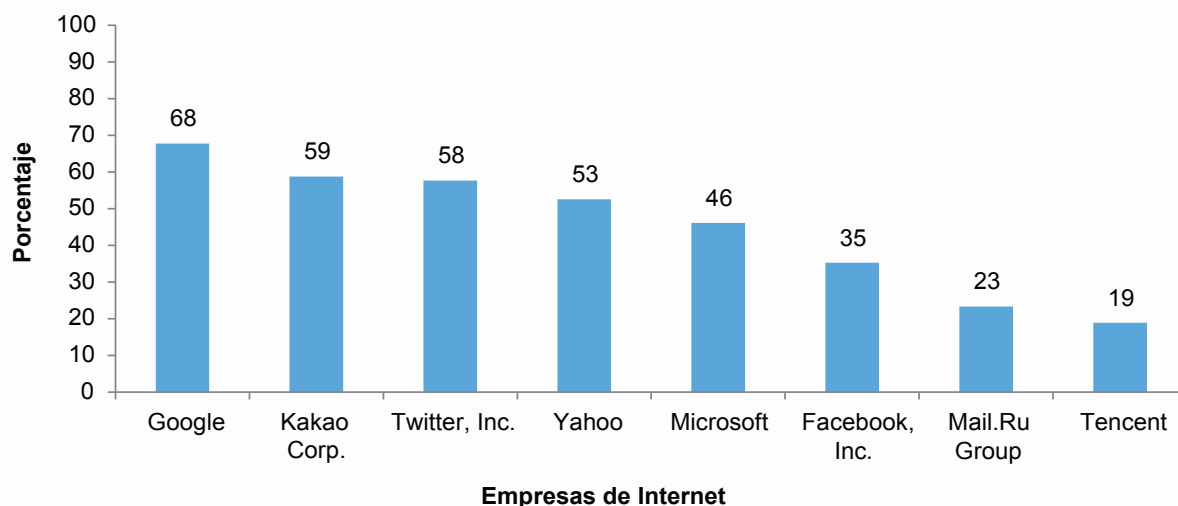


Gestión de redes

El Indicador F10, que investigó prácticas de gestión de redes, se aplicó solamente a empresas de telecomunicaciones. Pregunta si una empresa revela si es que prioriza o deteriora la transmisión o envío de diferentes de contenido, y con qué propósito. si es que lo hace. De manera efectiva, busca revelar si la empresa se adhiere o no a los principios de neutralidad en la red, en el caso que no se adhiera, y por qué no lo haría.

De las ocho empresas de telecomunicaciones evaluadas, solamente Vodafone reveló que no prioriza ni deteriora la transmisión de contenido (en el Reino Unido). Las empresas que no brindaron ninguna revelación en absoluto para los mercados de sus países de origen fueron Etisalat, MTN y Orange. Las otras revelaron hasta qué punto priorizan o deterioran la transmisión de contenido en sus países de origen, y explicaron su objetivo al hacerlo (por ejemplo, acelerar velocidades después de que el usuario consume un cierta cantidad de datos).

Desempeño en Libertad de Expresión: Empresas de Internet



Entre las empresas de telecomunicaciones, Vodafone fue el líder relativo en políticas y prácticas reveladas que afectan la libertad de expresión de los usuarios, aunque recibió crédito por menos del 50 por ciento del puntaje total posible. Fue seguido por otro miembro de Industry Dialogue, AT&T Orange, el tercer miembro de Industry Dialogue en el Índice, siguió de lejos con 29 por ciento. Las empresas restantes fluctuaron entre el 16 y 27 por ciento del puntaje total posible.

Las políticas y prácticas reveladas por Google que afectan la libertad de expresión de los usuarios le valieron a la empresa obtener el 68 por ciento del puntaje total posible, que es alrededor de diez puntos porcentuales más alto que el de las siguientes empresas, Kakao y Twitter, que casi empataron con 59 por ciento y 58 por ciento, respectivamente. Yahoo obtuvo apenas por encima del 50 por ciento del puntaje total posible en libertad de expresión. El bajo puntaje de Microsoft de 46 por ciento se debió al hecho de que hasta mediados de octubre de 2015, su informe de transparencia no incluía información sobre restricción de contenido. El 14 de octubre de 2015, muy tarde como ser incluido en el Índice, Microsoft publicó una versión actualizada de su informe de transparencia, que por primera vez incluyó información sobre solicitudes de retiro de contenido³¹. Esta revelación será evaluada en el próximo Índice.

31. John Frank, “Nuevo Centro de Transparencia debuta con últimos informes”, blog *Microsoft on the Issues*, 14 de octubre de 2015, <https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2015/10/14/new-transparency-hub-debuts-with-latest-reports/>.

La puntuación de Facebook se vio reducida por la falta de revelación (y calidad más baja de políticas) para dos de sus servicios que usan cientos de millones de personas alrededor del mundo: Instagram y WhatsApp (ver informe de la empresa Facebook en la Sección 5 para más detalles).

Revelación de reglas: Muchas empresas, pero no todas, se desempeñaron bien en el indicador que examina la disponibilidad de términos de servicio (Indicador F1). Sin embargo, los puntajes fueron mucho más bajos para el Indicador F2, que examina si las empresas proporcionan a los usuarios notificación y registro de cambios de esos términos. Este indicador espera que las empresas se comprometan claramente a notificar a sus usuarios de cambios en los términos de servicio de mantener un registro con esos cambios. Muchas empresas pusieron objeciones a esas expectativas. Algunos sostuvieron que enviar demasiadas notificaciones a los usuarios y publicar archivos de cambios genera más confusión que claridad. Pero las empresas no están de acuerdo. Kakao recibió puntajes perfectos en dos servicios, Daum Search y Daum Mail, en este indicador.

En dos indicadores en esta categoría, todas las empresas recibieron cuando menos algunos puntos, y a las empresas que de otra manera recibieron puntajes generales bajos les fue relativamente bien. El Indicador F3 pregunta: “¿La empresa revela si prohíbe algún contenido o actividades?”, y el Indicador F4 pregunta: “¿La empresa explica las circunstancias bajo las cuales puede restringir o impedir que los usuarios accedan al servicio?” El punto de estos Indicadores es que las empresas deben ser claras con los usuarios sobre cuáles son reglas y cómo aplican esas reglas.

Aplicación privada: The Black Box

El Indicador F9 pregunta: “¿La empresa publica con frecuencia información sobre el volumen y naturaleza de las acciones tomadas para aplicar los términos y servicios de la propia empresa?” Como ya se mencionó en la Sección 2.1 de este informe, ninguna empresa recibió acreditación en este Indicador.

Varias empresas dijeron a nuestros investigadores en comunicaciones privadas que, en su opinión, publicar información sobre el volumen y tipo de contenido eliminado al aplicar los términos de servicio (por ejemplo, contra el discurso de odio, acoso, incitación a la violencia, contenido sexualmente explícito, etc.) no ayudará a promover la libertad de expresión. Algunos sostuvieron que demasiada transparencia sobre esta aplicación permitiría a delincuentes y personas con intenciones de dañar a otras que “burlaran” al sistema, y otros expresaron que la aplicación privada también incluye combatir el spam, sobre el cual supuestamente no sería significativo darse una idea.

Pero al mismo tiempo, grupos de la sociedad civil en un serie de países han planteado su preocupación de que las empresas aplican su términos de servicio de una manera que es sospechosa y a menudo vista como injusta para algunos grupos.* Esos problemas indican que para que las empresas mantengan o establezcan legitimidad como medio de expresión, también deben ofrecer una mayor transparencia y responsabilidad en relación a cómo controlan el contenido y actividades de sus usuarios.** El puntaje de cero de modo generalizado en este indicador destaca la necesidad de diálogo entre las empresas y otros interesados sobre qué pasos razonables las empresas pueden y deben tomar para ser más transparentes y responsables acerca de cómo aplican sus términos de servicio

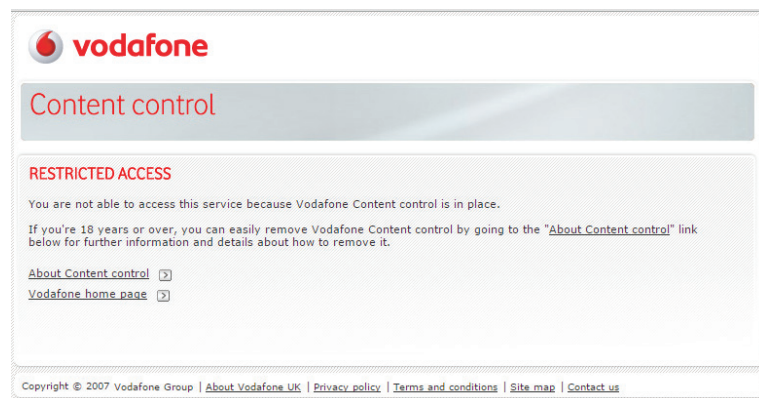
* Por ejemplo, ver Michael Pizzi, “La oposición siria está desapareciendo de Facebook”, *The Atlantic*, 4 de febrero de 2014, <http://www.theatlantic.com/international/archive/2014/02/the-syrian-opposition-is-disappearing-from-facebook/283562>.

** Un proyecto encabezado por *Electronic Frontier Foundation* fue lanzado recientemente para llamar la atención hacia este problema: <https://onlinecensorship.org/>.

Es interesante notar que las empresas que tienen su sede en países donde se registra que la censura de internet es relativamente extensa tendieron a obtener puntajes bastante buenos en estos Indicadores –presumiblemente debido a la necesidad de demostrar cumplimiento de las restricciones legales a la expresión. Para más información, ver los informes de la empresa en la Sección 5 y también las páginas de la empresa y de Indicador en el sitio web del proyecto.

Notificar a los usuarios de las restricciones: El Indicador F5 pregunta: “Si la empresa restringe contenido o acceso, ¿revela cómo notifica a los usuarios?” El Indicador busca compromisos de la empresa para notificar a los usuarios que están bloqueados de acceder a todo o parte del servicio, que están bloqueados de ver contenido o cuando están tratando de ver contenido que ha sido retirado completamente del servicio. Para recibir crédito en este Indicador, esa revelación debe estar a disposición de las personas que no están registradas o suscritas al servicio. Twitter, por ejemplo, explica cómo notifica a los usuarios cuando se les impide ver “contenido retenido por el país” (ver captura de pantalla abajo).

Otras empresas no brindan ningún compromiso disponible públicamente ni revelan materiales sobre cómo o bajo qué circunstancias notifican a los usuarios, aunque los usuarios hayan informado haber recibido notificaciones de empresas cuando trataban de acceder a contenido bloqueado (ver captura de pantalla abajo).



Por ejemplo, una empresa sugirió a nuestros investigadores que deberíamos encontrar un suscriptor de su servicio y pedirle que accediera a un sitio web en particular que la empresa bloquea con la finalidad de verificar que notifican a los usuarios. Como se mencionó anteriormente, para dar crédito, la metodología del Índice no considera información que solamente puede ser verificada por suscriptores que pagan. Es importante que las empresas revelen públicamente



@hannoverticker withheld

This account has been withheld in: Germany. [Learn more](#)

información sobre sus políticas y procesos para notificar a los usuarios sobre restricciones de contenido y acceso. Esas revelaciones mejorarán la responsabilidad en torno a cómo se implementan las restricciones al contenido y al acceso. Esta práctica no solamente permite que los interesados que no son suscriptores evalúen y comparen entre las prácticas de diferentes empresas, sino que también concede a los consumidores una oportunidad de tomar decisiones informadas acerca de cómo se comunican las diferentes empresas con los usuarios sobre las restricciones.

Informe de transparencia: Menos empresas publican revelaciones sobre solicitudes de terceros para restringir contenido –un rubro clave analizado en la categoría Libertad de Expresión– que las que publican revelaciones sobre solicitudes para intercambiar o compartir información del usuario (ver Sección 4.3). Mientras que 11 empresas revelaron algo de información sobre su proceso para responder a solicitudes gubernamentales de información del usuario (ver la discusión del Indicador P9 en la Sección 4.3), solamente ocho revelaron información acerca de su proceso para responder a pedidos gubernamentales de restricción de contenido o de autoridades judiciales (Indicador F6). Nueve de las empresas calificadas publicaron información sobre solicitudes gubernamentales de información del usuario (ver la discusión del Indicador P11 Sección 4.3), pero solamente seis (AT&T, Facebook, Google, Kakao, Twitter y Yahoo) publicaron información acerca de solicitudes

del gubernamentales para retirar contenido del usuario (Indicador F7). De esas, solamente cuatro (Google, Kakao, Twitter y Yahoo) revelaron información relacionada con solicitudes hechas por entidades privadas que no actuaron con autoridad gubernamental o judicial (Indicador F8).

En particular, dos empresas van más allá de informar números y enumerar la ayuda de un proyecto sin fines de lucro para publicar el texto de por lo menos las solicitudes de restricción de contenido que reciben. Fundada en 2001, la base de datos Chilling Effects alojada por el Centro Berkman para internet y Sociedad de Harvard recopila y analiza reclamos y solicitudes legales de retiro de material en línea³². En 2002, Google empezó a remitir solicitudes de retiro de contenido que recibe de titulares de derechos de autor³³. Desde entonces, varias otras empresas incluida Twitter han elegido usar el proyecto como tercero anfitrión neutro para solicitudes de retiro recibidas de todo el mundo³⁴.

Políticas de identidad

El Indicador F11, que se aplica solamente a empresas de internet, pregunta: “¿La empresa requiere a los usuarios que verifiquen su identidad con identificaciones emitidas por el gobierno, o con otras formas de identificación relacionadas con su identidad fuera de línea?” La respuesta “no” recibió el total de puntaje y la respuesta “sí” no recibió puntos. Google, Microsoft, Twitter y Yahoo alcanzaron el máximo puntaje en este indicador. Facebook y Mail.ru ambas alcanzaron el 67 por ciento. Mientras que Instagram, el servicio de publicación de fotos de Facebook, y WhatsApp, la aplicación de mensajería, se pueden utilizar sin que los usuarios deban revelar su verdadero nombre, su red homónima Facebook tiene una política de “nombre real” que requiere a los usuarios que proporcionen, a pedido, formas de identidad que pueden estar conectadas a su identificación emitida por el gobierno. El servicio VKontakte de Mail.ru mantiene una solicitud similar. Kakao recibió un puntaje de 50 por ciento debido a la imprecisión en sus políticas sobre las circunstancias y métodos por los que la empresa puede buscar verificar la identidad de un usuario. Tencent no recibió puntaje debido a una fuerte política de “nombre real” para todos los servicios. Para más información sobre cómo la estricta aplicación de políticas de “nombre real” pueden reprimir la libertad de expresión, por favor ver la carta abierta a Facebook publicada por una coalición de organizaciones no gubernamentales que representan a personas que han sufrido perjuicio como resultado de esas políticas.*

* “Carta abierta: Facebook debe cambiar su política incierta de “Nombre Real”, *Global Voices Advocacy*, 5 de octubre de 2015, <https://es.globalvoices.org/2015/10/06/carta-abierta-facebook-debe-cambiar-su-politica-incierta-de-nombre-real/>.

32. Sitio web de *Chilling Effects*: <https://www.chillingeffects.org>.

33. Ver por ejemplo: DtecNet DMCA (Copyright) Reclamo a Google, *Chilling Effects* Clearinghouse, 12 de marzo de 2013. www.chillingeffects.org/notice.cgi?SID=841442.

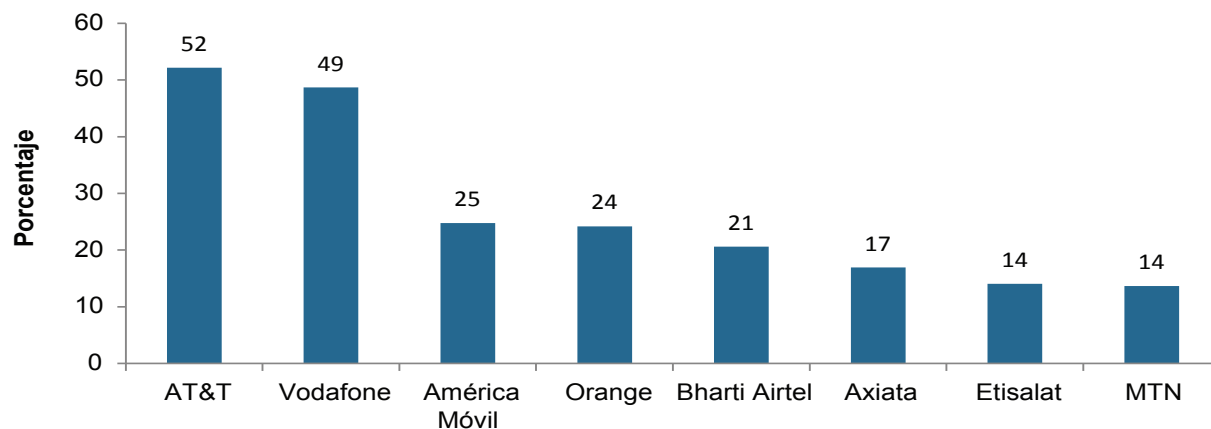
34. Acerca de: *Chilling Effects*, <https://www.chillingeffects.org/pages/about>; y “Grandes aumentos de volumen y actualizaciones de Informe de Transparencia de Google,” *Chilling Effects Blog*, 13 de diciembre de 2012. https://www.chillingeffects.org/blog_entries/585.

4.3 Privacidad

Esta categoría examina si los compromisos y revelaciones de las empresas demuestran esfuerzos creíbles de respetar el derecho de los usuarios a la privacidad. Las empresas que se desempeñaron bien en esta categoría mostraron un fuerte compromiso público con la transparencia, no solamente en términos de cómo responden a los pedidos gubernamentales, sino también cómo determinan, comunican y aplican los términos de servicio y prácticas comerciales que afectan la privacidad de los usuarios. Los compromisos para proteger y defender la seguridad digital de los usuarios son también un componente importante de esta categoría.

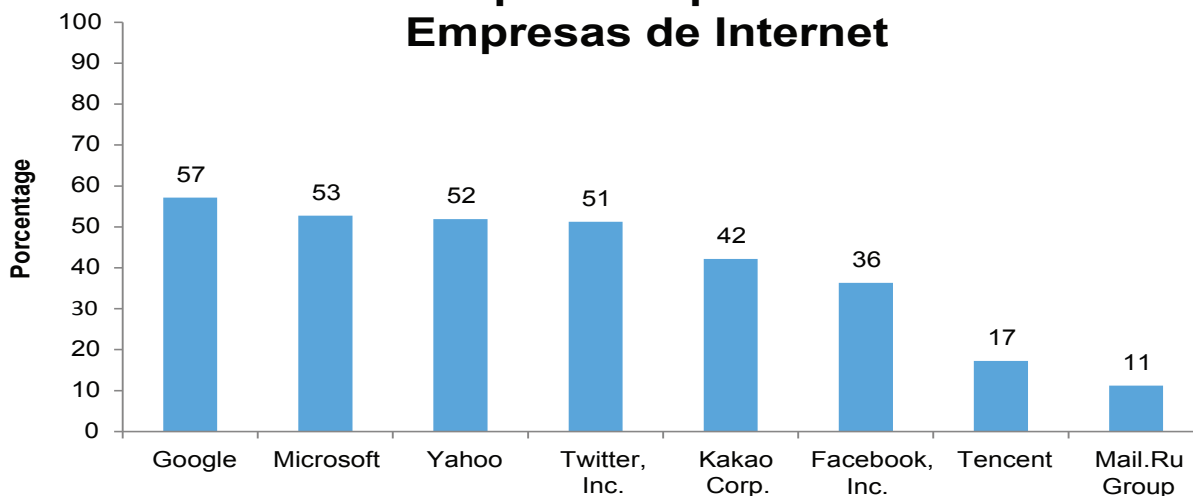
AT&T y Vodafone fueron los claros líderes entre las empresas de telecomunicaciones, con un puntaje de 52 y 49 por ciento respectivamente, del puntaje total posible en revelación de políticas y prácticas que afectan la privacidad de los usuarios (ver informes de las empresas en la Sección 5 de este informe y en el sitio web del proyecto para mayor análisis de los factores que contribuyeron con el puntaje de ambas empresas). América Móvil, Orange y Bharti Airtel se colocaron en la franja entre el 21 y 25 por ciento. Axiata, Etisalat y MTN siguieron con puntajes ubicados en la primera decena.

Desempeño en privacidad: Empresas de telecomunicaciones



Empresas de telecomunicaciones

Desempeño en privacidad: Empresas de Internet



Empresas de Internet

Las cuatro empresas principales, Google, Microsoft, Yahoo y Twitter obtuvieron más de 50 por ciento del puntaje total posible, con puntajes entre 51 y 57 por ciento. Les siguieron Kakao con 42 por ciento y Facebook con 36 por ciento. El puntaje de Facebook en privacidad se vio afectado por los mismos factores que influyeron en su puntaje de la categoría de Libertad de Expresión: falta de una sólida política y revelación para Instagram y WhatsApp en contraste con el más sólido desempeño del servicio mismo de Facebook. Tencent y Mail.ru siguieron de lejos.

Revelaciones a los usuarios sobre manejo de la empresa de su información: Como expresamos anteriormente en las Secciones 2 y 3, nuestra investigación encontró incoherencias a nivel del sector en las revelaciones a los usuarios sobre cómo las empresas manejan su información: qué se recopila, cómo se recopila, cuánto tiempo se conserva y con quién se intercambia.

Casi todas las empresas hicieron algún esfuerzo para ayudar a los usuarios a entender sus políticas de privacidad, por ejemplo, escribiéndolas en lenguaje simple o usando encabezados en las secciones y listas con viñetas para ayudar a los usuarios a absorber la información. A pesar de esto, las empresas no lograron brindar una imagen clara de cómo manejan la información del usuario. Como se explica en la Sección 1.1, este proyecto toma una amplia interpretación de “información del usuario”, y la define como “cualquier información o dato que está asociado con una persona identificable, o puede estar asociada con una persona identificable combinando conjuntos de datos o utilizando técnicas de minería de datos”³⁵.

Todas las empresas explicaron de alguna manera al menos sobre la información que recopilan de los usuarios (Indicador P3). Kakao fue la única empresa que se compromete explícitamente a la minimización de la información: limita la recopilación de información del usuario a lo directamente relevante y necesario para lograr el propósito de su servicio. Aunque otras empresas se pueden adherir a requisitos legales para la minimización de información, su propia revelación a los usuarios no lo menciona claramente.

Todas las empresas también revelaron algo de información sobre lo que intercambian con terceros (Indicador P4), aunque las empresas se desempeñaron significativamente peor en revelaciones sobre intercambio que recopilación. En parte, esto surge del uso de diversos términos relacionados con información del usuario, como “información personal”, “datos personales”, “información personal privada”, “información personal delicada” o “información anónima”. Aun cuando estos términos fueron definidos por políticas, no quedó claro qué tipo de información del usuario incluyeron o no esos términos. Por ejemplo, si una empresa afirmaba que no intercambiaba información personal con terceros, pero su definición de “información personal” solamente incluía puntos como nombre, dirección de correo electrónico, no

35. Ver <https://rankingdigitalrights.org/proyecto-documents/2015-Indicadores/#userinformación>.

quedaba claro si la empresa intercambiaba datos de registro o datos de ubicación con terceros.

Los debates sobre qué constituye información privada, personal, delicada o anónima están lejos de quedar zanjados, particularmente dado el continuo avance de las técnicas de análisis de datos que pueden combinar información de maneras impredecibles. No obstante, si las empresas explican más claramente cómo manejan los diferentes tipos de información que recopilan, los usuarios pueden tomar elecciones informadas sobre a quién encomendar su información.

Ninguna empresa explicó claramente si los usuarios pueden controlar lo que la propia empresa recopila e intercambia sobre sus usuarios (Indicador P5). Mientras seis empresas permiten a sus usuarios optar por no intercambiar su información con cualquier propósito de aplicativos de integración o analíticos, se deja a los usuarios preguntándose si esto es lo único que tienen por decir en la manera en que se intercambia su información. Además, la mitad de las empresas no explicaron si los usuarios pueden acceder a la información que sobre ellos tiene la empresa (Indicador P6), y siete no ofrecieron detalles de cuánto tiempo retienen la información del usuario (Indicador P7).

Como se expresó previamente, a pesar de las fuertes leyes de protección de información de la Unión Europea, las dos empresas con sede en Europa que están en el Índice no tuvieron el mayor desempeño en los Indicadores que examinan revelación de la empresa sobre recopilación, retención e intercambio de información del usuario. Por ejemplo, en el Indicador P4, que pregunta si las empresas revelan si intercambian la información del usuario con terceros y por qué lo hacen, Orange y Vodafone revelaron menos información que AT&T y varias empresas de internet con sede en Estados Unidos. En el Indicador P7, que examina si las empresas revelan a los usuarios cuánto tiempo retienen la información del usuario, Orange no recibió ningún crédito (junto con AT&T), en tanto que el puntaje de Vodafone fue más bajo que varias empresas de internet con sede en Estados Unidos.

Aunque las empresas con sede en Europa puedan estar comunicando esos asuntos a los reguladores con la finalidad de garantizar el cumplimiento de la ley, no se comunican tan bien con los usuarios –al menos, los que no son versados en telecomunicaciones y ley de privacidad. En las Secciones 2 y 3 previas, analizamos las razones por las que, desde una perspectiva de derechos humanos, es insuficiente que las empresas se comuniquen con los reguladores y que no se comuniquen claramente con los usuarios sobre qué ocurre con su información.

Las empresas de internet también fueron evaluadas en cuanto a revelación sobre si y cómo recopilaban información del usuario de otros servicios y sitios web (Indicador P8). Esa revelación ayuda a los usuarios a entender cómo sus actividades en línea fuera de los servicios de una empresa, rastreada por medio de “cookies” y otros mecanismos de rastreo en la web, pueden afectar su uso de esos servicios. Facebook, Inc.

y Google obtuvieron puntajes muy bajos en este Indicador (un solo dígito para cada empresa), en tanto que Microsoft y Yahoo revelaron un poco más³⁶. Twitter fue el claro líder en este indicador: fue la única empresa en el Índice que apoyó el parámetro “No Rastrear”³⁷ que permite que los usuarios se excluyan de algunos rastreos en la web. Ninguna de las otras empresas de internet reveló nada sobre si recopilan con terceros información del usuario.

Obstáculos legales a la transparencia sobre solicitudes gubernamentales: tres indicadores en la categoría Privacidad se centran en maneras como las empresas pueden ser transparentes acerca de solicitudes de terceros de información del usuario. Específicamente, los indicadores se centran en procesos de la empresa para responder a solicitudes de terceros de información del usuario (P9), notificación al usuario acerca de solicitudes de terceros de información del usuario (P10) y datos sobre solicitudes de terceros de información del usuario (P11). Todas las empresas enfrentan diversas barreras legales –principalmente seguridad nacional y leyes de secreto– que hace difícil en algunos casos obtener puntajes perfectos en algunos de estos tres indicadores.

En el Indicador P9, que examina la revelación de empresas de procesos para responder a solicitudes gubernamentales u otros terceros de información del usuario, las empresas con el puntaje más alto del Índice tienen su sede en países donde la ley no es un obstáculo para revelar información básica sobre esos procesos. Sin embargo, en otros países, se puede interpretar que la ley evita potencialmente al menos algunos procesos (ver el informe de la empresa en la Sección 5 o en el sitio web del proyecto para la empresa francesa Orange, que recibió puntaje de cero en el Indicador P9). En otros países, como Sudáfrica, la ley prohíbe que se revele el hecho de que el gobierno ha hecho alguna solicitud de información del usuario. Si MTN, la empresa sudafricana en este Índice, publicara su proceso para manejar solicitudes del gobierno sudafricano, reconocería la existencia de esas solicitudes, y violaría así la ley³⁸. En China, donde Tencent tiene su sede central, se podría considerar que una empresa viola la seguridad nacional y leyes de secretos de estados por revelar cómo reciba y responde las solicitudes³⁹.

Las leyes de muchos países restringen las circunstancias bajo las cuales las empresas pueden notificar a los usuarios sobre solicitudes gubernamentales de información del usuario.

36. Para un conjunto completo de elementos en este Indicador, ver rankingdigitalrights.org/proyecto-documents/2015-Indicadores/#P8; para una definición de “señales generadas por el usuario” usada en este Indicador ver rankingdigitalrights.org/proyecto-documents/2015-Indicadores/#usergenerated.

37. Ver <http://donottrack.us/>.

38. Charlie Fripp, “Empresas de telefonía sudafricanas pueden ser usadas para espiar, pero no puedo decirte cuándo”, *htxt.africa*, 6 de junio de 2014, <http://www.htxt.co.za/2014/06/06/sa-phone-companies-may-be-used-for-spying-but-cant-tell-you-when/>.

39. Sky Canaves, “Pekín revisa ley de secretos de estado”, *The Wall Street Journal*, 29 de abril de 2010, <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052748703572504575213944098022692>.

Ninguna empresa de telecomunicaciones en ningún país recibió puntaje alguno en el Indicador P10, que pregunta si la empresa notifica a los usuarios sobre solicitudes de información del usuario por parte de terceros. Sin embargo, la mayoría de los servicios de todas las empresas de internet con sede en Estados Unidos recibieron crédito por comprometerse a notificar a los usuarios cuando entidades gubernamentales (incluidos juzgados u otros entes judiciales) solicitan información de sus usuarios. Muchas también recibieron crédito por revelar situaciones cuando la empresa puede no notificar a los usuarios, incluida una descripción de las solicitudes gubernamentales que por ley están impedidos de revelar a los usuarios.

En el Indicador P11, que analiza si la empresa publica datos sobre solicitudes gubernamentales y otros terceros de información del usuario, las empresas con sede en Estados Unidos (excepto Facebook) y Kakao de Corea obtuvieron puntajes sustancialmente más altos que las otras únicas dos empresas que recibieron algún puntaje por este Indicador, Orange y Vodafone (ambas con 35 por ciento). Las empresas con sede en Estados Unidos informan sobre la cantidad de solicitudes recibidas, mientras las dos empresas europeas de telecomunicaciones proporcionan información más general. Vodafone cita la ley como una barrera para publicar detalles adicionales (ver informe de la empresa en la Sección 5 para más detalles). En cuanto a las empresas que no obtuvieron puntaje en este indicador, algunas como MTN en Sudáfrica, enfrentan claras prohibiciones legales contra informar sobre solicitudes gubernamentales de información del usuario. Sin embargo, para América Móvil en México, la ley no impone las mismas limitaciones.

Los informes individuales de las empresas en Sección 5 y en el sitio web del proyecto contienen más detalles sobre los contextos legales específicos en los que cada empresa funciona.

Las leyes en muchos países evitan que las empresas revelen información sobre por lo menos algunas solicitudes gubernamentales, y eso hace que los puntajes de las empresas en el Índice sean más bajos. Es más, algunos interesados incluso en sociedades muy abiertas sostienen que, por razones de seguridad y de aplicación de la ley, no es conveniente que las empresas sean totalmente transparentes sobre todas las solicitudes gubernamentales. Sin embargo, creemos que nuestro estricto enfoque a la puntuación de estos Indicadores ofrece un marco de trabajo para un debate necesario entre los interesados sobre qué prohibiciones en cuanto a revelaciones son realmente necesarias en sociedades comprometidas a integrar preocupaciones y prácticas relacionadas con la seguridad con estándares internacionales de derechos humanos.

En algunos países, las leyes que prohíben la revelación de solicitudes de información del usuario a las empresas, también abarcan algunas categorías de órdenes judiciales. En muchos países, las leyes no son claras sobre qué procesos y solicitudes puede ciertamente una empresa revelar legalmente.

Las empresas en todas partes indican que deben errar en el aspecto de la precaución con la finalidad de proteger a sus trabajadores de un proceso.⁴⁰

Nuestros resultados en estos indicadores destacan la necesidad de reformas legales que aclaren lo que las empresas pueden o no revelar antes, durante y después del hecho. Las prohibiciones en torno a la revelación deben limitarse muy estrechamente a las circunstancias⁴¹. Además, no hay razones convincentes por las que a las empresas no les deben permitir –los gobiernos que sostienen estar comprometidos con la responsabilidad pública– informar a los usuarios por lo menos de los tipos de solicitudes que están prohibidas de revelar.

La falta de transparencia sobre solicitudes privadas: Indicadores P9, P10 y P11 (analizados arriba) contenían todos elementos que examinaban revelaciones sobre solicitudes privadas, además de solicitudes gubernamentales cuya revelación puede ser legalmente problemática en algunos lugares y contextos. Aunque las leyes de confianza pueden impedir a las empresas que revelen información sobre solicitudes específicas, ninguna empresa enfrenta prohibiciones legales directas contra descripciones generales de sus procesos por responder a solicitudes de información del usuario hechas por privados, aunque algunas se ven disuadidas por ambigüedad legal o un estado de derecho débil. En algunas jurisdicciones, la línea entre lo público y lo privado es borrosa. En China, por ejemplo, los funcionarios gubernamentales son conocidos por hacer solicitudes a través de canales privados, como mensajes de texto en teléfonos móviles a trabajadores de las empresas que entienden que habrá consecuencias si se rehúsan⁴². En esas jurisdicciones, puede no ser realista esperar transparencia corporativa sobre la mayoría de solicitudes de terceros sin poner en riesgo a trabajadores individuales hasta que se fortalezcan mecanismos legales para evitar el abuso del poder gubernamental.

En muchas otras jurisdicciones donde el debido proceso y el estado principio de legalidad es más claro –en otras palabras, en países donde es posible que las empresas enfrenten a las autoridades gubernamentales en los tribunales, y que las personas enfrenten a las empresas y al gobierno– los expertos legales que consultamos no pudieron identificar las razones por las que las empresas no puedan o no deban revelar sus políticas y prácticas para manejar solicitudes privadas, al igual que información sobre la cantidad de solicitudes privadas que reciben.

En Estados Unidos, aunque la ley limita a las empresas a pro-

40. Ver por ejemplo Informe de Vodafone sobre revelación de aplicación de la ley 2015, p.3. http://www.vodafone.com/content/dam/sustainability/vodafone_law_enforcement_disclosure_report_2015.pdf.

41. Notificación al usuario. Principios internacionales sobre aplicación de derechos humanos a vigilancia de las comunicaciones, principios necesarios y proporcionados, mayo de https://en.necessaryandproportionate.org/text#principle_8.

42. “China”: Libertad en la red 2014, *Freedom House*, <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2014/china>.

porcionar a terceros el contenido de comunicaciones de los usuarios, no evita el intercambio de alguna otra información del usuario con terceros no gubernamentales⁴³. Al menos algunas de esas solicitudes han ocurrido aparentemente: hay casos documentados de propietarios de propiedad intelectual y reclamantes de difamación tratando de resolver problemas sobre infracciones que han solicitado información sobre inscritos en el nombre de dominio que usan servicios de privacidad y de apoderado para mantener sus datos personales fuera de la base de datos WHOIS de ICANN⁴⁴. Por consiguiente, es razonable esperar que una empresa aclare y revele si acepta o responde solicitudes privadas para alguna información que atañe a los usuarios. Las empresas estadounidenses que revelan esa información incluyen a Tumblr (propiedad de Yahoo)⁴⁵.

Nuestra metodología pues tiene la posición de que las empresas que tienen una política de no aceptar solicitudes privadas hechas sin ninguna autoridad legal tienen una obligación de informar claramente a los usuarios de sus compromisos, políticas y prácticas en torno a esas solicitudes, pues atañen a diferentes tipos de información del usuario.

Por esta razón, las empresas que no hacen revelaciones públicas sobre solicitudes privadas de información del usuario –ya sea que reciban o cumplan, o no, con esas solicitudes– pierden puntos en nuestros tres indicadores referidos a solicitudes de terceros. Algunas de estas empresas aseguraron en conversaciones con nuestros investigadores que tienen políticas de no aceptar o cumplir con solicitudes privadas de información del usuario. Si estas empresas revelan en el futuro claramente a los usuarios esos compromisos y políticas a los usuarios, sus puntajes pueden aumentar fácilmente en varios indicadores relevantes en futuras ediciones del Índice.

Para el Indicador P9, solamente un servicio de una empresa, Tumblr (adquirida por Yahoo en 2013), brindó revelación que claramente afirma que no recibe solicitudes sin una citación válida, orden de registro u otra orden gubernamental. Todas las otras empresas fueron demasiado imprecisas en su revelación como para recibir crédito en elementos que examinan solicitudes privadas en P9 y también en P10 y P11.

Parámetros de seguridad: el Indicador P12 examina varios aspectos relacionados con seguridad de la revelación de las empresas, incluido si llevan a cabo auditorías de seguridad, si están al día con los últimos parámetros de encriptación

43. <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/18/2702>.

44. Por ejemplo, ver <http://www.bailii.org/ew/cases/EWHC/QB/2015/2628.html> y Jeremy Malcolm y Mitch Stoltz: “Cambios a reglas de nombre de dominio ponen en riesgo la privacidad del usuario”, *Electronic Frontier Foundation*, 23 de junio de 2015, <https://www.eff.org/deeplinks/2015/06/changes-domain-name-rules-place-user-privacy-jeopardy>.

45. <https://wiki.sonic.net/wiki/Category:Policies#Privacy>; “Pautas de aplicación de la ley”, CREDO Mobile, <http://www.credomobile.com/law-enforcement-guidelines>.; “Informe de Transparencia 2014”, Dropbox, <https://www.dropbox.com/transparency>.

y tienen vigentes sistemas para limitar el acceso de sus trabajadores a la información del usuario. El indicador aplicó seis elementos diferentes para empresas de Internet y cuatro elementos para empresas de telecomunicaciones (ver páginas de indicador en el sitio web del proyecto para mayores detalles). Dos empresas de telecomunicaciones obtuvieron el puntaje total: AT&T y Vodafone. Orange quedó tercera, Kakao cuarta y Google quinta. Otras empresas que obtuvieron al menos 50 por ciento del puntaje total posible en este indicador fueron Yahoo, Microsoft, Bharti Airtel y Twitter. Varias empresas más obtuvieron entre 10 y 40 por ciento: Facebook, Mail.ru, América Móvil, Axiata y MTN. Etisalat y Tencent no obtuvieron puntos.

Educación en seguridad: El indicador P14 examina si una empresa publica información para ayudar a los usuarios a defenderse contra ciberamenazas. Algunas empresas recibieron el puntaje total: América Móvil, AT&T, Bharti Airtel, Google, Orange y Vodafone. Es claro para nuestros investigadores y expertos legales a los que consultamos que no hay razón por la que todas las empresas no deberían poder obtener el puntaje total en este indicador.

Encriptación de contenido de los usuarios: El Indicador P13 se aplicó solamente a empresas de internet. Las empresas solamente podían recibir crédito completo si el contenido del usuario privado está encriptado de extremo a extremo por defecto –en otras palabras, la propia empresa no tiene acceso al contenido en sí, ni a las claves de encriptación necesarios para desencriptarlo. Este indicador obviamente no se aplica a características de medios sociales a través de los cuales los usuarios intencionalmente intercambian contenido con grupos grandes, o públicamente. Se aplica a servicios como correo electrónico, chat y otra mensajería privada que ofrecen las empresas de internet, a veces conjuntamente con plataformas de medios sociales de cara al público. Ninguna empresa en el Índice de este año obtuvo puntaje total en este indicador, y solamente una empresa (Kakao por su servicio de mensajería KakaoTalk) recibió crédito parcial por su característica opcional de encriptación.

Hasta en los países donde internet se considera relativamente libre, para noviembre de 2015, se está proponiendo legislación para declarar ilegal esa encriptación. Por ejemplo, el primer ministro británico David Cameron ha estado pidiendo una prohibición a la encriptación que es impenetrable para

cualquiera menos para el usuario final⁴⁶, como ha hecho James Comey, director de la Oficina Federal de Investigación de Estados Unidos⁴⁷. El abrumador consenso entre expertos en seguridad de computadoras es que la encriptación que contiene una “puerta trasera” no es encriptación en absoluto.⁴⁸

Las leyes que prohíben la encriptación harán a las empresas menos competitivas en este indicador, por no mencionar que harán que internet sea menos seguro y menos libre. Aunque las declaraciones públicas de algunos políticos han descrito la encriptación como algo que permite principalmente actividad delictiva, este indicador está incluido en el Índice porque apoyamos la idea de que la encriptación es la defensa más sólida del usuario de internet contra un ataque informático malicioso, robo de identidad, fraude financiero, robo de propiedad intelectual y otros delitos graves. La encriptación es también necesaria para proteger la libertad de expresión y la seguridad física de los periodistas, defensores de derechos humanos, activistas políticos y usuarios comunes y corrientes de vigilancia masiva que aumenta, incluso de países que encarcelan rutinariamente a sus ciudadanos por lo que dicen en línea.⁴⁹

46. Price, R. (1 de julio de 2015). David Cameron tratará y prohibirá la encriptación en Gran Bretaña. *Business Insider*. Obtenido de <http://www.businessinsider.com/david-cameron-encryption-back-doors-iphone-whatsapp-2015-7>.

47. Comey, J. (16 de octubre de 2014). “Pasar a la oscuridad: ¿Están la tecnología, la privacidad y seguridad pública en camino a colisionar?” *Brookings Institution*, Washington, DC. Obtenido de <http://www.fbi.gov/news/speeches/going-dark-are-technology-privacy-and-public-safety-on-a-collision-course>.

48. See Abelson, H. H., Anderson, R., Bellovin, S. M., Benaloh, J., Blaze, M., Diffie, W. W., ... & Weitzner, D. J. (2015). Llaves bajo felpudos. *Communications of the ACM*, 58(10), 24-26. Disponible en <http://hdl.handle.net/1721.1/97690>.

49. Ver el informe del Relator Especial en promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y expresión, David Kaye, en “Encriptación, anonimato y marco de derechos humanos”, 22 de mayo de 2015, <http://www.ohchr.org/EN/Issues/FreedomOpinion/Pages/CallForSubmission.aspx>. Para mayores detalles sobre la importancia de la encriptación, recomendamos al lector los siguientes recursos: *Crypto*, de Steven Levy (2001); *Data and Goliath*, de Bruce Schneier (2015); y el *Netizen Report* semanal de Global Voices.

5. INFORMES DE LAS EMPRESAS

5.1 Empresas de Internet	33
Facebook, Inc	33
Google	35
Kakao Corp.	37
Mail.ru Group	39
Microsoft	41
Tencent	43
Twitter, Inc	45
Yahoo	47
5.2 Empresas de telecomunicaciones	49
América Móvil	49
AT&T	51
Axiata	54
Bharti Airtel	56
Etisalat	59
MTN	61
Orange	64
Vodafone	67

Facebook, Inc.

www.facebook.com

NasdaqGS: FB

Facebook, Inc. dirige plataformas de redes sociales para usuarios a nivel global. La principal de todas es el aplicativo móvil de Facebook y el sitio web que permite conectar e intercambiar; Messenger, un aplicativo de mensajería de móvil a móvil; Instagram, aplicativo móvil de intercambio de fotos y videos; y WhatsApp Messenger, aplicativo de mensajería móvil multiplataforma. Además de estas plataformas, también ofrece herramientas para facilitar a los programadores a crear aplicaciones móviles y web que permiten la integración de contenido externo a las plataformas de Facebook. Para diciembre de 2014, tenía 1,190 millones de usuarios activos al mes y 890 millones de usuarios activos diariamente.

Services evauados:

Facebook (red social)
Instagram (intercambio de fotos y video)
WhatsApp (plataforma de mensajería)

Rubro:

Software y servicios de internet

Domicilio: Estados Unidos

Capitalización del mercado:
USD 274,823 millones*

PUNTAJE TOTAL - 41%

Facebook, Inc. se ubicó en sexto lugar de ocho empresas de internet en el puntaje total. El desempeño de la empresa en todas las categorías se vio afectado porque sus revelaciones a veces no incluyeron Instagram. La revelación por parte de y sobre WhatsApp fue notoriamente menor y de menor calidad que la revelación que atañe a su servicio homónimo, la red social Facebook. Si la empresa Facebook, Inc. hubiera sido evaluada sobre la fortaleza de sus políticas y compromisos relativos solamente al servicio de Facebook, su puntaje total hubiera sido considerablemente más alto. Facebook, Inc. adquirió Instagram en 2012 y WhatsApp en 2014. La metodología del Índice hace responsable a una corporación por las políticas y prácticas de un nuevo servicio, subsidiaria o adquisición luego de un periodo inicial de seis meses. Dado el creciente uso de Instagram (400 millones de usuarios¹) y WhatsApp (900 millones de usuarios²) en todo el mundo, Facebook, Inc. debería ser considerada completamente responsable sobre sí –y sobre hasta qué punto– Instagram y WhatsApp demuestran respeto por la libertad de expresión y privacidad de los usuarios.

COMPROMISO - 62%

Aun cuando perdió puntaje debido a WhatsApp, la revelación de Facebook Inc. sobre su compromiso y sus esfuerzos para implementarlos le valieron a la empresa el cuarto lugar en esta categoría, y se ubicó con más de veinte puntos porcentuales por encima de la siguiente empresa, Kakao. Facebook, Inc. se unió a Global Network Initiative (GNI) en 2013. Sus revelaciones relacionadas con evaluación del impacto en derechos humanos (Indicador C4) fueron mínimas; después de que la empresa complete su primera ronda de evaluaciones como miembro nuevo de GNI, el puntaje de la empresa probablemente aumente en la dirección de las empresas fundadoras de GNI.

Facebook Inc. no tiene evidencia de supervisión a nivel de la junta directiva para asuntos relacionados con la libertad de expresión y privacidad, y la revelación pública de la empresa no ofrece información sobre si la supervisión ejecutiva y gerencial se ha extendido a WhatsApp (C2). La empresa ofrece poco en la vía de la revelación pública sobre mecanismos de reclamo y solución (C6) para los usuarios que crean que se infringió libertad de expresión o sus derechos de privacidad en relación con el negocio de la empresa.

* S&P Capital IQ, verificado el 16 de octubre de 2015.

1. Ver <http://www.cnbc.com/2015/09/23/instagram-hits-400-million-users-beating-twitter.html>

2. Ver <http://fortune.com/2015/09/04/whatsapp-900-million-users/>

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 35%

Facebook, Inc. se ubicó sexta de ocho empresas de internet en Libertad de Expresión, y su puntaje fue cerca de la mitad del puntaje más alto en esta categoría. En algunos casos, el puntaje de la empresa se vio arrastrado por la falta de revelación y políticas de baja calidad de Instagram y WhatsApp. Sin embargo, en un caso lo opuesto fue cierto. En revelación sobre política de identidad (F11), el servicio de Facebook no obtuvo ningún punto porque puede requerir que los usuarios verifiquen su identidad, ya sea con identificación emitida por el gobierno o con otras formas de identificación relacionada con la identidad fuera de línea. WhatsApp e Instagram obtuvieron crédito pleno en este indicador porque no requieren la misma revisión de identificación.

Transparencia sobre solicitudes para restricción de contenido: Facebook, Inc. obtuvo altas calificaciones por revelar claramente qué contenido o actividades no permite o cómo aplica sus reglas (F3). Sin embargo, a la empresa le fue peor en revelación sobre las circunstancias bajo las cuales puede restringir o negar acceso al servicio (F4). Entre las empresas de internet que publican informes de transparencia sobre solicitudes gubernamentales para restringir contenido o acceder al servicio (F7), la revelación de Facebook es la menos extensa y tampoco logra aclarar si incluye otros servicios además del servicio de Facebook. No brinda información sobre solicitudes privadas – de personas o entidades que no actúan bajo auspicio gubernamental– para retirar o restringir contenido (F8).

Aplicación de los términos de servicio: La empresa no proporciona información sobre el volumen y naturaleza de contenido que restringe o retira al aplicar sus términos de servicio (F9). Ninguna empresa en el Índice recibió créditos en este Indicador. Los representantes de Facebook, Inc. dejaron en claro a nuestro equipo de investigación que, en su opinión, este tipo de revelación no sería significativa ni útil para la libertad de expresión de los usuarios.

PRIVACIDAD - 36%

Las revelaciones y políticas de Facebook, Inc relacionadas con la privacidad se quedaron atrás de todos sus pares examinados en este Índice –salvo por Tencent y Mail.ru, a los que sobrepasó por un gran margen. Similar al desempeño de la empresa en otras categorías, las políticas relacionadas con la privacidad para WhatsApp e Instagram estuvieron incompletas o no existieron comparadas con la revelación del servicio de Facebook.

Manejo de información del usuario: Facebook, Inc. hace un mejor trabajo que las otras empresas de internet con domicilio en Estados Unidos sobre la recopilación de información del usuario (P3) aunque se queda por detrás de Kakao. La revelación de la empresa acerca de recopilación de información del usuario por parte de terceros (P8) fue particularmente pobre, y como la mayoría de las empresas, Facebook, Inc. ignora el parámetro “No Rastrear” que permite a los usuarios no elegir algunos rastreos en la web³. Aunque el servicio de Facebook brinda a los usuarios algunas opciones para controlar el intercambio de su información por parte de la empresa (P5), no hubo suficiente evidencia de que WhatsApp e Instagram ofrezcan opciones similares. Las revelaciones de la empresa acerca de si y por qué intercambia información del usuario con terceros (P4) estuvieron en medio de un grupo que generalmente necesita mejorar. La revelación sobre retención de información del usuario (P7) fue mucho mejor para el servicio de Facebook que para Instagram y WhatsApp, aunque el servicio de Facebook recibió solamente crédito parcial. De manera similar, mientras el servicio de Facebook obtuvo el total de puntos por permitir a los usuarios ver la información que tiene sobre ellos (P6), WhatsApp e Instagram ofrecieron menos o ninguna información, respectivamente.

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: Los informes de transparencia sobre solicitudes de terceros de información del usuario (P11) fueron bastante sólidos para el servicio de Facebook, pero la revelación de la empresa no ofreció información sobre si se incluyó a Instagram y WhatsApp. Aunque un representante de la empresa dijo a nuestro equipo de investigación en comunicaciones privadas que los informes de transparencia de la empresa incluyen a Instagram, esta información no está disponible para usuarios que no tienen conexiones personales con los trabajadores de la empresa y por lo tanto no cumple con los requisitos para crédito, según la metodología del Índice.

Seguridad: Sobre prácticas de seguridad (P12), el servicio de Facebook recibió un puntaje alto (aunque no perfecto), pero hubo poca revelación de los otros servicios. La empresa no recibió créditos en encriptación de contenido privado del usuario (P13) porque los usuarios del servicio de Facebook e Instagram no pueden encriptar sus mensajes privados. Además, aunque WhatsApp afirma que “la comunicación de WhatsApp entre tu teléfono y nuestro servidor está encriptada”, el servicio no ofrece suficientes detalles para determinar si el contenido del usuario está encriptado de manera que la empresa no tenga acceso. Aunque el puntaje para este Indicador se basa en revelación de la empresa, cabe destacar que Open Whisper Systems, que se ha asociado con WhatsApp, afirma: “el cliente WhatsApp Android todavía no admite mensajería encriptada para chat grupal o mensajes de medios”⁴ con lo que sugiere que la encriptación no está disponible a través del servicio. De la misma manera, no encontramos información sobre encriptación en otras plataformas como iOS y Windows Phone. Finalmente, aunque el servicio de Facebook ha tomado medidas para instruir a los usuarios sobre amenazas de seguridad (P14), la más débil revelación de Instagram y la falta de revelación de WhatsApp motivaron el bajo puntaje de la empresa en este Indicador.

3. See <http://donottrack.us/>.

4. See <https://whispersystems.org/blog/whatsapp/>

Google, Inc.

www.google.com

NasdaqGS: GOOGL

Google, Inc. (ahora subsidiaria de Alphabet Inc.) es una importante empresa global de tecnología que elabora una serie de productos y servicios que facilitan el descubrimiento y manejo de información. Junto a su significativo conjunto de aplicaciones y dispositivos para el consumidor, Google también brinda servicios de publicidad que representan una significativa mayoría de sus ingresos. Principalmente presta servicios a través de internet y también se ha expandido a productos de hardware.

Servicios evaluados:

Google Search (motor de búsqueda de internet)
Gmail (plataforma de correo electrónico)
YouTube (plataforma de intercambio de video)

Sector:

Software y servicio de internet

Domicilio: Estados Unidos

Capitalización del mercado:

USD466,718 millones*

PUNTAJE TOTAL - 65%

Google, miembro fundador de Global Network Initiative (GNI), obtuvo el mayor puntaje general en el Índice. Sin embargo, hay mucho espacio para mejorar. Aunque los aspectos de la ley estadounidense y el modelo de negocio de la empresa necesitarían cambiar para que Google lograra un puntaje perfecto, el puntaje de la empresa mejoraría sustancialmente aunque su modelo de negocios y el entorno legal y normativo en Estados Unidos no cambiara. Si la empresa simplemente fuera a igualar a la empresa con mayor puntaje en cada Indicador en el Índice, su puntaje general aumentaría en casi 10 puntos porcentuales.

COMPROMISO- 78%

Google ocupó el tercer lugar compromisos revelados y mecanismos para implementarlos, detrás de Yahoo y Microsoft, cuyas revelaciones estuvieron articuladas más clara y meticulosamente. Nuestros investigadores no encontraron evidencia de supervisión a nivel directivo de las prácticas de las empresas que afectan la libertad de expresión y privacidad de los usuarios (Indicador C2). En evaluaciones de derechos humanos (C4), la empresa empata con Microsoft pero la supera Yahoo. Aunque los mecanismos de reclamo y solución de Google son algo mejores que los de otras empresas de internet con sede en Estados Unidos, queda por detrás de la empresa de internet Kakao y las empresas de telecomunicaciones Bharti Airtel, América Móvil y Vodafone en articulación de maneras específicas en que los interesados pueden comunicar reclamos a la empresa y ver que se atiendan esos reclamos (C6).

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 68%

Google superó sustancialmente a otras empresas del Índice en Libertad de Expresión. La empresa fue particularmente sólida en revelar su proceso para responder a solicitudes de terceros para restringir contenido o restringir el acceso del servicio a los usuarios (F6). El “informe de transparencia” sobre solicitudes gubernamentales también fue sólido de modo generalizado. (F7). Google fue superado solamente por Twitter en su proceso de notificación a los usuarios sobre restricciones (F5) aunque el puntaje más alto para ese indicador fue solamente 50 por ciento.

* S&P Capital IQ, verificado el 16 de octubre de 2015.

Solicitudes privadas de restricción de contenido: La empresa podría revelar mejor información sobre solicitudes privadas para restringir contenido o acceso a los servicios. Aunque la empresa brinda información para Google Search en solicitudes relacionadas con infracciones a los derechos de autor y relacionadas con la disposición “Derecho a ser olvidado” en Europa, no brinda información sobre solicitudes privadas para restringir contenido en YouTube (F8).

Aplicación de los términos de servicio: Como con todas las empresas evaluadas en el Índice, los usuarios y el público generalmente no tienen una idea del volumen y naturaleza de las acciones que Google inicia para aplicar sus propios términos de servicio (F9).

PRIVACIDAD - 57%

Sobre revelaciones relacionadas con la privacidad, Google se encuentra en lo alto de un grupo de empresas cuyo desempeño sigue siendo insatisfactorio –a pesar de algunos encomiables esfuerzos en áreas particulares como transparencia sobre solicitudes gubernamentales de información del usuario.

Manejo de información del usuario: Junto con sus similares, Google generalmente carecía de claridad y especificidad en sus revelaciones relacionadas con el manejo de información del usuario (ver Sección 4.3). Se desempeñó sustancialmente peor que sus similares en revelaciones sobre si recopila información del usuario de terceros (P8), y no hay evidencia de que respete el parámetro “No Rastrear” que permite a los usuarios optar por no tener algunos tipos de rastreo por la web.¹ Su revelación sobre el intercambio de información del usuario con terceros (P4) fue mucho más débil que todas las otras empresas de internet salvo Mail.ru, (aunque ninguna empresa obtuvo un puntaje mayor a 51 por ciento en este Indicador). Fue superada por Twitter y Microsoft en revelaciones sobre retención de información del usuario (P7).

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: En “informe de transparencia” sobre solicitudes de terceros para información del usuario (P11), Google se ubicó segundo después de Twitter, con Yahoo pisándole los talones, para el rango de su revelación. Particularmente, aunque Google notifica a los usuarios sobre solicitudes de información del usuario hechas a través de citaciones en casos civiles judiciales (P10) su informe de transparencia no incluye información sobre solicitudes de información de citatorios civiles que incluyen a privados. Un ejemplo concreto es cuando Chevron emitió citatorios a varios servicios de correo electrónico, incluido Gmail, en 2012 para información relacionada con las cuentas de varias personas involucradas en una demanda contra la empresa petrolera. Google notificó a los usuarios cuya información había sido solicitada en el citatorio (que posteriormente cuestionó en el tribunal).² Sin embargo, información sobre esa solicitud y otras solicitudes similares hechas por entidades privadas involucradas u otros, no está incluida en el informe de transparencia de Google.

Seguridad: Google es ejemplar en su enfoque de instruir a los usuarios sobre amenazas de seguridad (P14). Su puntaje en parámetros de seguridad (P12) fue relativamente alto, pero podría mejorarse con algunas revelaciones básicas sobre si realiza auditorías de seguridad frecuentes (información que Vodafone y AT&T han revelado). También perdió puntaje en el mismo indicador por revelaciones imprecisas y desactualizadas sobre los sistemas que tiene vigentes para limitar y dar seguimiento al acceso de los trabajadores a información del usuario.

Encriptación: Sobre revelaciones de si la empresa permite a los usuarios encriptar su propio contenido (P13), Google recibió crédito parcial. La sección “correo electrónico más seguro” del Informe de Transparencia de Google analiza encriptación PGP (que los propios usuarios necesitan configurar, independientemente de las características de Gmail, usando herramientas de terceros) como una opción para usuarios en riesgo. Esta revelación reconoce que los usuarios pueden encriptar su contenido de Gmail, sin embargo, las empresas solamente pueden recibir crédito total en este indicador si brindan esa encriptación por defecto. En particular, la página de la empresa sobre “Encriptación de Extremo a Extremo” afirma que está elaborando una nueva característica que permitiría a los usuarios encriptar mensajes con una opción incorporada. Una vez que esa característica esté disponible para todos los usuarios, la empresa podría obtener un puntaje mayor.

1. Ver <http://donottrack.us/>.

2. Declan McCullagh, “Chevron apunta a las cuentas de correo electrónico de Google, Yahoo, Microsoft”. CNet, 11 de octubre de 2012 <http://www.cnet.com/news/chevron-targets-google-yahoo-microsoft-e-mail-accounts/>.

Kakao Corp. distribuye plataformas móviles a consumidores en Corea del Sur. Los servicios de la empresa abarcan correo y mensajería distribuidos por la web, servicios de mapas y ubicación, al igual que medios, contenido y plataformas de juegos. Segmentos adicionales incluyen servicios web, soluciones de publicidad, software y elaboración y servicios de publicación.

Servicios evaluados:

Daum Search (portal de búsqueda en línea)
Daum Mail (plataforma de correo electrónico)
KakaoTalk (plataforma de mensajería)

Sector:

Software y servicios de internet

Domicilio: Corea del Sur

Capitalización del mercado:

USD 6,105 millones*

PUNTAJE GENERAL - 47%

Kakao se ubicó en quinto lugar entre las empresas de internet, por detrás de Twitter y delante de Facebook. La empresa cambió su nombre en septiembre de 2015 de “Daum Kakao” a “Kakao”, nombre que ha usado desde la fusión de dos empresas, Daum y Kakao, en 2014.¹ Aunque el Índice 2015 “Libertad en la Red” de *Freedom House*,² considera al internet de Corea del Sur solamente “parcialmente libre”, el país tiene una sólida sociedad civil, prensa dinámica y un competitivo sistema político, todo lo que ha contribuido al surgimiento de pedidos públicos de mayor transparencia por parte de empresas y gobierno, particularmente en relación a la vigilancia.³ Los compromisos y revelaciones de Kakao relacionados con libertad de expresión y privacidad son significativamente más sólidos que en cualquier otra empresa no occidental examinada en el Índice. Sus prácticas de privacidad también reflejan el fuerte marco legal para protección de datos de Corea del Sur. Particularmente, Kakao obtuvo destacados puntajes en ocho indicadores del Índice, donde cinco superaban a cualquier otra empresa evaluada.

COMMITMENT - 39%

Kakao se ubicó quinta entre las empresas de internet por su revelación de compromisos y evidencia de medidas complementarias para implementar estos compromisos. Superó a Twitter por cuatro puntos porcentuales en esta categoría, pero estuvo seguida de cerca por las otras cuatro empresas de internet domiciliadas en Estados Unidos (todas son miembros de Global Network Initiative) por un margen considerable. Kakao obtuvo algunos puntos en todos los indicadores en esta categoría.

Balance de los compromisos: Los compromisos de Kakao y la implementación relacionada tendió a ser más sólida para privacidad que para libertad de expresión. Por ejemplo, encontramos evidencia revelada públicamente de supervisión ejecutiva y gerencial (Indicador C2) en asuntos de privacidad del usuario, pero ninguna evidencia de supervisión similar para libertad de expresión. Encontramos revelación pública en capacitación y mecanismos internos de denuncia (C3) para privacidad pero no para libertad de expresión. Kakao funciona dentro de un contexto legal que incluye restricciones a la libertad de expresión que han sido criticados nacional e internacionalmente como contrarios a normas internacionales de derechos humanos.⁴ No obstante, la empresa no enfrenta barreras legales para comprometerse a respetar la libertad de expresión de los usuarios al mismo nivel de su compromiso a la privacidad.

Participación: Kakao es un miembro activo de organizaciones industriales que participan con los interesados, y la empresa obtuvo crédito por esta participación con los interesados (C5).

Solución: En procesos de reclamo y solución (C6), Kakao obtuvo un puntaje más alto que cualquier otra empresa de internet evaluada en el Índice. Esto se debe en gran parte a los requisitos del Proyecto sobre Promoción de Redes de

* S&P Capital IQ, verificado el 16 de octubre de 2015.

1. Ver <http://www.zdnet.com/article/kakao-commences-leadership-change-with-young-ceo-on-top/>.

2. Corea del Sur, “Libertad en la Red 2015, Freedom House, <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2015/south-korea>.

3. Ver <http://transparency.kr/?ckattemp=1> y <http://www.nytimes.com/2015/04/03/opinion/south-koreas-invasion-of-privacy.html>.

4. Corea del Sur, “Libertad en la Red 2015, Freedom House, <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2015/south-korea>.

Información y Comunicaciones de Corea del Sur.⁵ En libertad de expresión, Kakao va más allá de la ley brindando a los usuarios un mecanismo de apelaciones cuando se retira contenido en cumplimiento con solicitudes hechas de acuerdo con la ley contra la difamación.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 59%

Kakao se ubicó segunda por detrás de Google entre las empresas de internet –y en el Índice en general– en Libertad de Expresión. Obtuvo los puntajes más altos en cuatro de los diez indicadores en esta categoría, donde dos superan a todas las demás empresas evaluadas. En particular, Kakao obtuvo el puntaje más alto de todo el Índice en el Indicador F2, que examina si la empresa proporciona notificación y registro de cambios a sus términos de servicio –un indicador en el que a la mayoría de empresas les fue mal. Ciertamente, Kakao recibió el total de puntaje en este indicador para Daum Search and Mail, en tanto que la revelación menos sólida de KakaoTalk redujo el puntaje general de la empresa a 83 por ciento. La empresa revela con gran detalle sus razones para restringir contenido (F3) y restringir cuentas o servicios (F4), y ofrece ejemplos para ayudar a los usuarios a entender las políticas de estas empresas.

Transparencia sobre solicitudes de restricción de contenido: Kakao publica un informe de transparencia que incluye más información sobre solicitudes para restricción de contenido que muchos de sus pares de internet. Además, su informe de transparencia contiene más información sobre solicitudes privadas para restringir contenido (F8) que cualquier otra empresa en el Índice, aunque recibió menos de la mitad del puntaje total posible para ese indicador. Sin embargo, hay límites a cuánto detalle puede revelar la empresa. Los representantes de la empresa dijeron a nuestro equipo de investigación que la empresa está prohibida por ley de publicar copias de documentos originales que solicitan restricción de contenido.

PRIVACIDAD - 42%

Kakao se ubicó quinta entre las empresas de internet en Privacidad, por encima de Facebook y detrás de Twitter. Obtuvo los puntajes más altos en cuatro de los 14 indicadores de esta categoría, con tres más altos que cualquier otra empresa evaluada.

Manejo de información del usuario: En particular, la revelación de la empresa sobre recopilación de información del usuario (P3) sobrepasó grandemente a cualquier otra empresa del Índice. La revelación sobre el intercambio de información del usuario (P4) empató con Yahoo, la otra empresa destacada en este indicador. En algunos otros indicadores, Kakao quedó por detrás de sus pares. La empresa no ofrece a los usuarios opciones significativas para controlar qué información del usuario la empresa recopila o intercambia (P5), y de manera similar, no ofrece a los usuarios medios para acceder a la información que la empresa tiene sobre ellos (P6). La revelación sobre retención de información del usuario (P7) fue mínima para Daum Search and Mail, aunque mucho mejor para KakaoTalk. La empresa no revela nada sobre recopilación de información del usuario de terceros (P8) aunque en comentarios con nuestro equipo de investigación, representantes de la empresa señalaron que las empresas están obligadas por ley a revelar esa práctica si la practican.

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: Kakao revela una considerable cantidad de información sobre su proceso para responder a solicitudes de terceros de información del usuario (P9). Revela la misma cantidad de información sobre el volumen y naturaleza de solicitudes de terceros de información del usuario (P11) como AT&T y Microsoft, aunque menos que Twitter, Google y Yahoo. Sin embargo, la empresa está restringida por ley en términos de la notificación que puede brindar a los usuarios sobre solicitudes gubernamentales para información del usuario (P10).

Seguridad: La función “chat secreto” de KakaoTalk ofrece encriptación total de los contenidos de conversaciones del usuario, que le vale a Kakao el primer lugar en todo el Índice sobre encriptación de contenido privado del usuario (P13). Su revelación sobre prácticas de seguridad (P12) fue la más alta entre todas las empresas de internet examinadas. Aunque el desempeño de Kakao en estos dos indicadores vinculados a seguridad fue superior, la empresa no brinda al usuario ninguna instrucción sobre amenazas de seguridad (P14). En cambio, representantes de la empresa indicaron que un sitio web del gobierno pone esa información a disponibilidad de los usuarios coreanos. Para recibir crédito en este indicador, las

5. Ver Greenleaf, Graham y Park, Whon-il, Nueva ley de Corea: La ley más estricta de Asia sobre privacidad de información (19 de julio de 2012). Informe internacional de leyes de privacidad y negocios, número 117, 1-6 de junio de 2012; UNSW Law Research Paper No. 2012-28. <http://ssrn.com/abstract=2120983>; y [http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=167388&vSct=%EC%A0%95%EB%B3%B4%ED%86%B5%EC%8B%A0%EB%A7%9D#0000\(coreano\)](http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=167388&vSct=%EC%A0%95%EB%B3%B4%ED%86%B5%EC%8B%A0%EB%A7%9D#0000(coreano)).

Mail.ru Group Limited

<http://corp.mail.ru>

LSE: MAIL

Mail.ru Group Limited, junto con sus subsidiarias, brinda productos de comunicación en línea y servicios de entretenimiento en Rusia e internacionalmente. La empresa opera a través de cinco segmentos: correo electrónico, portal y mensajería instantánea; redes sociales; juegos en línea; Vkontakte (VK); y servicios de búsqueda, comercio electrónico y otros servicios. Estos segmentos distribuyen plataformas sociales o servicios que permiten las comunicaciones e intercambios en línea, ofrecen juegos o entretenimiento, brindan servicios de publicidad, apoyan el comercio electrónico y compras de aplicaciones y distribuyen servicios de búsqueda.

Servicios evaluados:

Vkontakte (red social)
Mail.ru (plataforma de correo electrónico)
Mail.ru Agent (plataforma de mensajería)

Sector:

Software y servicio de internet

Domicilio: Rusia

Market Cap: USD 3,996 millones*

PUNTAJE GENERAL - 47%

Mail.ru obtuvo el puntaje más bajo de todas las empresas en el Índice. La internet rusa fue calificada como “no libre” por el Índice 2015 “Libertad en la Red” de *Freedom House*.¹ Las empresas de internet que operan en Rusia se rigen por leyes que dan a las autoridades amplios poderes para crear “listas negras”, responsabilizar a las empresas por controlar el contenido del usuario y exigir a las empresas que bloqueen y retiren contenido.² Un estudio reciente indica apoyo relativamente amplio a la censura en Rusia.³ Las leyes rusas también requieren que las empresas implementen un sistema de vigilancia masiva llamado SORM, que permite a los servicios de seguridad acceder a toda la información del usuario.⁴ Estos factores contribuyen a un ambiente en el que las empresas rusas tengan poco incentivo para hacer compromisos públicos de respetar la libertad de expresión y privacidad de los usuarios. Sin embargo, hay espacio dentro de la ley rusa para que Mail.ru haga intentos que podrían resultar en un desempeño más sólido en muchos de los indicadores del Índice.

COMPROMISO - 2%

Mail.ru obtuvo el puntaje más bajo entre las empresas de internet en Compromiso, y fue la penúltima de todas las empresas en el Índice. En esta categoría, solamente recibió algo de crédito por mecanismos de reclamo y solución (Indicador C6) porque los servicios de correo electrónico y de chat de la empresa, no así la red social Vkontakte, tienen una disposición en su convenio de usuario de que los usuarios que crean que sus “derechos e intereses están siendo violados por las acciones de Mail.Ru tendrán derecho a presentar un reclamo”. La ley rusa no impide específicamente que Mail.ru fortalezca los compromisos de su política y mecanismos de reclamo y solución, además de otros esfuerzos como supervisión (C2), capacitación (C3) y evaluación de impacto (C4) definidos en esta categoría.

* S&P Capital IQ, verificado el 16 de octubre de 2015.

1. Ver <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2015/russia>.

2. Olga Razumovskaya, “Parlamento ruso aprueba nueva ley que restringe internet”, <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052702304163604579531460215555456>.

3. Eric Nisbet con el Centro para Estudios de Comunicación Global y el Centro de Investigación de la Opinión Pública Rusa, “Tomando puntos de referencia del pedido del público: El apetito de Rusia por controlar internet”, Centro para Estudios de Comunicación Global en la Universidad de Pensilvania”, febrero de 2015, <http://www.global.asc.upenn.edu/publications/benchmarking-public-demand-russias-appetite-for-internet-control/>.

4. Ver http://www.zakonrf.info/koap/13_31/ y James Andrew Lewis, “Nota de referencia en vigilancia de comunicaciones rusas”, Centro para Estudios Estratégicos e Internacionales, 18 de abril de 2014 <https://csis.org/publication/reference-note-russian-communications-surveillance>.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 23%

Mail.ru se ubicó penúltima entre las empresas de internet en Libertad de Expresión. Su puntaje en esta categoría superó el de Tencent porque la empresa no somete a los usuarios de correo electrónico y chat a revisiones de identidad (F1). Además de que sus términos de servicios están disponibles públicamente (F1), la empresa solamente tiene otras revelaciones para esta categoría relacionadas con informar a los usuarios sobre las razones por las que puede restringir contenido y acceso al servicio (F3 y F4).

Transparencia sobre solicitudes para restringir contenido: La ley rusa no impide específicamente a las empresas que sean más transparentes sobre sus procesos para manejar solicitudes de terceros y aplicación de términos de servicio. Aunque no se ha analizado la ley rusa con respecto a esto, no parece impedir a la empresa que publique al menos alguna información relacionada con algunas solicitudes de restricción que recibe. Sin embargo, los expertos legales a los que consultamos señalaron el rápidamente cambiante entorno normativo de Rusia, que tiende a restricciones más fuertes, con lo que se desincentiva a las empresas a probar límites hacia respetar la libertad de expresión de los usuarios.

PRIVACIDAD - 11%

En Privacidad, Mail.ru obtuvo menor puntaje que cualquier otra empresa en todo el Índice.

Manejo de información del usuario: Mail.ru no ofrece políticas de privacidad públicamente disponibles para dos de los tres servicios examinados (correo electrónico y chat). Las revelaciones de la empresa sobre qué información del usuario recopila (P3) e intercambia (P4) son notablemente más frágiles que en la empresa china, Tencent. De acuerdo con nuestro entendimiento de la ley rusa, debería ser posible para Mail.ru revelar más sobre cómo y por qué la empresa recopila, intercambia y retiene información del usuario. También debería ser posible para la empresa revelar a los usuarios qué información tiene sobre ellos.

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: La ley rusa, que requiere que toda la información del usuario se intercambie con las autoridades, también se interpreta para impedir que las empresas intercambien información relacionada con solicitudes gubernamentales (P9, P10, P11). Los expertos y recursos que consultamos indican que la línea entre solicitudes gubernamentales y de privados generalmente es borrosa, lo que crea mayores desincentivos para que las empresas revelen cualquier solicitud de información del usuario.

Seguridad: La empresa brinda algo de información sobre parámetros de seguridad (P12); en particular, ofrece “autenticación de dos pasos” en dos de los tres servicios analizados. También ofrece instrucciones al usuario sobre ciberamenazas (P14).

Microsoft Corp.

www.microsoft.com

NasdaqGS: MSFT

Microsoft Corp. elabora, autoriza y respalda productos de software, servicios y dispositivos a nivel mundial. La empresa ofrece una amplia gama de software y hardware para consumidores y para mercados empresariales. Las principales ofertas incluyen el sistema operativo Windows, Microsoft Office, software y dispositivos Windows Phone, sistema de juego de video Xbox y servicios relacionados, dispositivos y accesorios Surface, servicios de publicidad, productos de servidor, Skype y servicios en la nube Office 365.

Servicios evaluados:

Bing (motor de búsqueda)
Outlook.com (plataforma de correo electrónico)
Skype (chat y llamadas por internet)

Sector:

Software

Domicilio: Estados Unidos

Capitalización del mercado:

USD 379,984 millones*

PUNTAJE GENERAL - 56%

Microsoft, miembro fundador de Global Network Initiative, se ubicó tercera en el Índice general al igual que entre las empresas de internet. Aunque se desempeñó sólidamente en la categoría Compromiso, obtuvo un puntaje del 50 por ciento de puntaje total posible en la categoría Libertad de Expresión, mostrando que puede mejorar. El 14 de octubre de 2015 –dos semanas después de la fecha límite para incorporar información nueva en el Índice– la empresa inauguró un nuevo Centro de Transparencia que contenía nuevas revelaciones, en especial con fuerte relevancia en la categoría Libertad de Expresión.¹ Esperamos incluir esa información –o incluso revelaciones más nuevas– en futuras ediciones del Índice.

COMPROMISO - 82%

Microsoft obtuvo altos puntajes en el Índice en general en sus compromisos revelados con la libertad de expresión y privacidad de sus usuarios y medidas complementarias para implementar esos compromisos. Recibió puntaje total en cuatro de los seis indicadores de esta categoría, incluido el Indicador C2, sobre gobernabilidad y control de gestión. A diferencia de Google y Yahoo, Microsoft revela que su junta directiva ejerce supervisión en asuntos de derechos humanos, incluidas libertad de expresión y privacidad. El alto puntaje de la empresa en evaluación de derechos humanos (C4) solamente fue superado por Yahoo.

Solución: Dentro de la categoría Compromiso, la mayor área de mejora de Microsoft se centra en mecanismos de reclamo y solución. (C6). Aunque la empresa ofrece sitios web de respaldo donde los usuarios pueden hacer preguntas y remitir reclamos, estos sitios web no mencionan explícitamente que esos canales estén destinados a gestionar reclamos de derechos humanos en relación con la libertad de expresión y privacidad. Además, la empresa no aclara su proceso para responder a esos reclamos o informar cómo los ha manejado históricamente. También algunos mecanismos de resolución de controversias solamente están disponibles para usuarios estadounidenses.

* S&P Capital IQ, verificado 16 de octubre de 2015.

1. Ver <http://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2015/10/14/new-transparency-hub-debuts-with-latest-reports/>.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 46%

La Libertad de Expresión fue el rubro más débil de Microsoft, según la información recogida a fines de septiembre de 2015. Como se expresa arriba, el nuevo Centro de Transparencia de la empresa, inaugurado a mediados de octubre, llegó demasiado tarde para ser incluido en el conjunto de datos para el Índice. La empresa se ubicó quinta en esta categoría por detrás de Google, Kakao, Twitter y Yahoo.

Notificación al usuario sobre restricción de contenido: En el Indicador F5, que analiza los compromisos de la empresa para notificar a los usuarios cuando se restringe contenido, el puntaje de Microsoft fue sustancialmente más bajo que varias otras de sus pares, incluido Twitter, Google, Kakao y Facebook. En comunicaciones con nuestro equipo de investigación sobre este indicador, un representante de la empresa enfatizó la necesidad de “equilibrio” entre libertad de expresión y “seguridad de usuarios finales y operaciones legales de nuestros servicios”. Específicamente, la empresa citó la necesidad de considerar privacidad, seguridad de la víctima y reserva del caso al decidir si notifica a los usuarios sobre restricción de contenido o cuenta.

Aplicación de términos de servicio: Como otras empresas en el Índice, Microsoft no revela información sobre el volumen y naturaleza del contenido o cuentas que restringe al aplicar sus términos de servicio (F9). En comentarios a nuestros investigadores, un representante de la empresa citó privacidad del usuario como una razón para no revelar esta información, junto con el hecho de que la empresa ha priorizado la transparencia sobre otras informaciones, como solicitudes gubernamentales.

Sin embargo, el representante indicó que la empresa está abierta a una discusión de “maneras de incluir información sobre aplicación de términos de servicio que respetan la privacidad del cliente”.

PRIVACIDAD - 53%

Microsoft se ubicó en segundo lugar en revelaciones relacionadas con la privacidad, un rubro en el que todas las empresas tienen mucho por mejorar.

Manejo de información del usuario: La revelación de la empresa sobre recopilación de información del usuario (P3) estuvo a la par de muchos de sus similares, aunque no es la más fuerte de todas las empresas evaluadas. La revelación sobre el intercambio de información del usuario (P4) supera a Google pero fue superada por Kakao, Yahoo, Facebook y Tencent. Sin embargo, ni las empresas con mayor puntaje cumplen con lo que los usuarios tienen derecho a saber. Microsoft podría hacer más para ayudar a los usuarios a acceder a la información que sobre ellos tiene la empresa (P6). También podría brindar más información sobre retención de información del usuario (P7) y recopilación de información del usuario de terceros (P8). Como muchas empresas en el Índice, Microsoft no respeta el parámetro de “No Rastrear” (P8) que permite a los usuarios excluirse de algunos rastreos por la web.²

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: Microsoft empató con Google en proporcionar información sobre su proceso de respuesta de solicitudes de terceros de información del usuario (P9) (ver Sección 4.3 y también Sección 1 para análisis de diferentes solicitudes de terceros). Microsoft fue superada solamente por Yahoo en su compromiso de notificar a los usuarios sobre solicitudes de terceros de información del usuario (P10). El “informe de transparencia” de la empresa sobre solicitudes de terceros de información del usuario (P11) fue sólido, aunque menos minucioso que Twitter, Google y Yahoo.

Seguridad: Microsoft reveló sustancialmente menos información sobre parámetros de seguridad (P12) que varios de sus pares. La instrucción al usuario sobre amenazas de seguridad (P14) fue ejemplar para Bing y Outlook pero más débil para Skype. Microsoft ahora no ofrece maneras para que los usuarios encripten el contenido de sus comunicaciones privadas ni exhorta el uso de soluciones de encriptación de terceros (P13). Sin embargo, en una declaración a nuestro equipo de investigación, un representante de la empresa indicó que esto podría cambiar, y afirmó: “Microsoft aprecia la importancia de este asunto y está explorando maneras de brindar a los clientes la opción de encriptar su contenido como sus correos electrónicos en Outlook.com”.

2. Ver <http://donottrack.us/>.

Tencent Holdings Limited

www.tencent.com

SEHK: 700

Tencent Holdings Limited brinda una amplia gama de servicios de valor agregado (SVA) de internet y móviles, servicios de publicidad en línea, y servicios de transacciones de comercio electrónico para usuarios en China, Estados Unidos, Europa y en otros lugares alrededor del mundo. Es una de las mayores empresas de internet del mundo.

Servicios evaluados:

QZone (red social)
QQ (mensajería instantánea)
WeChat (mensajería/llamadas móviles)

Sector:

Software y servicios de internet

Domicilio: China

Capitalización del mercado:

USD 176,038 millones*

PUNTAJE GENERAL - 16%

El puntaje de Tencent fue el segundo más bajo entre las empresas de internet analizadas, y empata con el tercer puntaje más bajo en el Índice general. El desempeño de Tencent en el Índice se vio seriamente afectado por las leyes, regulaciones y políticas gubernamentales de su país de origen. China está calificada como “No Libre” en el Índice 2015 “Libertad en la Red” de *Freedom House*.¹ El país hace a las empresas de internet estrictamente responsable por las actividades de los usuarios.² Se exige a las empresas que den seguimiento y controlen el comportamiento del usuario y que trabajen de cerca con la policía y las autoridades nacionales de seguridad, en gran parte sin supervisión ni vías judiciales para solución legal.³ Las leyes de secretos de estado impiden que las empresas sean transparentes sobre la naturaleza y volumen de las solicitudes gubernamentales para restringir contenido o entregar información del usuario, menos aun para proporcionar detalle sobre las políticas y prácticas de la empresa para manejar esas solicitudes.

Aun en el entorno legal y regulatorio actual, Tencent puede tomar medidas concretas para mejorar su compromiso y su respeto a los derechos de los usuarios.

COMPROMISO - 8%

Tencent ocupó el penúltimo lugar entre las empresas de internet, y superó a tres empresas en el Índice, en compromisos a la libertad de expresión y privacidad de los usuarios. Recibió algo de crédito en política y compromiso de liderazgo (Indicador C1) por declaraciones con respecto a los compromisos de la empresa con la privacidad del usuario. Sin embargo, la empresa carece de un compromiso similar de apoyo a la libertad de expresión. La empresa también obtuvo algo de puntaje por mecanismos de reclamo y solución (C6) porque ofrece un punto de contacto para denunciar la vulneración de derecho, incluidos “derechos civiles”. Pero la información sobre este punto de contacto solamente se encuentra en los términos de servicio dirigidos a los usuarios internacionales que viven fuera de China continental –y no en la versión que rige a los usuarios en el mercado local.

La empresa debería brindar el mismo nivel de respeto para los usuarios de China continental que ofrece a sus usuarios internacionales.

* S&P Capital IQ, verificado el 16 de octubre de 2015..

1. China, Índice 2015 “Libertad en la red”, Freedom House, <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2015/china>

2. WILMAP: China, Centro para internet y sociedad en la Facultad de Derecho de Stanford, <http://cyberlaw.stanford.edu/page/wilmap-china>.

3. Eva Dou, 6 de agosto de 2015, China inserará políticas de internet en empresas de tecnología, Wall Street Journal, <http://www.wsj.com/articles/china-to-embed-internet-police-in-tech-firms-1438755985>.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 19%

Tencent fue la empresa de internet con el puntaje más bajo en Libertad de Expresión, y la penúltima empresa en esta categoría en el Índice general. La empresa obtuvo puntaje en tres indicadores de esta categoría: disponibilidad de los términos de servicio (F1), razones para restricción de contenido (F3) y razones para restricción de cuenta o servicio (F4).

Transparencia sobre restricción de contenido y aplicación de los términos de servicio: La empresa no se compromete públicamente a notificar a los usuarios cuando restringe acceso a sus cuentas, retira contenido publicado por los usuarios o bloquea mensajes transmitidos por los usuarios (F5). Sin embargo, nuestros investigadores encontraron evidencia anecdótica de que los usuarios reciben notificaciones con el mensaje: “Este contenido ha sido denunciado por muchos usuarios; no se puede ver el contenido pertinente”. Los compromisos públicos de la empresa o sus revelaciones de políticas no apoyan esa evidencia anecdótica; en consecuencia, la empresa no recibió puntaje en este indicador.

Aunque las leyes de secretos de estado hacen que no sea realista esperar mayor transparencia de las empresas sobre solicitudes del gobierno chino, la empresa podría esforzarse para revelar las solicitudes hechas por otros gobiernos en mercados donde sirve a una cantidad significativa de usuarios. En todos los mercados, sería razonable que los usuarios esperaran mayor transparencia sobre solicitudes privadas y aplicación de términos de servicio, hasta el máximo posible según la ley.

PRIVACIDAD - 17%

Tencent fue la empresa que obtuvo el penúltimo puntaje en revelaciones relacionadas con la privacidad, aunque se ubicó por delante de tres empresas de telecomunicaciones. Tencent tiene una política de privacidad públicamente accesible y razonablemente clara a nivel de toda la empresa (P1). Cuando se trata de ofrecer notificación y registro de cambios a sus políticas de privacidad (P2) las revelaciones de Tencent son similares y hasta mayores que varias empresas cuyos puntajes generales en el Índice fueron mucho más altos.

Manejo de información del usuario: Tencent obtuvo puntajes en otros tres indicadores en la categoría de Privacidad. En revelaciones sobre recopilación de información del usuario (P3) obtuvo el mismo puntaje general que Google, Microsoft, Twitter y Vodafone y fue superada solamente por Kakao y Facebook. En revelaciones sobre intercambio de información del usuario con terceros (P4), su puntaje fue el mismo que AT&T y Facebook, superado solamente por Kakao y Yahoo. Sin embargo, la empresa debería esforzarse para permitir que todos los usuarios—en China continental y también externamente—vean la información sobre ellos que tiene la empresa (P6).

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: La empresa no revela información relacionada con sus políticas y prácticas para manejar solicitudes de información del usuario es por parte de terceros.

Seguridad: Tencent también recibió algo de crédito en el Indicador P14, que se centra en instrucciones al usuario sobre ciberamenazas. QQ, el servicio de mensajería de la empresa, tiene un “centro de seguridad” en línea con recomendaciones sobre protección de cuentas que incluye caricaturas y gráficos. La empresa debería hacer esfuerzos para mejorar las prácticas de seguridad y proporcionar esos materiales para todos sus servicios.

Twitter, Inc.

<http://twitter.com/>

NYSE: TWTR

Twitter, Inc. funciona como una plataforma global de intercambio social. Sus productos y servicios permiten a los usuarios crear, intercambiar y encontrar contenido y videos breves de repetición indefinida. Junto con estos servicios sociales, Twitter ofrece servicios de publicidad y herramientas de programador.

Servicios evaluados:

Twitter (plataforma de microblogueo)
Vine (video creation and sharing)

Sector:

Software y servicios de internet

Domicilio: Estados Unidos

Capitalización del mercado:

USD 21,067 millones*

PUNTAJE GENERAL - 50%

Entre las empresas de internet del Índice, Twitter ocupó el cuarto lugar general detrás de Google, Yahoo y Microsoft. Desde hace tiempo, los ejecutivos de Twitter han pregonado el rol de la empresa como una herramienta de fortalecimiento individual. La empresa declara que su misión es “darle a todos el poder de crear e intercambiar ideas e información instantáneamente, sin barreras.”¹ El 5 de octubre de 2015, Jack Dorsey, cofundador de Twitter y recién designado presidente ejecutivo, declaró en un tuit: “Twitter simboliza la libertad de expresión. Estamos a favor de decirle la verdad al poder. Y estamos a favor del diálogo fortalecedor.”² Nuestra investigación indica que Twitter es ciertamente un líder en libertad de expresión y muy competitivo en sus políticas y prácticas concretas que afectan la privacidad de los usuarios. Sin embargo, cuando se trata de demostrar gobernabilidad y supervisión, responsabilidad interna e institucionalización de sus compromisos a nivel corporativo, la empresa se queda rezagada de sus pares, con lo que su puntaje general disminuye.

COMPROMISO - 35%

En compromisos expresados y en esfuerzos revelados para implementar estos compromisos, Twitter quedó en sexto lugar, por detrás de Kakao y sustancialmente por detrás de otras empresas domiciliadas en Estados Unidos. Los compromisos de la empresa y declaraciones de los ejecutivos relativos a la libertad de expresión y privacidad están dispersos alrededor del sitio web de la empresa, entradas en blog y cuentas de Twitter de ejecutivos y departamentos individuales. Esto hace que sea difícil a un investigador especializado, y más aun a un usuario general, formarse una imagen clara de compromiso y responsabilidad ejecutivos sin la ayuda de trabajadores de la empresa que pueden apuntar la ubicación de entradas de blogs y tuits específicos.

En toda la revelación de Twitter, no hay evidencia de supervisión de la junta directiva en asuntos relacionados con libertad de expresión y privacidad (Indicador C2). En contraste con muchos de sus pares, Twitter no publica información sobre si realiza capacitación a sus trabajadores en libertad de expresión o privacidad (C3). La información sobre su programa interno de informante parece centrarse en privacidad del usuario pero no en libertad de expresión (C3). La empresa no revela si lleva a cabo evaluaciones de impacto en derechos humanos (C4). Aunque participa con los interesados (C5), no participa en una organización multilateral en que la sociedad civil, los inversionistas responsables y los académicos puedan hacer que la empresa responda por sus prácticas. Los mecanismos de Twitter para reclamo y solución (C6) no destacan entre los pares de la empresa domiciliados en Estados Unidos.

* S&P Capital IQ, verificado 16 de octubre de 2015.

1. Ver <https://about.twitter.com/company>.

2. Ver <https://twitter.com/jack/status/651003891153108997>.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 58%

Twitter se desempeña relativamente bien en Libertad de Expresión, y se coloca tercero detrás de Google y muy cerca del número dos, Kakao. Los términos de servicio de Twitter son ejemplares en su claridad y accesibilidad (F1). La empresa podría mejorar su desempeño si tomara medidas para que las políticas de Vine, su servicio de video, estuvieran más en línea con el servicio central de Twitter. En algunos casos, las revelaciones públicas de la empresa no aclararon si incluían a Vine. Como los puntajes de la empresa en esta categoría se calcularon como un promedio de los servicios evaluados, un puntaje muy alto para el servicio central de Twitter se vio a veces reducido por un puntaje bajo para Vine.

Transparencia sobre solicitudes de restricción de contenido: El servicio central de Twitter es líder en informe de transparencia relacionado con retiro y restricción de contenido. Por ejemplo, Twitter remite solicitudes de retiro de contenido a ChillingEffects.org, que publica estas solicitudes como parte de un depósito en línea de solicitudes específicas para restricción de contenido que reciben los servicios de internet. Al hacerlo, Twitter aumenta la capacidad del público en general de exigir responsabilidad a Twitter y a los remitentes de las solicitudes de restricción de contenido.

En cuanto a revelación de información sobre solicitudes gubernamentales para restringir contenido (F7), el servicio central de Twitter obtuvo puntaje más alto que ninguna otra empresa, excepto por Google. Aunque un representante de la empresa expresó a nuestro equipo investigación en comunicaciones privadas que el informe de transparencia de la empresa sobre solicitudes gubernamentales para restricción de contenido incluye a Vine, esa información no está disponible a los usuarios que no tienen conexiones personales con el personal de la empresa. Esa información no satisface los requisitos de metodología del Índice a considerar y, en consecuencia, Vine no recibió crédito ese indicador. Algunas otras empresas en el Índice han hecho un mejor trabajo de aclarar lo que sus informes de transparencia incluyen o no. El puntaje de Twitter en el Índice podría aumentar significativamente en el futuro si la empresa brinda claridad similar.

PRIVACIDAD - 51%

En revelaciones relacionadas con la privacidad, Twitter se agrupa de cerca con las cuatro principales empresas de internet, aunque es mucho lo que se puede mejorar.

Manejo de información del usuario: Similar a sus pares, las revelaciones de Twitter relacionadas al manejo de información del usuario sufrió de falta de claridad y organización (ver Sección 4.3). Por ejemplo, su revelación de qué información intercambia Twitter con terceros (P4) no logró definir ni explicar claramente el uso de términos como “tu información” e “información personal privada”.

Como se analizó antes en la categoría de Libertad de Expresión, una manera fácil para que Twitter incremente su puntaje en el Índice en privacidad sería alinear sus políticas y revelaciones para Vine con las del servicio central de Twitter. Si no fuera por Vine, Twitter hubiera empatado en el primer lugar con Google por permitir a los usuarios acceder a su propia información (P6).

Más positivamente, Twitter fue líder en algunos aspectos: obtuvo el puntaje más alto en el Índice en revelación de cuánto tiempo retiene información del usuario (P7). En revelación sobre recopilación de información del usuario de parte de terceros usando tecnologías de rastreo en la web (P8), Twitter es el claro líder. Su servicio central de Twitter es el único servicio en el Índice que apoya el parámetro “No Rastrear” que permite a los usuarios excluirse de algunos rastreos de la web.³

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: Twitter se desempeñó mejor que todas las demás empresas en el Índice en “informe de transparencia” relacionado con privacidad. Publica información más completa que otras empresas sobre solicitudes de terceros de información del usuario (P11). Twitter fue muy competitiva con sus pares en revelación de su proceso para responder a solicitudes de terceros de información del usuario (P9), y en notificar a los usuarios sobre solicitudes de terceros de información del usuario (P10).

Seguridad: El puntaje de Vine fue notablemente más bajo que el del servicio central de Twitter en parámetros de seguridad (P12) y en prácticas de informar e instruir a los usuarios sobre ciberamenazas (P14). La empresa perdió puntos por no lograr encriptar las comunicaciones privadas de los usuarios (P13) –en el caso de Twitter, eso significa la función de “mensaje directo” del servicio.

3. Ver <http://donottrack.us/>.

Yahoo! Inc.

www.yahoo.com

NasdaqGS: YHOO

Yahoo! Inc. brinda una amplia gama de servicios de comunicación, intercambio, información y contenido. Sus servicios incluyen la plataforma de búsqueda Yahoo Search, herramientas de comunicación y colaboración que incluyen Yahoo Mail, Yahoo Messenger y Yahoo Groups, contenido digital a través de Yahoo.com, Yahoo Sports y Yahoo Finance, servicios de publicidad y muchos otros servicios y propiedades.

Servicios evaluados:

Yahoo Mail (plataforma de correo electrónico)
Flickr (administración e intercambio de fotos)
Tumblr (plataforma de blogueo)

Sector:

Internet Software and Services

Domicilio: Estados Unidos

Capitalización del mercado:

USD 31,414 millones*

PUNTAJE GENERAL - 58%

Miembro fundador de Global Network Initiative (GNI), Yahoo obtuvo el segundo puntaje general más alto en Índice, detrás de Google y apenas por encima de Microsoft. Las revelaciones de la empresa relacionadas con libertad de expresión y privacidad están supervisadas por el Programa de Negocios y Derechos Humanos de Yahoo, fundado en 2008 para ayudar a integrar toma de decisiones relacionadas con derechos humanos a las operaciones de negocios de la empresa.¹

COMPROMISO - 80%

Yahoo se ubicó segunda, detrás de Microsoft y delante de Google, en compromisos revelados de respetar los derechos de libertad de expresión y privacidad de los usuarios y medidas para implementar esos compromisos. Recibió el puntaje más alto para evaluaciones de impacto de derechos humanos (Indicador C4). En el Indicador C2, que analizaba gobernabilidad y control de gestión, la empresa perdió puntos por falta de supervisión a nivel directivo. Una resolución de los accionistas llamando a la creación de un comité en la junta que ejercería supervisión formal en asuntos de derechos humanos, incluidas libertad de expresión y privacidad, recibió la oposición de la junta, con el argumento de que un comité así “no es necesario ni recomendable y supondría hacer actualizaciones frecuentes al Programa de Negocios y Derechos Humanos ante un subgrupo de la junta, en vez de ante la Junta en pleno, como es la práctica actual de Yahoo.”² Como todos sus pares, la empresa tiene mucho por mejorar en mecanismos de reclamo y solución (C6).

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 53%

Yahoo se ubicó en cuarto lugar entre empresas de internet en Libertad de Expresión, por detrás de Google, Kakao y Twitter.

* S&P Capital IQ, verificado 16 de octubre de 2015.

1. Programa de Negocios y Derechos Humanos de Yahoo, <http://yahoobhrp.tumblr.com/post/75544734087/yahoo-business-human-rights-program-yahoo>.

2. Propuesta 6 – propuesta de los accionistas, programa 14(a) Declaración de intermediario remitida a la Comisión de Valores de Estados Unidos por Yahoo! Inc., 2014, https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1011006/000119312514172132/d710905ddef14a.htm#toc710905_20.

Notificación al usuario sobre restricción de contenido: El compromiso de Yahoo de notificar a los usuarios cuando restringe contenido o cuentas (F5) fue más débil que en varios de sus pares. Aunque las políticas de la empresa, que están disponibles públicamente, mencionaron notificación del usuario relacionada con violación a los derechos de autor, no encontramos información públicamente disponible sobre notificación por otras razones, como aplicación de los términos de servicio.

Transparencia sobre solicitudes de restricción de contenido: La revelación sobre el proceso de la empresa para responder a solicitudes de terceros (F6) fue mucho más débil para Tumblr que para otros servicios de Yahoo, lo que redujo el puntaje general de la empresa en ese Indicador. En contraste, la revelación sobre solicitudes privadas (F8) fue más sólida para Tumblr que casi todos los demás servicios evaluados en el Índice, pero fue mínima para Flickr. Esto causó que el puntaje general de la empresa fuera menor que Kakao y Google. La transparencia sobre solicitudes gubernamentales para restringir contenido (F7) estuvo más o menos a la par que Kakao pero muy por detrás de Google.

PRIVACIDAD - 52%

Yahoo se ubicó tercera entre las empresas de internet en Privacidad, apenas por encima de Twitter justo detrás de Microsoft.

Manejo de información del usuario: Cabe destacar el enfoque de Tumblr de publicar cambios a su política de privacidad (P2) a través del sistema de versiones de GitHub –este es un enfoque novedoso e interesante para documentar cambios. Yahoo empató con Kakao en el puntaje más alto para revelaciones sobre intercambio de información del usuario (P4) aunque con 51 por ciento del puntaje total posible queda mucho por mejorar. En revelaciones sobre qué información del usuario recopila la empresa (P3), Yahoo obtuvo 7 a 14 puntos porcentuales por detrás de varios de sus pares y 27 puntos porcentuales detrás del líder de este indicador, Kakao. Yahoo brinda menos opciones a los usuarios para controlar la recopilación e intercambio de información (P5) que muchos de sus pares.

Yahoo queda por detrás de Google y Facebook en permitir a los usuarios acceder a su propia información (P6). Su revelación sobre retención de información del usuario (P7) queda muy por detrás de Twitter, que lidera del Índice para ese indicador particular. Como muchos de sus pares, Yahoo puede mejorar mucho en revelaciones sobre qué información del usuario recopila de terceros (P8). Aunque es alentador ver que Yahoo apoya el parámetro “No Rastrear” para el navegador Firefox, las empresas solamente pueden recibir crédito en este Índice por apoyar el parámetro de manera general.³

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: Al examinar la transparencia de la empresa sobre solicitudes de información del usuario, el desempeño de Yahoo fue sólido pero no estuvo a la cabeza. En el Índice general, se ubicó en cuarto lugar detrás de Google, Microsoft y AT&T en transparencia sobre su proceso para responder a solicitudes de terceros de información del usuario (P9). Sin embargo, cabe destacar que en P9, Tumblr fue el único servicio de todas las empresas cuya revelación establece claramente que la empresa no considera solicitudes sin una citación válida, orden de registro u otra gubernamental. Yahoo encabeza el Índice en notificación a los usuarios sobre solicitudes de terceros de información del usuario (P10), gracias en particular a la solidez de la revelación de Tumblr. En informar sobre solicitudes de terceros para información del usuario (P11), Yahoo se ubicó en tercer lugar en el Índice general, por detrás de Twitter y apenas un punto porcentual por detrás de Google.

Seguridad: Las revelaciones de Yahoo sobre prácticas de seguridad (P12) se vieron afectadas por las revelaciones menos sólidas de Tumblr. De manera similar, Yahoo Mail y Flickr fueron ejemplares en instrucciones al usuario sobre posibles amenazas (P14), pero Tumblr menos. La empresa no brinda opciones para encriptación de contenido del usuario (P13), que es sobre todo importante para correo electrónico. Aunque la empresa ha dado a conocer planes para implementar encriptación PGP, todavía no la ha lanzado como una característica incorporada para todos los usuarios de Yahoo.⁴

3. Ver <http://donottrack.us/>.

4. Ver <http://yahoo.tumblr.com/post/113708033335/user-focused-security-end-to-end-encryption>.

5.2 Telecommunications Company Reports

América Móvil, S.A.B. de C.V.

www.americamovil.com

BMV: AMX L

América Móvil, S.A.B. de C.V. provides telecommunications services in Mexico and internationally, including 18 countries in the Americas and seven in Europe. It offers mobile and fixed voice and data services for retail and business customers. It operates under several brands and maintains a position as one of the largest operators globally, reporting more than 289 million mobile customers, 22.5 million fixed broadband accesses, and more than 21 million television subscribers.

Operating company evaluated:
Telcel (Mexico)

Industry:
Telecommunication Services

Service evaluated: Mobile

Domicile: Mexico

Capitalización del mercado:
USD 57,955 millones*

PUNTAJE GENERAL - 22%

El puntaje general de América Móvil en el Índice lo ubica en cuarto lugar entre las empresas de telecomunicaciones en el Índice. México fue calificado como “Parcialmente Libre” en el Índice 2015 “Libertad en la Net” de Freedom House¹. El entorno legal y normativo del país puede impedir un puntaje perfecto en todos los indicadores del Índice; sin embargo, es un desafío para todos los operadores de telecomunicaciones de Índice, teniendo en cuenta que los operadores siempre están sujetos a la licencia, reglas y regulaciones del país. Esta investigación no encontró impedimentos legales ni normativos explícitos en la mayoría de los indicadores.

Considerando el alcance de las operaciones de América Móvil –es uno de los cinco principales proveedores de telecomunicaciones móviles en el mundo²– su bajo puntaje en compromisos relacionados con derechos de libertad de expresión y privacidad representa una brecha considerable y una preocupación para cientos de millones de usuarios en varios mercados. Los compromisos a nivel corporativo representarían un sólido paso hacia la mejora del desempeño de la empresa y presentaría un punto de diálogo ideal para los accionistas y representantes de la empresa. Además, es justo esperar que la empresa revele información de cómo maneja solicitudes de terceros y que presente un informe de transparencia que brinde la máxima cantidad de información que permita la ley.

COMPROMISO - 11%

En Compromiso, América Móvil se ubicó sexta de ocho empresas de telecomunicaciones en el Índice. De acuerdo con nuestra investigación, el contexto normativo y legal en el que opera la empresa no parece explicar su deficiente desempeño.

* S&P Capital IQ, verificado 16 de octubre de 2015.

1. Freedom House, “Índice 2015 Libertad en la Red”, <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2015/mexico>.

2. RCR Wireless, 2014, Los mayores operadores móviles del mundo, <http://www.rcrwireless.com/20140924/carriers/worlds-largest-mobile-operators-tag2>.

América Móvil solamente se encuentra por delante de las empresas con el desempeño más deficiente debido a evidencia de informantes concretos (Indicador C3) y mecanismos de reclamo (C6) en relación a la privacidad. Sin embargo, estos mecanismos no parecen incluir explícitamente problemas de libertad de expresión. Aunque no es raro que de alguna manera las empresas de telecomunicaciones ofrezcan más revelaciones que apoyan la privacidad, el fallo de América Móvil va más allá de una simple brecha en los compromisos de respetar la libertad de expresión. La investigación no pudo identificar evidencia de una política pertinente (C1) o supervisión de la gerencia (C2) en estos asuntos, similarmente no hubo evidencia que sugiera que la empresa se desempeña con la debida diligencia en sus impactos de negocios (C4) o que participa con los acciones pertinentes de manera sistemática (C5). Estas son prácticas en las que la empresa bien podría tomar medidas para mostrar una mejora.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 27%

El puntaje de América Móvil en Libertad de Expresión ocupó el cuarto de ocho empresas de telecomunicaciones evaluadas, y unos 20 puntos porcentuales por detrás de la empresa de telecomunicaciones líder, Vodafone. La mayor parte de esos puntos vienen de los términos y servicios relativamente claros de Telcel, la empresa operadora mexicana de América Móvil (F1), su compromiso parcial de notificar a los usuarios cuando esas políticas cambian (F2) y su revelación sobre las circunstancias en que puede restringir contenido o acceso al servicio (F3 and F4).

Transparencia sobre solicitudes de restricción de contenido: La empresa no brinda revelaciones sobre su proceso para responder a ninguna solicitud (F6) –de entidades gubernamentales o privadas– para restringir contenido o acceso al servicio, ni publica ninguna información sobre el volumen o naturaleza de tales solicitudes (F7 y F8). Aunque la empresa puede enfrentar dificultades al revelar esa información para sus operaciones en otros mercados, nuestro conocimiento del entorno legal de México sugiere que no hay obstáculos legales ni normativos que impidan a Telcel revelar su proceso para responder a solicitudes de terceros a restringir contenido –ya sea de parte del gobierno o de terceros.

Manejo de la red: La empresa revela que participa en manejo de la red (F10).

PRIVACIDAD - 25%

América Móvil se ubicó tercera entre las empresas de telecomunicaciones en Privacidad, aunque su puntaje fue menos de la mitad de la empresa de telecomunicaciones con el puntaje más alto, Vodafone (52 por ciento), y apenas más de la mitad del puntaje de AT&T (49 por ciento). Obtuvo solamente un punto porcentual más que Orange.

Manejo de información del usuario: Las revelaciones de Telcel, la empresa operadora mexicana de América Móvil, sobre recopilación de información de usuarios móviles (P3) estuvieron apenas por debajo del promedio total del Índice, aunque el puntaje de la empresa fue de 20 puntos porcentuales por detrás de las empresas de telecomunicaciones con mayor puntaje, Vodafone y AT&T. La revelación sobre intercambio de información del usuario con terceros (P4) fue más alta que MTN y Bharti Airtel y similar a la de Axiata, pero más baja que todas las demás empresas de telecomunicaciones. Telcel empató el primer lugar con el grupo de telecomunicaciones junto con AT&T y Vodafone por revelar información de cómo los usuarios pueden controlar la recopilación de información del usuario por parte de la empresa (P5) –a pesar de un puntaje bajo de 25 por ciento. La empresa no brinda a los usuarios la capacidad de acceder a la información que la empresa tiene sobre ellos (P6) ni revelación sobre la retención de información del usuario (P7).

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: Al examinar la revelación sobre el proceso de la empresa para responder a solicitudes de información del usuario por parte de terceros (P9), América Móvil revela un compromiso de llevar a cabo con debida diligencia las solicitudes antes de decidir cómo responder, pero no proporciona información adicional sobre su proceso. Además de eso, la empresa no tiene compromiso de informar a los usuarios sobre ninguna solicitud para su información (P10). No publica información sobre el volumen y naturaleza de las solicitudes que recibe (P11).

Seguridad: La empresa revela muy poco acerca de sus prácticas de seguridad (P12), aunque obtiene puntaje total por sus esfuerzos para instruir a los usuarios sobre amenazas de seguridad (P14).

AT&T, Inc. brinda servicios de telecomunicaciones en Estados Unidos e internacionalmente. La empresa opera a través de dos segmentos, inalámbrico y cableado. El segmento inalámbrico ofrece servicios de datos y voz a aproximadamente 120 millones de abonados inalámbricos (a diciembre de 2014). El segmento cableado ofrece telefonía, acceso de internet e integración de redes, entre otros servicios a 9 millones de líneas de acceso de clientes minoristas, 9 millones de líneas de acceso a empresas minoristas, y 2 millones de línea de acceso mayoristas.

Empresa operadora evaluada:
Servicios con sede en Estados Unidos

Sector:
Servicios diversificados de telecomunicaciones

Servicios evaluados:
Móviles
Banda ancha fija

Domicilio: Estados Unidos

Capitalización del mercado:
208,088 millones*

PUNTAJE GENERAL - 50%

Entre las empresas de telecomunicaciones en este Índice, AT&T se ubicó segunda después de Vodafone. Como Vodafone y Orange, AT&T es miembro de Telecommunications Industry Dialogue y ha hecho compromisos explícitos en derechos humanos sobre libertad de expresión y privacidad. Aunque sus compromisos y revelaciones contienen vacíos significativos –el puntaje total de la empresa se publicó con 50 por ciento, revela más sobre sus políticas y prácticas que afectan la libertad de expresión y privacidad de sus usuarios que la mayoría de las empresas de telecomunicaciones evaluadas en el Índice.

COMPROMISO - 57%

AT&T se ubicó en tercer lugar entre las empresas de telecomunicaciones, por detrás de Vodafone y Orange, en la categoría Compromiso. En general, los compromisos de la empresa son más sólidos en privacidad que en libertad de expresión. AT&T no recibió puntaje total en ningún indicador en esta categoría, lo que destaca áreas para mejorar..

Impact assessment: Evaluación de impacto: AT&T obtuvo pocos puntos en el Indicador C4, sobre evaluación de impacto. El informe de AT&T a Industry Dialogue explica por qué la empresa no realiza evaluaciones de impacto, y afirma: “Fuera de Estados Unidos, AT&T presta servicios principalmente a grandes clientes empresariales, antes que a minoristas y mercado consumidor. En consecuencia, el impacto potencial en la privacidad o libertad de expresión de los usuarios que podría estar asociado con el uso de nuestro servicio de empresa internacional es bastante bajo.”¹

Ranking Digital Rights asume que las empresas domiciliadas en Estados Unidos, ciertamente enfrentan riesgos que afectan la libertad de expresión y privacidad de los usuarios domiciliados en Estados Unidos. Por lo tanto, es razonable esperar que las empresas evalúen posibles riesgos a la libertad de expresión y privacidad asociados con su actividad. Además, como manifiesta la empresa en su más reciente informe de transparencia, en 2014 AT&T expandió sus actividades a México² donde los riesgos a la libertad de expresión y privacidad de los usuarios de internet están bien documentados.³

* S&P Capital IQ, verificado, 16 de octubre de 2015.

1. Informe de AT&T, Telecommunications Industry Dialogue , http://about.att.com/content/dam/csr/PDFs/ATT_Industry_Dialogue_Reporting_Matrix.pdf.

2. Informe de Transparencia de AT&T , http://about.att.com/content/dam/csr/Transparency%20Reports/Transparency/ATT_Transparency%20Report_July%202015.pdf.

3. Freedom House, Índice 2015 “Libertad en la Red”, <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2015/mexico>.

Balace de compromisos: En los comentarios enviados a nuestros investigadores, AT&T puso objeciones al hecho de que perdió crédito en esta categoría porque no tiene revelación sobre compromisos y prácticas relacionadas con la libertad de expresión de los usuarios. Un representante de la empresa afirmó que, hasta hace poco, AT&T prestó servicios al consumidor solamente dentro de Estados Unidos donde debido a fuertes protecciones constitucionales a la libre expresión de acuerdo con la Primera Enmienda, las referencias explícitas a los compromisos de una empresa con la libertad de expresión no son necesarios ni significativos para los usuarios.

Sin embargo, la Primera Enmienda de la Constitución de Estados Unidos se aplica solamente a conducta gubernamental. No brinda protección explícita para asuntos que surjan de solicitudes de terceros hechas a empresas.⁴ Las disposiciones de la ley estadounidense no limitan la responsabilidad de las empresas por las acciones de los usuarios, con lo que se les permite proteger la libre expresión de sus usuarios sin temor de retribución o acción legal del gobierno o de terceros (por ejemplo, titulares de derechos de autor). Sin embargo, ni la ley ni la Constitución garantizan que una empresa tendrá en cuenta el impacto de las operaciones de su negocio en la libertad de expresión de los usuarios.⁵ Por tanto, es razonable esperar que las empresas sean proactivas en hacer y demostrar compromisos para respetar la libertad de expresión de todos los usuarios –incluidos los que viven en Estados Unidos.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 42%

A pesar de las preocupaciones de la empresa de que la juzguen por libertad de expresión, AT&T solamente fue superada por Vodafone entre las empresas de telecomunicaciones en la categoría Libertad de Expresión.

Transparencia sobre solicitudes de restricción de contenido y aplicación de los términos de servicio: AT&T fue la única empresa de telecomunicaciones que obtuvo puntos por revelar información sobre solicitudes gubernamentales para restringir contenido (F7). Sin embargo, la empresa perdió puntos en varios indicadores porque no reveló claramente a los usuarios si aplica sus propios términos de servicio, cómo los aplica y cómo responde a solicitudes privadas, que pueden incluir solicitudes de retiro de contenido de propietarios de derechos de autor. Por ejemplo, al igual que otros importantes proveedores de servicios de internet, AT&T es miembro del Centro para Información de Derechos de Autor (CCI).⁶ El sitio web del CCI incluye información sobre pasos que los miembros pueden dar para responder alertas recibidas de propietarios de derechos de autor, incluidas disminución de velocidad de las conexiones a internet y redirección temporal de los usuarios a una página de destino.⁷ AT&T también publica un sitio web que contiene información sobre participación de la CCI.⁸ Sin embargo, no publica datos ni ninguna otra información sobre si recibe o responde, y hasta dónde responde, a solicitudes privadas por otras razones además de derechos de autor.

Manejo de red: En el Indicador F10, que examina prácticas de manejo de redes, AT&T recibió crédito parcial por revelar que prioriza o deteriora distribución de contenido, junto con el propósito de hacerlo. Las empresas solamente podían recibir crédito total en este indicador si revelaban que no emprendían esas prácticas.

4. “Libertad de Expresión en Estados Unidos”, IIP Digital, 17 de abril de 2013, <http://iipdigital.usembassy.gov/st/english/pamphlet/2013/04/20130416145829.html> (“La Primera Enmienda protege a los ciudadanos de restricciones gubernamentales a la libre expresión. No se aplica a situaciones donde un privado restringe la expresión de otro”).

5. “Sección 230 de la Ley de Decencia en las Comunicaciones”, Electronic Frontier Foundation, <https://www.eff.org/issues/cda230>; “Inmunidad para quienes publican en línea de acuerdo con la Ley de Decencia en las Comunicaciones”, Digital Media Law Project, última actualización en febrero de 2011, <http://www.dmlp.org/legal-guide/immunity-online-publishers-under-communications-decency-act>.

6. Center for Copyright Information: <http://www.copyrightinformation.org/>.

7. Ver <http://www.copyrightinformation.org/the-copyright-alert-system/>.

8. Ver https://copyright.att.net/home_

PRIVACIDAD - 52%

AT&T reveló más acerca de sus políticas y prácticas que la privacidad de los usuarios que cualquier otra empresa en el Índice. Obtuvo puntajes altos en nueve de los 12 indicadores relacionados con la privacidad en el que las empresas fueron evaluadas. No obstante, su puntaje general fue solamente un poco más de la mitad del total posible de puntos. Nótese que, como la metodología del Índice se centra en las propias revelaciones de las empresas sobre sus prácticas, el puntaje de AT&T en indicadores relacionados con la privacidad no se vio afectado directamente por los informes de medios basados en revelaciones del excontratista de inteligencia Edward Snowden y anteriores informes sobre el cumplimiento de AT&T con vigilancia de la NSA sin orden que la respaldara.⁹

Manejo de información del usuario: AT&T empató con Vodafone en el primer lugar entre las empresas de telecomunicaciones en revelaciones sobre la recopilación de información del usuario (P3), pero en el Índice en general se quedó rezagada en 20 puntos porcentuales por detrás de Kakao, la empresa de internet puntera. Lideró el grupo de telecomunicaciones en revelaciones sobre intercambio de información del usuario con terceros (P4), a pesar de un puntaje deslucido de 48 por ciento. Su puntaje en control del usuario en recopilación e intercambio de información (P5) fue de 25 por ciento, empatado en una delantera muy baja con América Móvil y Vodafone, más tres empresas de internet. AT&T se quedó rezagada por detrás de Vodafone por un amplio margen en brindar a los usuarios acceso a su propia información (P6).

En revelaciones sobre retención de información del usuario (P7), AT&T y otras cinco empresas de telecomunicaciones no lograron recibir ningún crédito. En 2013, AT&T remitió una carta al senador estadounidense Edward J. Markey en respuesta a una lista de preguntas sobre políticas de solicitudes de retención de información y de aplicación de la ley que recibió.¹⁰ Conteníó detalles que no fueron revelados en ninguna parte del sitio web de la empresa ni en documentos dirigidos a los usuarios. Poner esa información a disposición de los usuarios de una manera más fácil mejoraría el desempeño de la empresa en varios indicadores de privacidad.

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: El puntaje general de privacidad de AT&T se vio impulsado por el hecho de que es la única empresa de telecomunicaciones en el Índice que publica un informe de transparencia que incluye datos sobre la cantidad de solicitudes gubernamentales de información del usuario (P11). No obstante, la empresa solamente obtuvo el 60 por ciento del puntaje total posible en este indicador. En parte, esto fue porque su informe de transparencia no tenía suficientes detalles sobre solicitudes de seguridad nacional. En comentarios con la empresa, un representante objetó que los penalizaran “por cumplir con leyes estadounidenses claras y recientemente reiteradas”. Sin embargo, como se expresó anteriormente, la metodología del Índice no compensa para situaciones donde las leyes impiden que una empresa obtenga puntaje total en algún indicador.

En los Indicadores P9, P10 y P11, que examinan las revelaciones de la empresa relacionadas con solicitudes de terceros, AT&T perdió puntaje por falta de información sobre si la empresa recibe o responde a solicitudes privadas de información del usuario y cómo lo hace. Un representante de la empresa afirmó a los investigadores: “Excepto en circunstancias de emergencia, no proporcionamos contenido de comunicaciones ni información guardada sin un correcto proceso judicial o gubernamental”. Sin embargo, no hubo evidencia de que la empresa revele públicamente la política de una manera que los usuarios puedan verla. De acuerdo con la metodología del Índice, no pudimos darle crédito a la empresa por una política así.

Seguridad: Como Vodafone, AT&T recibió puntaje total en los dos indicadores sobre seguridad del Índice (P12 y P14).

9. Por ejemplo, ver Julia Angwin, Charlie Savage, Jeff Larson, Henrik Moltke, Laura Poitras y James Risen, “AT&T ayudó a Estados Unidos a espiar a gran escala,” New York Times, 15 de agosto de 2015. <http://www.nytimes.com/2015/08/16/us/politics/att-helped-nsa-spy-on-an-array-of-internet-traffic.html>.

10. Ver http://www.markey.senate.gov/documents/2013-10-03_ATT_re_Carrier.pdf.

Axiata Group Berhad

www.axiata.com

KLSE: AXIATA

Axiata Group Berhad brinda diversos servicios de telecomunicación y relacionados con transmisión de redes a numerosos mercados en todo Asia bajo diversos nombres de marcas. La empresa tiene aproximadamente 240 millones de abonados móviles en Asia. Opera principalmente bajo las marcas de Celcom en Malasia, XL en Indonesia, Dialog en Sri Lanka, Robi en Bangladesh, Smart en Camboya, Idea en India y M1 en Singapur.

Empresa operadora evaluada:
Celcom (Malasia)

Sector:
Servicios inalámbricos de telecomunicación

Servicio evaluado: Móvil

Domicilio: Malasia

Capitalización del mercado:
USD 13,354 millones*

PUNTAJE GENERAL - 16%

El puntaje general de Axiata ocupó el penúltimo lugar en las empresas de telecomunicaciones, cerca del final de un grupo de cuatro empresas que obtuvieron entre el 14 y 18 por ciento. Malasia fue calificado “Parcialmente Libre” en el Índice 2015 “Libertad en la Red” de *Freedom House*.¹ Celcom, subsidiaria de Axiata en Malasia, está sujeta a la licencia, reglas y regulaciones del país – muchas de las cuales no están publicadas ni están a disposición del público.

No obstante, el entorno legal y normativo de Malasia no impide que Axiata haga comentarios explícitos de respetar los derechos de los usuarios y de mejorar su revelación de políticas y prácticas que afectan la libertad de expresión y privacidad de los usuarios. Esta brecha en el compromiso y el desempeño relativamente bajo de la empresa ofrece un punto natural de participación de los interesados y la empresa. Más allá de esto, y debido al hecho de que se sabe que los reguladores imponen restricción de contenido en Malasia, es aun más importante que Axiata revele su proceso para responder a solicitudes gubernamentales y publique un informe de transparencia, sobre todo considerando que no hay restricciones legales conocidas en por lo menos revelación mínima.

COMPROMISO - 0%

Axiata fue la única empresa en el Índice que no recibió crédito por ningún elemento en toda esta categoría. Aunque todas las empresas están sujetas a las leyes y regulaciones vigentes en los mercados en los que operan, no hay una justificación clara que excluya a Axiata de desempeñarse mejor en esta categoría. Como se dijo líneas arriba, que la empresa no haya podido ofrecer revelaciones relevantes ofrece un punto sólido de diálogo para participación entre interesados y representantes de las empresas.

* S&P Capital IQ, verificado, 16 de octubre de 2015.

1. Freedom House, Índice 2015 “Libertad en la Red”, , <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2015/malaysia>

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 23%

Axiata se ubicó quinta de ocho empresas de telecomunicaciones en Libertad de Expresión, aunque su puntaje fue menos de la mitad que el de la empresa de telecomunicaciones líder, Vodafone. Celcom, la empresa operadora malasia de Axiata, recibió crédito por hacer que sus términos de servicio estén disponibles (Indicador F1) y por revelar información sobre las razones por las que restringiría el contenido o acceso al servicio (F3 y F4).

Transparencia sobre solicitudes para restricción de contenido y aplicación de términos de servicio: Quedó un gran vacío con respecto a las políticas y prácticas de la empresa que afectan la libertad de expresión, incluida la aplicación de términos de servicio, notificación del usuario sobre restricción de contenido o de cuenta, y la respuesta de la empresa a solicitudes de terceros para restringir contenido o acceso al servicio. Hasta donde sabemos, las leyes malasias no limitan la capacidad de Axiata y Celcom de revelar incluso información general con respecto a estos asuntos. Como con la mayoría de jurisdicciones, las leyes pueden limitar las revelaciones de la empresa; en el caso de Axiata, la Ley de Secretos Oficiales de Malasia de 1972 le puede impedir que revele información sobre solicitudes, pero no es realista que esta ley afecte cada solicitud gubernamentales que Axiata reciba.

Manejo de red: Celcom fue transparente en afirmar que realiza gestión de redes (F10).

PRIVACIDAD - 17%

Axiata obtuvo solamente tres puntos porcentuales más que las dos empresas que empataron en el último lugar entre las empresas de telecomunicaciones en esta categoría, Etisalat y MTN. El contexto normativo de Axiata no justifica su falta de revelación en los indicadores evaluados en esta categoría.

Manejo de información del usuario: De alguna manera en paralelo con su desempeño en indicadores relacionados con libertad de expresión, Axiata recibió crédito por revelaciones relacionadas con sus políticas de privacidad así como revelaciones con respecto a recopilación e intercambio de información del usuario (P3 y P4). Particularmente, obtuvo mejores resultados que todas las empresas de telecomunicaciones excepto AT&T y Vodafone en revelaciones sobre recopilación de información del usuario (P3), pero su revelación sobre intercambio de información del usuario (P4) fue relativamente mínima. La empresa operadora malasia Celcom no ofrece opciones para que los usuarios controlen la recopilación e intercambio de información del usuario (P5), y a los usuarios no se les concede acceso significativo a su propia información (P6). Esa revelación es escasa a pesar de las regulaciones positivas para protección de información. Por ejemplo, la ley malasia de Protección de Datos Personales de 2010 (PDPA) estableció un límite de que los datos personales no se pueden conservar por más tiempo del que sea necesario para lograr el fin para el que fueron recopilados. Sin embargo, ni Axiata ni Celcom ofrecieron claridad sobre cómo se pone en práctica este periodo (P7).

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: La empresa no recibió créditos en indicadores que analizan las revelaciones sobre su proceso para responder solicitudes de terceros de información del usuario (P9), notificación al usuario sobre solicitudes de terceros (P10) o información sobre solicitudes de terceros (P11). A pesar de la Ley de Secretos Oficiales mencionada antes, nuestro conocimiento de la ley malasia indica que la empresa debería estar en posición de revelar al menos algunas solicitudes que Celcom recibe de intercambio de información del usuario.

Seguridad: Axiata no enfrenta obstáculos significativos para mejorar sus revelaciones sobre prácticas de seguridad (P12) ni hay ninguna razón para que la empresa no pueda hacer mayores esfuerzos para instruir a los usuarios sobre amenazas de seguridad (P14).

Bharti Airtel Limited

www.airtel.in

BSE: 532454

Bharti Airtel Limited brinda sistemas y servicios de telecomunicación a nivel mundial, incluidos India, el sur de Asia y África. El grupo presta diversos servicios de telecomunicaciones fijos y móviles de voz y datos en estos mercados. Hacia marzo de 2015, prestaba servicios a aproximadamente 324 millones de clientes.

Emrepsa operadora evaluada:
Airtel India

Sector:
Servicios de telecomunicación

Servicios evaluados:
Móvil
Banda ancha fija

Domicilio: India

Capitalización del mercado:
USD 21,584 millones*

PUNTAJE GENERAL - 17%

Bharti Airtel se ubicó sexta de ocho entre las empresas de telecomunicaciones en el Índice general. Aunque no hay factores normativos que impidan que Bharti Airtel haga compromisos explícitos y destacados a la libertad de expresión y privacidad, India tampoco brinda ningún mecanismo legal para incentivar que las empresas den prioridad a la libertad de expresión y privacidad. Aunque las regulaciones indias sí abordan la responsabilidad social corporativa, su falta de referencias explícitas a la libertad de expresión y privacidad podrían ayudar a explicar que Bharti Airtel no logre centrarse en estos asuntos.

En 2014, se promulgaron la Ley de Empresas de 2013 y las Reglas de Política de Responsabilidad Social Corporativa de 2014. La Sección 135 de la Ley requiere que las empresas tengan funcionando comités de responsabilidad social corporativa.¹ La Regla 6 requiere que las empresas tengan funcionando políticas de comités de responsabilidad social corporativa, y la Regla 9 requiere, donde sea posible, que las políticas aparezcan en el sitio web de la empresa.² El anexo de la Ley contiene una lista de actividades que pueden estar incluidas en la política de responsabilidad social corporativa de una empresa para que una empresa pueda cumplir sus responsabilidades de responsabilidad social corporativa. La lista incluye erradicación de hambre y pobreza, promoción de la educación y reducción de mortalidad infantil entre otros. No incluye libertad de expresión ni privacidad, ni incluye requisitos de evaluar y abordar riesgos de derechos humanos específicos asociados con las operaciones de negocios de la empresa. Bharti Airtel podría aumentar su programa de responsabilidad social corporativa ya existente y extender sus compromisos, políticas y prácticas para incluir libertad de expresión y privacidad.

COMPROMISO - 13%

Bharti Airtel no ha hecho compromisos públicos generales para proteger la libertad de expresión o privacidad de los usuarios de una manera que satisfaga los criterios del Índice. Se ubicó quinta de las ocho empresas de telecomunicaciones, a la cabeza de un grupo de empresas en el rango del 0 al 13 por ciento, cuando las empresas con el puntaje más alto estuvieron por encima del 70 por ciento. El crédito de Bharti Airtel en esta categoría se debió a dos factores: la presencia de un programa de informantes (Indicador C3) y el puntaje más alto en todo el Índice por reclamo y solución (C6).

* S&P Capital IQ, 16 de octubre de 2015.

1. Ley de Empresas Indias 2013, sección 135 <http://www.mca.gov.in/SearchableActs/Section135.htm>.

2. Empresas (Políticas Corporativas de Responsabilidad Social) Reglas de 2014. Regla 6 y Regla 9. Disponible en: http://www.mca.gov.in/Ministry/pdf/CompaniesActNotification2_2014.pdf.

Solución: Una serie de disposiciones legales requiere que la empresa operadora, Airtel India, ofrezca diferentes niveles de mecanismos de compensación. A las empresas se les requiere que tengan funcionarios de reclamos para que manejen los reclamos relativos al procesamiento de información del usuario y la infracción de leyes relativas a prohibiciones de contenido. La Autoridad Regulatoria de Telecomunicaciones de India también requiere que todos los proveedores del servicio tengan mecanismos de compensación.

Como se mencionó antes, no hay impedimento legal para que Bharti Airtel tenga políticas de compromiso al más alto nivel con la libertad de expresión y privacidad del usuario (C1) que establezcan supervisión ejecutiva y gerencial en estos asuntos (C2), creando un proceso para evaluación de impacto en derechos humanos (C4), o estableciendo y revelando otras políticas descritas en la categoría Compromiso.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 16%

Bharti Airtel tuvo el puntaje más bajo en Libertad de Expresión no solamente entre las empresas de telecomunicaciones, sino también en todo el Índice. Fue difícil encontrar los términos de servicio para los servicios móviles y de banda ancha fija de Airtel India, están disponibles solamente en inglés (F1) y no se comprometen a notificar a los usuarios de cambios a los términos de servicio (F2). Aunque la empresa revela qué contenido y actividades prohíbe (F3), la empresa no ofrece información sobre cómo aplica estas prohibiciones. La empresa también revela las circunstancias bajo las cuales suspende el servicio a personas o áreas (F4) aunque no ofrece ejemplos para ayudar a los usuarios a entender esas políticas..

Notificación al usuario sobre restricción de contenido: Bharti Airtel no hace ningún compromiso de informar a los usuarios cuando el contenido ha sido bloqueado o restringido de alguna manera (F5). En los últimos años, investigadores y periodistas han identificado casos en los que Airtel India brindó notificación cuando bloquea sitios web o páginas de conformidad con una orden judicial o gubernamental. Por ejemplo, una captura de pantalla que los investigadores hicieron en 2012 en una conexión de línea fija de Airtel India afirma: “esta página ha sido bloqueada según instrucciones del Departamento de Telecomunicaciones”³ Artículos noticiosos indican que Airtel también bloqueó páginas en 2014.⁴ Con la finalidad de recibir crédito en este indicador del Índice, Airtel India necesitaría revelar información clara acerca de sus políticas y métodos para notificar a los usuarios.

Transparencia sobre solicitudes de restricción de contenido: Con respecto a la transparencia sobre solicitudes de restricción de contenido, la ley india impide que Airtel India revele solicitudes gubernamentales para retirar contenido. Sin embargo, la ley india no evita que la empresa publique más información sobre solicitudes privadas para restricción de contenido y agrega tanta información sobre todas las solicitudes de restricción de contenido como la ley permite revelar.

Manejo de red: Un rubro en el que Airtel India es transparente se relaciona con el manejo de red (F10). La empresa revela las circunstancias limitadas (uso excesivo de ancho de banda) bajo las cuales puede ahogar el tráfico de usuario, de acuerdo con requisitos legales.

PRIVACIDAD - 21%

En Privacidad, Bharti Airtel se ubica quinto de ocho empresas de telecomunicaciones en el Índice. Aunque Airtel India está obligada por ley a tener disponible una política de privacidad en su sitio web, esta política está disponible en inglés, mas no en otros idiomas que se hablan en India (P1).

Manejo de información del usuario: Bharti Airtel obtuvo el puntaje más bajo entre las empresas de telecomunicaciones en revelaciones sobre recopilación de información del usuario (P3). Bharti Airtel recibió muy poco crédito por revelaciones sobre intercambio de información del usuario (P4) debido a que sus políticas eran excesivamente imprecisas. La empresa no ofrece control a los usuarios sobre recopilación de su información (P5), ni ofrece a los usuarios acceso significativo a su información (P6). En revelaciones sobre retención de información del usuario (P7),

3. Captura de pantalla de página bloqueada de 2012. Disponible en <http://www.medianama.com/wp-content/uploads/Xmarks-Scrn-Shot.jpg>.

4. The Times of India, “Bloquean 219 sitios por infringir los derechos de Sony: Airtel” 8 de julio de 2014. Verificado, 28 de octubre de 2015. Disponible en <http://timesofindia.indiatimes.com/tech/tech-news/Blocked-219-sites-for-infringing-Sonys-rights-Airtel/articleshow/38011648.cms>.

Bharti Airtel empata con Vodafone a la cabeza del grupo de telecomunicaciones, aunque solamente con el 20 por ciento. No debería haber impedimento legal para que la empresa mejore sus revelaciones sobre la información del usuario que recopila, con quién la intercambia y cuánto tiempo la retiene.

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: Varias disposiciones de la ley india impiden revelar solicitudes gubernamentales para intercambiar información o asistir a la interceptación de las comunicaciones (P11). Esto parece incluir datos agregados.⁵ Sin embargo, ninguna disposición impide que Airtel India notifique a los usuarios cuando una entidad no gubernamental solicite su información de usuario, ni hay ninguna disposición que impida que Airtel revele las situaciones cuando puede no notificar a los usuarios, incluyendo una descripción de las solicitudes gubernamentales que por ley está prohibida de revelar a los usuarios (P10). La empresa recibió puntaje de cero en los Indicadores P10 y P11.

Seguridad: Las revelaciones de Airtel India sobre sus prácticas de seguridad le valieron a la empresa solamente 50 por ciento del puntaje total posible (P12). Sin embargo, sus intentos de instruir a los usuarios sobre amenazas de seguridad (P14) obtuvieron puntaje total.

5. Revelación país por país de Vodafone de pedidos de asistencia de aplicación de la ley 2015. India. Disponible en http://www.vodafone.com/content/index/about/sustainability/law_enforcement/country_by_country.html.

Etisalat Group establece y opera redes de telecomunicaciones y de fibra óptica junto con un gran conjunto de otros servicios en los Emiratos Árabes Unidos y en otros 18 países en Medio Oriente, África y Asia. Sus operaciones incluyen operación y manejo de redes de telecomunicación al igual que servicios de medios, servicios de conectividad y consultoría.

Empresa operadora evaluada:
Etisalat UAE

Sector:
Servicios diversificados de telecomunicación

Servicios evaluados:
Móvil
Banda ancha fija

Domicilio: Emiratos Árabes Unidos

Capitalización del mercado:
USD 35,475 millones*

PUNTAJE GENERAL - 14%

Etisalat obtuvo el puntaje más bajo de todas las empresas de telecomunicaciones evaluadas en el Índice. Etisalat tiene su sede central en un país cuyo entorno legal y normativo no es propicio para los compromisos públicos o revelaciones de políticas y prácticas que afectan la libertad de expresión o privacidad de los usuarios. Los Emiratos Árabes Unidos están calificados como “No Libres” en el Índice 2015 “Libertad en la Red” de *Freedom House*.¹

La ley de ciberdelitos del país, actualizada en 2012, responsabiliza a los intermediarios por las acciones de sus usuarios; se ha usado para silenciar a activistas de medios sociales y para justificar vigilancia amplia a las actividades de los usuarios de internet.² En general, este contexto no presenta dificultades para que la empresa obtenga un puntaje más alto en el Índice. No obstante, el desempeño de Etisalat en el Índice presenta un punto de partida potencial para el diálogo entre representantes de la empresa e interesados para identificar dónde se pueden tomar medidas para brindar revelaciones y demostrar un compromiso de respetar los derechos de los usuarios

COMPROMISO - 3%

En el Índice, solamente una empresa de telecomunicaciones recibió un puntaje menor que Etisalat en la categoría Compromiso. El único indicador en el que Etisalat recibió algún crédito abarcó mecanismos de solución y reclamo (C6). Etisalat brindó vías para que los usuarios contacten a la empresa si tenían problemas acerca de los términos de servicio o de política de privacidad, pero hasta esta revelación tiene mucho por mejorar.

Etisalat opera en un entorno con muchas restricciones legales, y el gobierno tiene propiedad mayoritaria de la empresa. La dificultad de la empresa para hacer mejoras sustanciales en su compromiso con la libertad de expresión y privacidad está en su mercado interno, a pesar de que tiene consecuencias para –y puede ser una problema potencial para– los clientes de las operaciones subsidiarias de la empresa en otros 18 países.

* S&P Capital IQ, verificado, 16 de octubre de 2015.

1. Emiratos Árabes Unidos, <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2015/united-arab-emirates>.

2. “Emiratos Árabes Unidos: Rastreado ‘ciberdelincuentes’ – Autoridad Regulatoria de Telecomunicaciones y unidades de ciberdelito”, *Enemigos de internet, Reporteros sin Fronteras*, 11 de marzo de 2014, <http://12mars.rsf.org/2014-en/2014/03/11/united-arab-emirates-tracking-cyber-criminals/>.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 21%

Etisalat se ubica sexta de ocho empresas de telecomunicaciones en Libertad de Expresión, con lo que se ubica en un grupo de cuatro empresas dentro del rango del 15 al 25 por ciento. El crédito de la empresa en esta categoría se origina en gran parte en la disponibilidad de sus términos de servicio (F1) y revelación de las circunstancias en las que restringe contenido o acceso al servicio (F3 y F4). La falta de revelación de la empresa con relación a su proceso para responder a solicitudes de terceros hizo que su puntaje en esta categoría disminuyera.

Dentro de los Emiratos Árabes Unidos, se da considerable valor a la privacidad a expensas de la libre expresión. Sin embargo, esto significa que la ley puede usar la privacidad como un medio para restringir la expresión. Un ejemplo conmovedor es un video viral de 2013 en donde grabaron a un emiratí golpeando a un indio. Al camarógrafo en este caso lo acusaron de difamación e invasión de la privacidad y fue sometido a penalidades más severas que el atacante.³ Además, la ley de ciberdelito de 2012 responsabiliza a los intermediarios de internet por todo contenido ilegal o difamatorio que aparezca en sus sitios web, que restringe la libre expresión.⁴ De acuerdo con esta expectativa legal y cultural, Etisalat recibe muchos de sus puntos en esta categoría por revelaciones relacionadas con por qué puede restringir contenido, cuentas o servicio (F3 y F4).

Notificación al usuario sobre restricción de contenido: Aunque Etisalat no se compromete plenamente a notificar a los usuarios cuando restringe contenido o acceso al servicio (F5), hay evidencia de que la empresa suele bloquear páginas según requisitos gubernamentales.⁵

Manejo de red: Etisalat no ha hecho declaraciones públicas sobre sus prácticas de manejo de la red (F10). Esta brecha en el desempeño no parece ser el resultado de cumplimiento normativo, pues no hay ley conocida en los Emiratos Árabes Unidos que dirija la capacidad de Etisalat de priorizar o degradar la transmisión o entrega de diferentes contenido en su red. De manera similar, no hay ley que limite su capacidad de revelar sus prácticas sobre este particular.

PRIVACIDAD - 14%

Etisalat empató con MTN por el puntaje más bajo de todas las empresas de telecomunicaciones en Privacidad. Solamente una empresa en todo el Índice obtuvo puntaje más bajo, la empresa de internet Mail.ru. El desempeño de Etisalat mostró vacíos en todos los indicadores, principalmente con respecto a cómo maneja información del usuario, cómo procesa solicitudes de terceros y cómo asegura su información. Sobre todo dada la especial importancia que se da a la privacidad personal, Etisalat tiene la oportunidad de hacer compromisos básicos con privacidad y protección de información y a llevar a cabo auditorías relacionadas con la seguridad.

Manejo de información del usuario: No existen barreras legales obvias en contra de que Etisalat mejore su revelación sobre cómo maneja la información del usuario. Las revelaciones de la empresa sobre recopilación de información del usuario (P3) están en el límite inferior del grupo de telecomunicaciones. Cabe destacar que sus revelaciones sobre intercambio de información del usuario con terceros (P4) obtuvo el mismo puntaje que Vodafone – 32 por ciento – superado solamente por AT&T, que obtuvo un 48 por ciento. No hay evidencia de que los usuarios puedan controlar la recopilación e intercambio de información que hace la empresa (P5), aunque Etisalat obtuvo mayor puntaje que AT&T en revelación sobre la capacidad de los usuarios de acceder a información que la empresa tiene sobre ellos (P6).

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: Como ya se expresó, hay un amplio entendimiento de que el gobierno de los Emiratos Árabes Unidos vigila las comunicaciones como parte de un intento de identificar a los oponentes políticos o las amenazas de seguridad. Ya está establecido que el contexto operativo de Emiratos Árabes Unidos puede restringir la capacidad de las empresas de revelar información; además, el código penal del país restringe lo que se puede intercambiar con respecto a investigaciones policiales y procesos judiciales. Unido al hecho de que el estado es el propietario mayoritario de la empresa, esto puede restar incentivos a la transparencia en general, y la revelación de las directrices de la aplicación de la ley y los informes de transparencia en particular (P9, P10 y P11). No obstante, la empresa debería esforzarse por ser transparente con los usuarios sobre solicitudes de terceros de su información hasta el máximo posible de acuerdo con la ley.

Seguridad: Es razonable esperar que Etisalat revele información básica sobre sus prácticas de seguridad (P12) y que publique materiales que ayuden a los usuarios a protegerse de amenazas de seguridad (P14). La empresa no recibió crédito por ninguna de estas prácticas.

3. Matt Duffy, "Video de funcionario de Emiratos Árabes Unidos golpeando a conductor indio enciende debate", AL Monitor, 24 de julio de 2013, <http://www.al-monitor.com/pulse/originals/2013/07/emirati-assault-video-defamation.html>.

4. Ley de Ciberdelito de Emiratos Árabes Unidos de 2012 <http://www.scribd.com/doc/120536757/UAE-Cybercrime-Law-of-2012>.

5. Captura de pantalla de página de bloqueo publicada por usuario de Wikipedia en agosto de 2011: https://en.wikipedia.org/wiki/File:Block_etisalat_3.jpg.

MTN Group Limited

www.mtn.com

JSE: MTN

MTN Group Limited es una empresa de telecomunicaciones que sirve a mercados en 22 países en África, Asia y Medio Oriente. Ofrece servicios de voz y datos; servicios de negocios como nube, infraestructura, red, software y movilidad empresarial; y dinero móvil y servicios de estilo de vida. Para diciembre de 2014, la empresa servía 223.4 millones de suscriptores.

Empresa operadora evaluada:
MTN Sudáfrica

Sector:
Servicios de telecomunicación
inalámbrica

Servicio evaluado: Móvil

Domicilio: Sudáfrica

Capitalización del mercado:
USD 26,034 millones*

PUNTAJE GENERAL - 18%

El puntaje general de MTN en el Índice recae en un grupo de cuatro empresas en el rango del 10 al 20 por ciento. Al mismo tiempo, el internet de Sudáfrica está señalado como “libre” por el Índice 2015 “Libertad en la Red” de *Freedom House*.¹ Varios factores pueden explicar esta contradicción: la entidad corporativa a nivel de grupo de MTN ha dependido históricamente de las operaciones de la empresa fuera de Sudáfrica para sus ingresos. La empresa opera en varios mercados exigentes que incluyen Irán, Ruanda, Afganistán y otros países en Medio Oriente y el Norte de África, lo que hace difícil a la empresa comprometerse públicamente a respetar los derechos humanos. Las empresas operadoras de MTN en algunos mercados han incluido como accionistas a entidades controladas por el gobierno. MTN también enfrenta algunas dificultades en Sudáfrica. No obstante, el deficiente desempeño de la empresa en este Índice ofrece un punto de partida para el diálogo entre representantes de la empresa y accionistas para determinar qué medidas concretas debería tomar la empresa en el corto a mediano plazo para que pueda demostrar más creíblemente que respeta los derechos de los usuarios.

COMPROMISO - 22%

El compromiso público de MTN con los derechos de los usuarios fue notablemente más alto que cualquier otra empresa de telecomunicaciones en el Índice, salvo por los tres miembros de Industry Dialogue (Vodafone, AT&T y Orange). Sin embargo, esta distinción se origina en la falta general de revelación de otras empresas. MTN recibió puntajes totales para política y liderazgo (Indicador C1), que examina si la empresa hace un “compromiso de política explícito, destacado y claramente articulado a los derechos humanos, incluidos libertad de expresión y privacidad”. MTN también recibió crédito en supervisión de gobernabilidad y manejo (C2) debido a su supervisión a nivel de la directiva de cómo las prácticas de la empresa afectan la libertad de expresión y privacidad. Sin embargo, la empresa no brinda mayor revelación de qué políticas y prácticas ha puesto en marcha para implementar sus compromisos.

* S&P Capital IQ, verificado, 16 de octubre de 2015.

1. Sudáfrica, “Libertad en la red 2015”, Freedom House, <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2015/south-africa>.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 20%

MTN ocupó el séptimo lugar de ocho empresas de telecomunicaciones en el Índice en Libertad de Expresión.

Transparencia sobre solicitudes de restricción de contenido: El bajo puntaje de MTN se debe principalmente al hecho de que no revela información sobre el volumen y naturaleza de solicitudes de terceros que afectan la capacidad de los usuarios a acceder o a transmitir información (F7 y F8) o cualquier información sobre proceso para responder a esas solicitudes (F6). Ninguna ley en Sudáfrica impide a MTN revelar información general sobre sus procesos para responder a diversos tipos de solicitudes de terceros que piden a MTN restringir contenido o servicio a los usuarios. De acuerdo a la Ley de Comunicaciones y Transacciones Electrónicas de Sudáfrica, MTN puede perder su protección de responsabilidad si no atiende las solicitudes de retiro de contenido.² Por tanto, la ley desincentiva a las empresas de defender a los propietarios de contenido original o para rechazar solicitudes ilegítimas de retiro. No queda claro si es legal que MTN informe de solicitudes gubernamentales de restricción de contenido.

Aunque las empresas en Sudáfrica están prohibidas de comunicar sobre solicitudes gubernamentales de información del usuario (como se analiza más adelante), no queda claro si MTN podría verse afectada por la Ley de Nacional de Puntos Básicos, que concede al gobierno la capacidad de censurar información sobre infraestructuras consideradas cruciales para la seguridad nacional. Esto podría impedir que la empresa revele información sobre solicitudes relacionadas con restricción de contenido o de cuentas.³

Manejo de red: MTN no revela información sobre si prioriza o deteriora la transmisión o envío de diferentes tipos de contenido (F10). No hay ley de “neutralidad en la red” en Sudáfrica, ni MTN está requerido por ley de revelar información sobre priorizar a deteriorar el envío de contenido. MTN no está bajo la obligación legal de dar seguimiento al tráfico en su red, pero la ley tampoco le impide dar seguimiento a contenido en su red. En cualquier caso, MTN no tiene razón legal ni normativa por la que no puede ser más transparente sobre estas prácticas.

PRIVACIDAD - 14%

MTN empató con Etisalat con el puntaje más bajo de todas las empresas de telecomunicaciones en el Índice en Privacidad. Solamente una empresa en todo el Índice obtuvo puntaje menor, la empresa de internet Mail.ru.

Manejo de información del usuario: La empresa hace un trabajo deficiente al informar a los usuarios cómo maneja su información, por ejemplo, qué recopila (P3), con quién y bajo qué circunstancias intercambia información del usuario (P4) y cuánto tiempo retiene la información del usuario (P7). Los cambios en la ley sudafricana pueden ayudar a MTN a mejorar su desempeño en el futuro. El presidente de la empresa suscribió recientemente una nueva Ley de Protección de Información Personal que requiere a las empresas que brinden acceso a los usuarios a su propia información guardada, a revelar para qué se usa la información y explicar cómo se usa. Sin embargo, la Ley no entrará plenamente en vigor hasta que se haya establecido un Regulador de Información Personal, y no se conoce el cronograma de la implementación.⁴ Mientras tanto, incluso antes de que la ley entre en vigencia, no hay obstáculo para que MTN cumpla y hasta exceda los requisitos de acuerdo con la nueva ley.

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: MTN casi no brinda transparencia sobre solicitudes de terceros de información del usuario. En el Indicador P9, que busca revelar el proceso para responder solicitudes de terceros, el nivel de grupo de la empresa se compromete a llevar a cabo con la debido diligencia las solicitudes antes de decidir cómo responder, pero ni el grupo ni la empresa operadora ofrecen ninguna especificación sobre su proceso para recibir y responder a solicitudes gubernamentales o cualquier otra solicitud.

2. Alex Comminos, “Responsabilidad del intermediario en Sudáfrica, Asociación para Comunicación Progresiva”, octubre de 2012 <https://www.apc.org/en/pubs/intermediary-liability-south-africa>.

3. Ley Nacional de Puntos Claves, Gobierno Sudafricano, <http://www.gov.za/documents/national-key-points-act-24-mar-2015-1016> y Philip de Wet and Chantelle Benjamin, “Puntos Claves Nacionales: la lista que no debías ver”, Mail and Guardian, 22 de enero de, <http://mg.co.za/article/2015-01-22-national-key-points-the-list-you-werent-meant-to-see>.

4. Michalsons (bufete de abogados, Nominaciones para Regulador de Información de POPI), 26 de julio de 2015 www.michalsons.co.za/nominations-information-regulator-popi/15656; regulator-popi/15656; Michalsons, Fecha de inicio de POPI o Fecha efectiva de POPI, 24 de julio de 2015, www.michalsons.co.za/popi-commencement-date-popi-effective-date/13109; Gregory Anderson (gerente de país, Trend Micro Sudáfrica), POPI: La carrera a la seguridad de datos, 5 de junio de 2015, ITweb www.itweb.co.za/index.php?option=com_content&view=article&id=143711.

La ley prohíbe a la empresa notificar a los usuarios sobre solicitudes (P10) y también revelar información que atañe a la cantidad o naturaleza de las solicitudes (P11).

Además, la ley prohíbe a la empresa revelar información sobre el hecho de que las solicitudes existieron, que crea un problema potencial por siquiera revelar información sobre el proceso para manejar solicitudes.⁵ Sin embargo, no hay ley que impida una mayor transparencia sobre solicitudes privadas.

Seguridad: MTN no enfrenta obstáculos significativos para mejorar sus revelaciones sobre prácticas de seguridad (P12), ni hay razón por la que la empresa no pueda hacer esfuerzos más sólidos para instruir a los usuarios sobre amenazas de seguridad (P14).

5. Charlie Fripp, “Empresas telefónicas sudafricanas podrían ser usadas para espiar, pero no podemos decirles cuándo”, htxt.africa, 6 de junio de 2014 <http://www.htxt.co.za/2014/06/06/sa-phone-companies-may-be-used-for-spying-but-cant-tell-you-when/>.

Orange ofrece una variedad de servicios de telecomunicaciones de telefonía fija y móvil, transmisión de datos y otros servicios de valor agregado a clientes, negocios y otros operadores de telecomunicaciones a nivel mundial con importante presencia en Europa y África. La empresa ofrece servicios móviles, de línea fija y operador; vende dispositivos móviles y accesorios; vende y alquila equipo de línea fija; y ofrece servicios de red y plataforma.

Empresa operadora evaluada:

Orange (Francia)

Sector:

Servicios diversificados de telecomunicación

Servicios evaluados:

Móvil

Banda ancha fija

Domicilio: Francia

Capitalización del mercado:

USD 42,409 millones*

PUNTAJE GENERAL - 37%

Orange es miembro de Telecommunications Industry Dialogue y ha hecho compromisos explícitos en derechos humanos en libertad de expresión y privacidad. Obtuvo puntaje significativamente mayor que otras cinco empresas de telecomunicaciones, pero se quedó sustancialmente rezagada por detrás de AT&T y Vodafone en revelación de políticas y prácticas que afectan los derechos de los usuarios. Orange, con operaciones en 29 países en Europa y África (a diciembre de 2014), enfrenta retos en fijar políticas, prácticas y revelaciones para sus operaciones globales, dado que las leyes difieren significativamente en cada país¹. La empresa recibe licencias de operación de gobiernos sobre la base de su cumplimiento con leyes locales. Con este contexto en mente, examinamos a Orange France, la empresa operadora en el mercado local de Orange. Aunque la ley francesa impide que Orange obtenga puntaje total en varios indicadores, aun sin cambios en el entorno normativo en Francia, es mucho lo que Orange puede hacer para mejorar sus compromisos globales, al igual que las políticas y revelaciones que atañen a Orange France.

COMPROMISO - 73%

En Compromiso, Orange ocupó el segundo lugar después de Vodafone entre las empresas de telecomunicaciones. La empresa pudo hacer revelaciones más claras en el alcance y periodicidad de sus evaluaciones en derechos humanos, y también en cómo la empresa usa las evaluaciones (Indicador C4). La credibilidad de las declaraciones públicas de Orange acerca de sus evaluaciones de impacto mejoraría si sus evaluaciones estuvieran garantizadas y acreditadas externamente con un parámetro de derechos humanos relevante y respetable de una organización creíble e independiente, como Global Network Initiative.

La empresa revela poco sobre su proceso de reclamo y solución (C6). Representantes de la empresa dijeron a investigadores de nuestro proyecto que aunque la empresa rastrea los reclamos de los clientes, no revela información al respecto. En futuras ediciones del Índice, Orange podría recibir crédito adicional si se revelara esta información al público.

* S&P Capital IQ, 16 de octubre de 2015.

1. Orange, "Documento de registro 2014: Informe Financiero Anual", <http://www.orange.com/en/content/download/29884/834878/version/3/file/2014+Registration+document.pdf>.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 29%

Aunque la revelación de Orange relacionada con la libertad de expresión es significativamente mejor que otras cinco empresas de telecomunicaciones, es sustancialmente menor que AT&T y Vodafone.

Transparencia sobre solicitudes para restricción de contenido: El grupo Orange de manera general, y Orange France de manera específica, carecen de transparencia sobre políticas y prácticas que afectan la libertad de expresión de los usuarios. Las mejoras deberían ser posibles aun en el actual contexto legal y normativo. Por ejemplo, la empresa no revela información sobre su proceso para evaluar y responder a solicitudes de terceros para restringir contenido o acceso al servicio (F6). Aunque las empresas operadoras en algunas jurisdicciones pueden enfrentar obstáculos para cumplir con este indicador, nuestra investigación no identificó impedimento legal a esas revelaciones por parte de Orange France.

En solicitudes relacionadas con privacidad, la historia es diferente. La empresa está prohibida de revelar información sobre solicitudes de vigilancia gubernamental (cubierto en la categoría de Privacidad). En muchos casos, también está prohibido revelar las direcciones web o ubicación de contenido que ha sido restringido (F5). Sin embargo, nuestra investigación no encontró barreras legales para revelar datos agregados sobre la cantidad de solicitudes recibidas para restringir contenido o servicio (F7 y F8), o el proceso usado para recibir y considerar esas solicitudes (F6). Orange puede reforzar la credibilidad de su compromiso con la libertad de expresión ofreciendo la máxima transparencia posible de acuerdo con la ley sobre políticas, prácticas y acciones que afectan la libertad de expresión de los usuarios.

Manejo de red: Orange no revela nada sobre sus prácticas de manejo de red que afectan la transmisión y distribución de contenido (F10). En comunicaciones con investigadores, los representantes de la empresa afirmaron que el manejo de su red “se guía por la calidad del servicio cuando deteriora o prioriza al envío de contenido” y que la empresa cumple con la ley francesa. También cabe destacar que la Unión Europea actualmente está considerando legislación de neutralidad en la red, y que como resultado de este proceso, la situación normativa en países individuales no ha sido clara. Orange puede recibir crédito en este indicador en futuras ediciones del Índice si revela públicamente esa información, como lo hacen sus pares.

PRIVACIDAD - 24%

Con la excepción de indicadores dedicados a seguridad, en los que se desempeñó bien, la revelación de Orange en políticas y prácticas relacionadas con privacidad fue sorprendentemente deficiente, dados sus sólidos compromisos. En particular, Orange France no pone sus políticas a disposición del público, en absoluto contraste con casi todas las otras empresas evaluadas en este Índice.

Manejo de información del usuario: Orange revela que cumple con la ley, pero a menudo no brinda información adicional para que los usuarios puedan entender qué conlleva el cumplimiento. Por ejemplo, los representantes de la empresa le dijeron a nuestro equipo de investigación que Orange cumple con los requisitos de la ley francesa relacionados con retención de información (P7), que están públicamente disponibles en un sitio web del gobierno francés. Sin embargo, la empresa no reproduce ni cita públicamente esta información en sus propias políticas, y no recibió crédito en P7. En revelaciones sobre recopilación de información del usuario (P3) la empresa fue superada sustancialmente por otros miembros de Industry Dialogue, AT&T y Vodafone. Esas dos mismas empresas, al igual que Etisalat, superaron a Orange France en revelación sobre intercambio de información del usuario (P4).

Transparencia sobre solicitudes para información del usuario: A pesar de algunos obstáculos legales, Orange debería poder mejorar su desempeño en indicadores relacionados con transparencia. Orange no ofrece revelaciones sobre sus procesos para responder a ninguna solicitud de terceros de información del usuario (P9). Aunque las leyes de vigilancia puedan ser interpretadas como limitantes para la revelación de Orange sobre solicitudes gubernamentales, la ley no impide a Orange que revele si toma en consideración solicitudes de entidades no gubernamentales, y cómo lo hace. El Código de Procedimiento Penal francés impide que Orange notifique a los usuarios sobre vigilancia gubernamental (P10).

Aunque Orange presenta un informe de transparencia sobre solicitudes gubernamentales para información del usuario (P11), no revela el número real de solicitudes gubernamentales que recibe. Para Francia se refiere a un informe gubernamental que revela la cantidad total de solicitudes hechas a todos los operadores.²

2. Ver <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/154000101/0000.pdf>.

Sin embargo, no es posible establecer a partir de ese informe cuántas solicitudes gubernamentales recibió Orange contra cuántas solicitudes fueron para otros operadores. Para recibir crédito por publicar información sobre solicitudes de terceros de información del usuario, Orange necesitaría revelar cuántas solicitudes procesa como a diferencia de otras empresas.

Además, nuestra investigación no pudo identificar una razón legal por la que la empresa no pueda revelar a los usuarios la base legal bajo la cual puede cumplir con solicitudes gubernamentales para información del usuario, asumiendo que la existencia de las propias leyes no es un secreto. De manera similar, la ley no limita a la empresa a aclarar a los usuarios las circunstancias legales que le impiden notificar a las personas sobre solicitudes de información del usuario.

Seguridad: Orange recibió un puntaje relativamente fuerte por revelar información sobre sus prácticas de seguridad (P12), y obtuvo puntaje total en instrucción al usuario sobre posibles amenazas (P14).

Vodafone Group Plc

www.vodafone.com

LSE: VOD

Vodafone Group Plc opera como una empresa de telecomunicaciones a nivel mundial con una significativa presencia en Europa, Asia, Oriente Medio y África. Ofrece servicios de voz, mensajería y datos en redes móviles y fijas; banda ancha fija y servicios de televisión; nube y alojamiento, y también servicios de red privada de protocolo virtual de internet; servicios de roaming; y servicios de comunicaciones unificadas. La empresa presta servicios a 446 millones de clientes móviles, 12 millones de clientes de banda ancha fija y 9 millones de clientes de televisión.

Empresa operadora evaluada:
Vodafone UK

Sector:
Servicios inalámbricos de telecomunicación

Servicio evaluado: Móvil

Domicilio: Reino Unido

Capitalización del mercado:
USD 85,806 millones*

PUNTAJE GENERAL - 54%

Vodafone es miembro de Telecommunications Industry Dialogue, y tuvo el mejor desempeño entre las empresas de telecomunicaciones en el Índice. La empresa también obtuvo el mayor puntaje general que la mayoría de las empresas de internet, con la excepción de los tres miembros fundadores de Global Network Initiative: Google, Microsoft y Yahoo. Con operaciones en 28 países, Vodafone enfrenta desafíos en fijar algunas políticas, prácticas y revelaciones para sus operaciones globales, dado que las leyes son muy diferentes en cada país, como describe en su Informe Anual de Revelación de Aplicación de la Ley.¹ La empresa recibe licencias de operación gubernamental sobre la base de su cumplimiento con las leyes locales. No obstante, aun para Vodafone UK, la empresa operadora en el mercado local de Vodafone que fue evaluada en este Índice, identificamos varios rubros en los que la empresa puede mejorar sus revelaciones y políticas dentro de los alcances de la ley existente.

COMPROMISO - 75%

Entre las empresas de telecomunicaciones, se destacaron los compromisos públicos de Vodafone –y sus revelaciones de medidas tomadas para implementar esos compromisos. La empresa recibió puntaje total en supervisión de libertad de expresión y privacidad (Indicador C2) y 88 por ciento en implementación interna de sus compromisos (C3). Tuvo un desempeño relativamente sólido en evaluaciones de impacto (C4), y podría alentar su puntaje si asegura sus evaluaciones con un tercero externo que esté acreditado con un parámetro relevante y respetado de derechos humanos de una organización confiable, como Global Network Initiative. Con respecto a mecanismos de solución, Vodafone obtuvo crédito por revelar sus procesos para recibir y responder a quejas o reclamos (C6).

* S&P Capital IQ, verificado, 16 de octubre de 2015.

1. Ver http://www.vodafone.com/content/index/about/sustainability/law_enforcement.html.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN - 47%

Vodafone se desempeñó mejor que todas las demás empresas de telecomunicaciones en Libertad de Expresión. Las empresas de internet que superaron a Vodafone en esta categoría fueron Google, Kakao, Twitter y Yahoo.

Notificación al usuario sobre restricción de contenido: Los usuarios móviles de Vodafone UK han documentado las notificaciones que reciben cuando intentan acceder a contenido bloqueado por el servicio.² Sin embargo, la empresa solamente hace un compromiso público de notificar a los usuarios en casos de contenido bloqueado a solicitud de Internet Watch Foundation, organización de protección de menores en el Reino Unido (F5). Vodafone no se compromete a notificar a los usuarios en otros casos, ni publica información sobre su enfoque hacia la notificación, que solamente puede ser verificada por los abonados de Vodafone UK cuando tratan de acceder a contenido bloqueado (ver mayor análisis de este indicador en la Sección 4.2 del informe).

Transparencia sobre solicitudes para restringir contenido: Vodafone fue la única empresa en todo el Índice que recibió puntaje total por revelar información sobre su proceso para evaluar y responder a solicitudes gubernamentales y de terceros para restringir contenido o acceso al servicio (F6). Sin embargo, la empresa no recibió ningún punto en los Indicadores F7 y F8, que examinan si una empresa revela información sobre solicitudes gubernamentales y de privados, respectivamente. En el Reino Unido, donde específicamente examinamos el servicio móvil de Vodafone, posiblemente más de una ley podría impedir que una empresa revele solicitudes específicas para restringir contenido a acceso a un servicio. Sin embargo, aunque algunas leyes británicas limiten a Vodafone para ser completamente transparente, Vodafone podría publicar datos agregados relacionados con todas las solicitudes que recibe que legalmente está autorizada a publicar. Esto tendría precedentes. Algunas otras empresas británicas publican la cantidad de órdenes de bloqueo relacionadas con derechos de autor que reciben, incluidas Virgin, TalkTalk y Sky.³ Vodafone podría hacer lo propio. Además, otra información se publica en otros rubros, como sitios relacionados con terroristas bloqueados a pedido del Agencia Contraterrorismo de Internet. Como la ONG Open Rights Group ha documentado, este material ha sido anunciado en el Parliament.⁴ También se podría esperar que Vodafone publicara esta clase de información.

Manejo de red: Principalmente, Vodafone UK fue la única empresa de telecomunicaciones en el Índice que revela que no prioriza ni deteriora el envío de contenido en su mercado local (F10).

PRIVACIDAD - 49%

Vodafone se ubicó segunda entre las empresas de telecomunicaciones en Privacidad, por detrás de AT&T. Fue superada por cuatro empresas de internet.

Manejo de información del usuario: Vodafone empató con AT&T entre las empresas de telecomunicaciones con un puntaje de 60 por ciento en recopilación de información del usuario (P3). La empresa fue mucho menos competitiva en revelación sobre intercambio de información del usuario con terceros (P4). También empató con otras con un puntaje destacado en revelación sobre opciones del usuario para controlar el intercambio de la información del usuario que hace la empresa (P5). Sin embargo, a ninguna de las empresas en el Índice les fue bien en ese indicador, pues el puntaje más alto fue solamente 25 por ciento. Las revelaciones de Vodafone en capacidad de los usuarios de acceder a la información que la empresa tiene sobre ellos (P6) y la retención de información del usuario (P7) quedaron rezagadas de varias empresas de internet, pero encabezó el grupo de telecomunicaciones en estos dos indicadores.

Transparencia sobre solicitudes de información del usuario: Vodafone tuvo revelaciones sólidas, aunque no perfectas, de su proceso para responder a solicitudes de terceros de usuario (P9). La empresa perdió crédito por no explicar su proceso para manejar solicitudes de privados. Un ejemplo hipotético de una solicitud así sería que una entidad corporativa cuya propiedad intelectual fue violada por un usuario solicitara información sobre ese usuario sin obtener primero una orden judicial. Se sabe que los titulares de propiedad intelectual han intentado esas solicitudes en otras jurisdicciones con otras empresas. Si Vodafone fuera a revelar públicamente una política de no aceptar ni considerar esas solicitudes privadas, ganaría crédito en el Índice.

2. Ver <https://blog.torproject.org/files/www.torproject.org-vodafone.png> and <http://www.pinknews.co.uk/2015/06/08/vodafone-blocks-lgbt-community-website-and-redirects-to-ad-for-flirty-dating-website/>.

3. Ver <http://ipkitten.blogspot.co.uk/2015/07/500-and-counting-websites-blocked-by.html>.

4. Ver https://wiki.openrightsgroup.org/wiki/Counter_Terrorism_Internet_Referral_Unit.

En el Reino Unido, la Ley de Regulación de Facultades Investigativas (RIPA) 2000 puede excluir a Vodafone de notificar a los usuarios cuando algunas entidades gubernamentales soliciten su información.⁵ Disposiciones de otras leyes también pueden impedir que la empresa notifique a los usuarios. Sin embargo, RIPA no impide que la empresa aclare sus prácticas relacionadas con solicitudes de entidades no gubernamentales.

El Informe de Revelación de Aplicación de la Ley de Vodafone incluye amplia información sobre qué demandas gubernamentales no puede revelar, separada por país y citando leyes pertinentes. Recibió crédito por esto en el Indicador P11, que examina la revelación de información sobre solicitudes de terceros de información del usuario. Vodafone también brinda amplias explicaciones de autoridades legales pertinentes en los países en que opera. Todas las empresas en el rubro deberían imitar esas revelaciones.

Sin embargo, como Vodafone no da cuenta de ninguna información sobre la cantidad de solicitudes de cualquier tipo que recibe en su mercado local, obtuvo un puntaje general relativamente bajo en P11 comparado con AT&T, la empresa de telecomunicaciones con el segundo puntaje más alto en el Índice y entre los miembros de Industry Dialogue. En su informe, Vodafone cita a RIPA como la razón por la que no puede brindar más detalle sobre solicitudes. Vale destacar que Vodafone ha declarado públicamente pidiendo reformas legales para permitir una mayor transparencia.⁶ Sin embargo, la ONG Open Rights Group ha sostenido que aunque la ley excluya de publicar detalles de órdenes hechas de acuerdo con RIPA, esto no debería impedir que Vodafone publicara información concerniente a otras solicitudes gubernamentales de acceso a información del usuario que no está cubierta por RIPA.⁷

Seguridad: Vodafone, como AT&T, recibió puntaje total en Indicadores P12 y P14, sobre estándares de seguridad e información a los usuarios sobre ciberamenazas.

5. Ver <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2000/23/section/19> .

6. Ver <http://www.techweekeurope.co.uk/workspace/vodafone-transparency-surveillance-nsa-spying-136210>

7. Ver <https://www.openrightsgroup.org/blog/2014/no-transparency-for-the-uk-in-vodafones-transparency-report>

6. APÉNDICE

6.1 Metodología

El Índice de Responsabilidad Corporativa es el resultado de tres años de consultas, investigación y pruebas¹. En reuniones individuales y grupales con investigadores, periodistas, activistas, tecnólogos, funcionarios de empresas y representantes de la sociedad civil, hemos analizado qué preguntas debería responder este trabajo y cómo esta información le sería útil a las personas. Hemos llevado a cabo estudios de casos de países y empresas específicos para informar nuestra metodología de investigación². Basándonos en nuestras consultas e investigaciones, hemos elaborado tres versiones de la metodología y buscado comentarios del público en cada versión. Trabajando con Sustainalytics, importante empresa de investigación de inversiones, analizamos la tercera versión en un estudio piloto de 12 empresas³. Luego de otra ronda de comentarios y revisión del público, finalizamos la metodología para el Índice.

Las empresas

Elegimos para analizar ocho empresas de internet que cotizan en la Bolsa y ocho empresas de telecomunicaciones que cotizan en la Bolsa. Esta decisión se basó en varios factores, incluidos alcance geográfico y la diversidad de mercados en donde las empresas tienen su sede y operan.

Empresas de internet:

Analizamos políticas y revelaciones a nivel de las empresas relacionadas con dos a tres servicios seleccionados, como se especifica a continuación.

- Facebook, Inc. (Estados Unidos) – Facebook, WhatsApp, Instagram
- Google, Inc. (Estados Unidos) – Search, Gmail, YouTube
- Kakao Corp. (Corea del Sur) – Daum Search, Daum Mail, KakaoTalk
- Mail.ru Group (Rusia) – VKontakte, Mail.ru, Mail.ru Agent
- Microsoft Corp. (Estados Unidos) – Bing, Outlook.com, Skype
- Tencent Holdings Ltd. (China) – Qzone, QQ, WeChat
- Twitter, Inc. (Estados Unidos) – Twitter, Vine
- Yahoo! Inc. (Estados Unidos) – Mail, Flickr, Tumblr

Empresas de telecomunicaciones:

Examinamos las revelaciones a nivel de la empresa matriz y para uno o dos servicios seleccionados en la jurisdicción de origen de cada empresa, como se especifica a continuación.

- América Móvil S.A.B. de C.V. (México) –servicio móvil de Telcel
- AT&T, Inc. (Estados Unidos) – servicio de banda ancha móvil y fija
- Axiata Group Berhad (Malasia) – servicio móvil de Celcom
- Bharti Airtel Ltd. (India) – servicio de banda ancha móvil y fija
- Etisalat Group (Emiratos Árabes Unidos) – servicio de banda ancha móvil y fija
- MTN Group Ltd. (Sudáfrica) –servicio móvil

1. Ver <https://rankingdigitalrights.org/methodology-development/>.

2. Ver <https://rankingdigitalrights.org/proyecto-documents/phase-1-case-study-research/>.

3. Ver <https://rankingdigitalrights.org/phase-1-pilot>.

- Orange (Francia) – servicio de banda ancha móvil y fija
- Vodafone Group Plc (Reino Unido) –servicio móvil

Selección de empresas: Los siguientes factores influyeron en la selección de las empresas:

- **Número de usuarios:** Las empresas en el Índice tienen una presencia significativa en las zonas donde operan. Las empresas de telecomunicaciones tienen un número sustancial de usuarios en sus mercados de origen, y las empresas de internet tienen una gran cantidad de usuarios en todo el mundo, según la clasificación de Alexa⁴. Las políticas y prácticas de empresas elegidas, y su potencial para mejorar, afectan pues a una gran cantidad de personas.
- **Alcance y distribución geográfica:** El Índice incluye empresas que están domiciliadas en Norteamérica, Europa, África, Asia y Medio Oriente, y colectivamente, las empresas en el Índice tienen usuarios en muchas regiones alrededor del mundo.
- **Importancia de los derechos de libertad de expresión y privacidad de los usuarios:** La mayoría de las empresas en el Índice operan o tienen una significativa cantidad de usuarios en países donde los derechos humanos no son respetados universalmente. Esto se basa en investigación relevante de organizaciones como Freedom House, Web Foundation, Reporteros sin Fronteras, y también en comentarios de los interesados.

Selección de servicios: Los siguientes factores guiaron la selección de servicios:

- **Servicios de Internet:** Se seleccionaron dos o tres servicios independientes basados en su comparabilidad entre empresas, el tamaño de su base de usuarios y la capacidad de retratar una imagen más completa del enfoque general de la empresa de la libertad de expresión y la privacidad. Esto permitió a los investigadores distinguir si los compromisos, políticas y prácticas se aplicaban a toda la entidad corporativa o solamente a servicios específicos.
- **Servicios de telecomunicaciones:** Estos operadores brindan una gran variedad de servicios. Para mantener manejable el alcance del Índice mientras se sigue evaluando los servicios que afectan directamente la libertad de expresión y la privacidad, el Índice se centró en 1) servicio móvil postpago y prepago, incluidas las razonables ofertas móviles de servicios de voz, texto y datos, en los casos donde estaban disponibles en el mercado operativo local, 2) banda ancha fija. Solamente se incluyeron servicios prestados al consumidor.

Consideración de revelación de la empresa: El Índice consideró las revelaciones de la empresa en varios niveles – a nivel de la empresa matriz, a nivel de la empresa operadora (para empresas de telecomunicaciones) y a nivel de servicio. Esto permitió al equipo de investigación elaborar un entendimiento tan completo como fuera posible acerca del nivel en el que las empresas revelan o aplican sus políticas.

Para empresas de internet, la empresa matriz por lo general presta los servicios. En algunos casos, el servicio era también una subsidiaria. Sin embargo, la estructura de estas empresas era tal que generalmente la subsidiaria solamente prestaba un servicio, lo que hacía que la política de revelaciones fuera clara de entender.

Para empresas de telecomunicaciones, con excepción de AT&T, la empresa matriz no brindaba directamente los servicios al consumidor, así que los investigadores también examinaron una subsidiaria o una empresa operadora con sede en el mercado local para garantizar que el Índice captaba las políticas operativas junto con los compromisos corporativos. Teniendo en cuenta la presentación de AT&T fuera de su grupo y de la empresa operadora estadounidense como una unidad integrada, el proceso de investigación no separó esas unidades para AT&T.

La metodología del Índice atribuye responsabilidad de una corporación por las políticas y prácticas de un servicio, subsidiaria o adquisición nuevas luego de un periodo inicial de seis meses.

Indicadores: El Índice contiene 31 indicadores:

- C1-C6 se centra en el compromiso;
- F1-F11 se centra en la libertad de expresión, y;
- P1-P14 se centra en la privacidad.

Las empresas de internet fueron evaluadas en 30 de los indicadores, y las empresas de telecomunicaciones fueron evaluadas en 28 de los indicadores. Los Indicadores F11, P8 y P13 solamente fueron aplicables a las empresas de

4. Ver <http://www.alexacom/topsites>.

internet, y el F10 se aplicó a las empresas de telecomunicaciones. Algunos elementos dentro de los indicadores no fueron aplicables a algunos servicios o empresas. La siguiente lista identifica qué indicadores o elementos no estuvieron disponibles para algunas empresas o servicios:

- F4 Elemento 1: no disponible para empresas de telecomunicaciones y motores de búsqueda
- F4 Elemento 2: no disponible para empresas de internet
- F4 Elemento 3: no disponible para motores de búsqueda
- F5 Elemento 1: no disponible para empresas de telecomunicaciones y motores de búsqueda
- F5 Elementos 1-3: no disponible para servicios de correo electrónico
- F5 Elemento 4: no disponible para motores de búsqueda
- F6: no disponible para servicios de correo electrónico
- F7: no disponible para servicios de correo electrónico
- F7 Elemento 2: no disponible para motores de búsqueda
- F8: N/A para servicios de correo electrónico
- F8 Elemento 2: no disponible para motores de búsqueda
- F10: N/A para empresas de internet
- F11: N/A para empresas de telecomunicaciones
- P8: N/A para empresas de telecomunicaciones
- Elementos 5-6: no disponible para empresas de telecomunicación
- P12 Elemento 6: no disponible para motores de búsqueda
- P13: no disponible para empresas de telecomunicaciones y motores de búsqueda
- P14 Elemento 1: no disponible para empresas de telecomunicaciones y motores de búsqueda

Para los seis indicadores de compromiso, que se centran en el grado hasta el cual la empresa ha incorporado los derechos de los usuarios a su gestión y operaciones, los investigadores buscaron revelaciones relacionadas con libertad de expresión y con privacidad.

Los 31 indicadores contienen diversos tipos de respuestas, como se explica a continuación.

Elementos de listas de verificación – la mayoría de indicadores

Estos indicadores tienen una lista de elementos, y las empresas reciben crédito por cada elemento que cumplen.

Ejemplo: F1. Disponibilidad de los términos de servicio

¿Los términos de servicio de la empresa son de libre disposición y son fáciles de entender?

Elementos de lista de verificación (marque todas los que correspondan):

1. Libres: los términos de servicio de la empresa son fáciles de encontrar y están disponibles de manera libre sin necesidad de registrarse o suscribirse.
2. Idioma: los términos de servicio están disponibles en el idioma(s) más usado(s) por los usuarios de la empresa.
3. Fáciles de entender: los términos de servicio están presentados de manera entendible.

Respuestas Si/Entonces - C5, P3, P4, P7, P8:

Estos indicadores contienen opciones de respuesta A y B, y usan una lógica de ramificación. Si una empresa cumplió con la respuesta A, recibió crédito total. Si no fue así, los investigadores revisaron en busca de información en la respuesta B. La respuesta B contiene una lista de elementos, y las empresas recibieron crédito por los elementos con los que cumplieron (similar a los indicadores con elementos de lista de verificación mencionados antes). Si una empresa cumplió con todos los elementos B, recibió una máximo de 80 por ciento del puntaje del indicador.

Ejemplo: P7. Retención de información del usuario

¿La empresa revela cuánto tiempo retiene la información del usuario?

A. La empresa revela que no retiene información del usuario.

B. De no ser así, ¿la empresa cumple alguno de los siguientes elementos?

1. La empresa revela que retiene información del usuario (que no ha sido remitida activamente por el usuario con el propósito de almacenamiento o publicación) de manera anónima.
2. La empresa revela la información del usuario que retiene.
3. La empresa revela cuánto tiempo retiene la información del usuario.
4. La empresa revela que elimina toda la información del usuario después de que el usuario pone fin a su cuenta.

Opción única – F10, F11, P13

Estos indicadores tienen una lista de posibles respuestas, y los investigadores eligieron la que se ajusta mejor a la empresa. La respuesta 1 les hace obtener crédito total, las respuestas siguientes ameritan niveles decrecientes de crédito parcial, y la última respuesta no amerita ningún crédito (P13 es una excepción, donde las respuestas 4 y 5 no ameritan ningún crédito).

Ejemplo: P13. Encriptación de contenido privado del usuario (empresas de internet): ¿Pueden los usuarios encriptar su propio contenido y, por tanto, controlar quién tiene acceso a ese contenido?

Categorías de respuesta (elegir una):

1. El contenido privado del usuario está encriptado por defecto; la propia empresa no tiene acceso.
2. La empresa brinda una opción incorporada para encriptar contenido privado.
3. Los términos u otras políticas de la empresa explican que el usuario puede utilizar tecnologías de encriptado de terceros.
4. No hay revelación.
5. Los términos u otras políticas de la empresa prohíben el encriptado.

Pregunta de dos partes – C1 es el único indicador que contiene dos partes que se deben contestar. La Parte A y la Parte B son preguntas de opción única, y cada una vale un máximo de 50 por ciento del puntaje total para C1.

Ejemplo: C1. Política y liderazgo

A. ¿La empresa hace un compromiso explícito, destacado y claramente articulado con los derechos humanos, incluidas libertad de expresión y privacidad?

Categorías de respuesta (elegir una):

1. Sí
2. No

B. ¿Los altos ejecutivos de la empresa hacen un compromiso significativo para fomentar la libertad de expresión y privacidad de los usuarios?

Categorías de respuesta (elegir una):

1. Comentario a nivel ejecutivo: un alto ejecutivo ha hecho declaraciones en un lugar destacado.
2. Comentario a nivel gerencial: los gerentes o portavoces de la empresa han hecho declaraciones en un lugar destacado.
3. Ninguna/Sin evidencia: los representantes de la empresa no han hecho comentarios relacionados en un lugar destacado.

Proceso de investigación: El Índice y sus resultados se basan en información dada a conocer públicamente. Los investigadores examinaron minuciosamente sitios web y documentos de la empresa, como informes anuales e informes de sostenibilidad. Un indicador (C1.B) consideraba los informes de medios relacionados con la empresa; en todos los otros indicadores, la información encontrada en informes de medios no recibió crédito. Los investigadores examinaron revelación en el idioma en el país de la sede central de la empresa y también revelación en inglés.

La investigación para el Índice se llevó a cabo de manera conjunta por Ranking Digital Rights, Sustainalytics y un equipo de investigadores internacionales. La mayor parte de la investigación y el análisis se llevó a cabo entre el 1 de junio de 2015 y el 31 de julio de 2015. La fecha límite para considerar cualquier nueva revelación fue el 1 de octubre de 2015. El proceso de investigación incluyó los siguientes pasos:

1. **Investigación primaria:** A los investigadores se les asignó empresas específicas, y recopilaron información para cada indicador para esa empresa.
2. **Revisión entre pares:** Un segundo grupo de investigadores revisó el trabajo de los investigadores primarios, hizo preguntas y sugirió cambios.
3. **Conciliación:** Los investigadores de RDR resolvieron diferencias entre los resultados de la investigación primaria y la revisión entre pares.
4. **Revisión de la empresa:** Los resultados iniciales a partir del paso 3 se enviaron a las empresas para sus

comentarios y opiniones.

5. **Evaluación horizontal:** Los investigadores de RDR y Sustainalytics examinaron los resultados de cada indicador por todas las empresas para garantizar la uniformidad y el control de calidad.
6. **Revisión:** RDR y Sustainalytics procesaron las opiniones de la empresa y tomaron decisiones sobre los resultados.
7. **Resultados finales:** RDR finalizó la información y generó puntajes basándose en los hallazgos.

Antes de comenzar la investigación, definimos términos claves y redactamos directrices para que cada indicador ayudara a los investigadores a entender lo que significaba cada indicador y cómo interpretarlo. Publicamos las definiciones y directrices en nuestro sitio web⁵.

Participación de la empresa

La participación activa y abierta de los interesados ha sido un componente crucial de la metodología del Índice. Como parte de nuestro compromiso con la participación de los interesados, nos comunicamos con empresas a lo largo del proceso de investigación.

Diálogo abierto y comunicación: Antes de comenzar la investigación, contactamos a todas las 16 empresas y les informamos que estaban incluidas en el Índice 2015. Luego de una primera ronda de investigación y revisión, mostramos los resultados iniciales con cada empresa. Las invitamos a darnos sus comentarios por escrito y también documentos originales adicionales. En muchos casos, el equipo de investigación llevó a cabo conferencias telefónicas con las empresas para analizar el Índice, su metodología y los hallazgos iniciales. Esta fue una valiosa oportunidad para mantener un diálogo con los interesados y para establecer un entendimiento claro de cómo los derechos digitales se pueden proteger y respetar adecuadamente.

Incorporar comentarios de la empresa en el Índice: Aunque la participación con las empresas fue crucial para entender las posiciones de la empresa y garantizar la revelación pertinente revisada de la investigación, el Índice evalúa cómo y si las empresas de tecnología revelan políticas y prácticas que afectan la libertad de expresión y privacidad de los usuarios. De tal manera que no consideramos un cambio en el puntaje a menos que las empresas identificaran documentación públicamente disponible que sustentara un cambio. Sin eso, el equipo de investigación revisó los comentarios de la empresa y la tuvo en cuenta para contexto en el informe descriptivo, pero no con fines de puntaje.

Puntaje: El puntaje total de la empresa en el Índice es de 100 por ciento. Todos los indicadores se valoraron de manera igual, por lo que cada indicador tenía un valor aproximado de 3.3 por ciento para empresas de internet y 3.6 por ciento para empresas de telecomunicaciones (pues fueron evaluadas en 30 y 28 indicadores, respectivamente).

Cuando una empresa recibía un “No disponible” para un determinado indicador o elemento, su puntaje se calculaba promediando su desempeño en los elementos/indicadores aplicables. Además, todo puntaje “parcial” valía la mitad del puntaje posible para un determinado indicador/elemento.

Durante la recopilación de información, los investigadores documentaron revelaciones a nivel de grupo, nivel de empresa operadora (si era aplicable) y nivel de servicio. La revelación que fue registrada en un nivel más alto (como “grupo” o “empresa operadora”) y que claramente se aplicaba a los niveles más bajos (“empresas operadora”, “servicios”) también fue registrada en esos niveles más bajos. Esto garantizaba que los puntajes de la empresa reflejaran real revelación y desempeño de la empresa.

Para los Indicadores C1-C5, calculamos puntaje totales de la empresa promediando puntajes a través de todos los niveles. Esto es porque esperamos que las empresas hagan compromisos con los derechos humanos en los niveles más altos y que esos compromisos abarquen a todos los niveles de las operaciones de la empresa.

Para el Indicador C6 y para todos los Indicadores F y P, calculamos puntajes totales de las empresas promediando los puntajes a nivel de servicio. El Indicador C6 se centra en los mecanismos de reclamo y solución de la empresa, y los usuarios que buscan soluciones por lo general buscan esa revelación a nivel de servicio. Similarmente, los Indicadores F y P se centran en políticas y prácticas que se relacionan más directamente con el uso de un servicio particular.

A lo largo de este informe y del sitio web del Índice, los puntajes de las empresas en las tres categorías –compromiso, libertad de expresión y privacidad– al igual que sus puntajes por indicador, se muestran como porcentajes para facilitar la comparación.

5. Ver <https://rankingdigitalrights.org/wp-content/uploads/2015/06/RDR-2015-CAI-Indicadores.pdf>.

6.2 Cuadro de resultados de empresas por indicador

Los siguientes cuadros muestran el puntaje de cada empresa en cada indicador. Para descargar esta información, que incluye comentarios que explican cada puntaje, por favor visita el sitio web del proyecto, rankingdigitalrights.org.

Desempeño por indicador: Empresas de Internet

	FACE-BOOK	GOOGLE	KAKAO	MAIL.RU	MICRO-SOFT	TENCENT	TWITTER	YAHOO
TOTAL	41	65	47	13	56	16	50	58
COMPROMISO (C)	62	78	39	2	82	8	35	80
LDE (L)	35	68	59	23	46	19	58	53
PRIVACIDAD (P)	36	57	42	11	53	17	51	52
C1	100	100	75	0	100	38	75	100
C2	56	67	33	0	100	0	50	67
C3	92	100	50	0	100	0	25	100
C4	14	72	8	0	72	0	0	89
C5	100	100	40	0	100	0	40	100
C6	10	28	30	13	20	10	20	22
L1	72	100	83	61	100	72	83	72
L2	17	56	83	0	33	0	25	33
L3	89	78	100	56	83	67	100	94
L4	33	75	100	50	100	50	100	83
L5	21	46	42	0	4	0	50	8
L6	38	97	41	0	41	0	41	53
L7	17	83	41	0	0	0	39	42
L8	0	44	47	0	0	0	39	39
L9	0	0	0	0	0	0	0	0
L10	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
L11	67	100	50	67	100	0	100	100
P1	72	100	89	28	100	100	83	89
P2	17	50	61	0	17	17	50	33
P3	67	60	80	27	60	60	60	53
P4	48	24	51	11	40	48	40	51
P5	8	25	0	0	25	0	25	17
P6	58	75	0	0	46	0	38	54
P7	23	50	23	3	57	0	70	30
P8	7	7	0	0	33	0	40	30
P9	54	88	69	0	88	0	75	77
P10	44	67	33	0	67	0	67	78
P11	23	65	60	0	60	0	70	64
P12	44	73	82	39	55	0	50	67
P13	0	17	33	0	0	0	0	0
P14	42	100	8	50	92	17	50	83

Desempeño por indicador: Empresas de telecomunicaciones

	AMÉRICA MÓVIL	AT&T	AXIATA	BHARTI AIRTEL	ETISALAT	MTN	ORANGE	VODA-FONE
TOTAL	22	50	16	17	14	18	37	54
COMPROMISO (C)	11	57	0	13	3	22	73	75
LDE (L)	27	42	23	16	21	20	29	47
PRIVACIDAD (P)	25	52	17	21	14	14	24	49
C1	0	75	0	0	0	100	100	88
C2	0	83	0	0	0	33	100	100
C3	25	88	0	25	0	0	100	88
C4	0	6	0	0	0	0	50	53
C5	0	80	0	0	0	0	80	80
C6	40	10	0	50	20	0	10	40
L1	83	83	50	17	67	67	67	83
L2	33	17	0	0	8	33	50	17
L3	67	83	67	33	67	33	92	67
L4	33	67	67	58	50	50	67	83
L5	0	33	0	0	17	17	17	17
L6	0	69	0	0	0	0	0	100
L7	0	22	0	0	0	0	0	0
L8	0	0	0	0	0	0	0	0
L9	0	0	0	0	0	0	0	0
L10	50	50	50	50	0	0	0	100
L11	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
P1	83	100	67	33	83	33	0	100
P2	0	33	0	0	0	0	0	0
P3	40	60	50	30	35	40	40	60
P4	24	48	24	8	32	16	28	32
P5	25	25	0	0	0	0	0	25
P6	0	13	0	0	19	0	0	38
P7	0	0	0	20	0	0	0	20
P8	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
P9	13	88	0	6	0	13	0	75
P10	0	0	0	0	0	0	0	0
P11	0	60	0	0	0	0	35	35
P12	13	100	13	50	0	13	88	100
P13	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
P14	100	100	50	100	0	50	100	100



Este informe tiene una licencia internacional *Creative Commons* Atribución 4.0, que permite reusar el contenido de *Ranking Digital Rights* cuando se proporciona adecuada atribución. Esto quiere decir que eres libre de compartir y adaptar el trabajo de *Ranking Digital Rights*, o incluir nuestro contenido en trabajos no originales, con las siguientes condiciones::

- **Atribución.** Debes asignar el crédito adecuado, brindar un enlace a la licencia e indicar si se han hecho cambios. Puedes hacerlo de cualquier manera razonable, pero no en manera alguna que sugiera que el cedente te respalda o al uso que le des.

Para ver el código legal complete de esta licencia *Creative Commons*, por favor visita creativecommons.org.

Si tienes alguna pregunta sobre citar o reutilizar contenido *Ranking Digital Rights*, por favor contáctanos en info@rankingdigitalrights.org.

