

QUIÉN DEFIENDE TUS DATOS? — 2022 —



Argentina - Tercera Edición

Estudio de las políticas y prácticas de las empresas de telecomunicaciones en materia de privacidad y protección de datos personales



Enero 2023

adc.org.ar

Quién defiende tus datos?, Argentina - Tercera Edición fue realizado como parte de un proyecto que contó con el apoyo de la Electronic Frontier Foundation (EFF) y se publica bajo una licencia Creative Commons Atribución–No Comercial–Compartir Igual. Para ver una copia de esta licencia, visite: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/>



- **Redacción:** Victoria Penas, Asistente de Proyecto de la ADC.
- **Revisión:** Eduardo Ferreyra y Marianela Milanes, Líderes de Proyectos de la ADC.
- **Diagramación y diseño:** El Maizal, Cooperativa de Comunicación.



Este Informe, cuya autoría es de la Asociación por los Derechos Civiles, forma parte de un proyecto regional coordinado por la **Electronic Frontier Foundation (EFF)** en diversos países. La EFF es una organización internacional sin fines de lucro que ha defendido la libertad de expresión y la privacidad en el entorno digital desde 1990.

Índice

- **Resumen ejecutivo | 5**

- **Introducción | 7**

- **Conducta empresarial responsable | 9**

- **Contexto nacional | 10**
 - 1. Sobre el marco regulatorio en Argentina
 - 2. Sobre las empresas de telecomunicaciones en Argentina
 - + Servicio de acceso a internet en el sector fijo (residencial)
 - + Servicio de acceso a internet en el sector móvil

- **Metodología de investigación | 16**

- **Criterios de evaluación | 18**
 - 1. Política de privacidad
 - 2. Informe de Transparencia
 - 3. Notificación a la persona usuaria
 - 4. Guías para requerimiento de información personal por parte de las autoridades
 - 5. Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos

- **Cuadro comparativo general | 25**

- **Empresas de telecomunicaciones | 26**
 - Personal
 - Telecentro
 - Movistar
 - Arlink
 - DIRECTV
 - IPLAN
 - Claro

- **Observaciones finales | 70**

- **Anexo | 75**

- **Autoría | 79**

- **Notas | 80**

Resumen Ejecutivo

El presente informe se enmarca en la tercera edición de una investigación que la Asociación por los Derechos Civiles (ADC) lleva a cabo cada dos años, con el apoyo de la Electronic Frontier Foundation (EFF), inspirada en una iniciativa suya que también se ha replicado en diversos países de la región. Su objetivo es dar a conocer las medidas que toman las empresas para proteger los datos de las personas usuarias, especialmente cuando estos son requeridos por autoridades gubernamentales.

La protección de los datos personales y privacidad de la ciudadanía es desafiada constantemente en los tiempos que corren, y pocas veces se le presta atención suficiente. Las empresas de telecomunicaciones, que entre otros servicios proveen internet, tienen acceso a una amplia cantidad de información de las personas usuarias. Algunos de esos datos son recolectados al momento de contratar el servicio, a la vez que las compañías piden consentimiento para la futura recolección de información con fines específicos, que deben ser informados.

Este reporte presenta la evaluación del desempeño de siete empresas a partir del relevamiento de la información disponible en sus sitios web. En contraste con años anteriores, se advierte que algunas compañías han trabajado para darle a la privacidad de las personas usuarias una mayor relevancia, aunque es sumamente importante seguir profundizando en la transparencia empresarial frente al tratamiento de los datos personales.

Al igual que en las ediciones de 2017 y 2019, las empresas investigadas han tenido la posibilidad de ofrecer su descargo en el transcurso de esta investigación.

El cuadro que se presenta a continuación refleja los puntajes otorgados a las siete empresas que fueron investigadas: Personal, Telecentro, Movistar, Arlink, Directv, IPLAN y Claro. Cada una fue

evaluada en base a cinco criterios: Política de privacidad, Informe de transparencia, Notificación a la persona usuaria, Guías para el requerimiento de información personal por parte de la autoridades y Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos.

Cada empresa podía recibir un máximo de 5 estrellas como puntaje total (una por cada criterio). El mejor resultado fue el de Movistar, que obtuvo 3 estrellas y $\frac{1}{2}$. A ella le siguió IPLAN con 1 estrella y $\frac{3}{4}$. Tanto personal como Directv recibieron 1 estrella y $\frac{1}{4}$. Telecentro se llevó 1 estrella, Claro $\frac{3}{4}$ y Arlink quedó en el último lugar con $\frac{1}{4}$.

EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES	Política de privacidad	Informe de transparencia	Notificación a la persona usuaria	Guía para requerimiento de información personal	Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos	TOTALES
personal						★ ★ ★ ★ ★
Telecentro						★ ★ ★ ★ ★
movistar						★ ★ ★ ★ ★
arlink						★ ★ ★ ★ ★
DIRECTV						★ ★ ★ ★ ★
IPLAN						★ ★ ★ ★ ★
Claro						★ ★ ★ ★ ★

Introducción

En el 2011 la organización Electronic Frontier Foundation (EFF)¹ evaluó las políticas de privacidad de las principales compañías tecnológicas de los Estados Unidos con el fin de fomentar la privacidad y la protección de los datos personales de las personas usuarias frente a las solicitudes de información realizadas por el Estado. Hoy por hoy, esta iniciativa es conocida bajo el nombre de “Who Has Your Back?”. Como resultado, la EFF publica informes anuales, mediante los que se insta a las empresas de tecnología a brindar mayor transparencia sobre cómo y cuándo divulgan y comparten datos personales, en especial con el gobierno estadounidense.

A partir de 2015 la iniciativa inspiró el proyecto *¿Quién defiende tus datos?*², que se ha extendido a nueve países de América Latina y España, adaptando su enfoque a las leyes y realidades locales. Las investigaciones y publicación de informes se realizan en alianza con organizaciones locales, en Brasil por InternetLab³, en Chile por Derechos Digitales⁴, en Colombia por Fundación Karisma⁵, en España por Fundación Éticas⁶, en México por R3D⁷, en Paraguay por TEDIC⁸, en Perú por Hiperderecho⁹ y en Panamá y Nicaragua por IPANDETEC¹⁰. La Asociación por los Derechos Civiles (ADC)¹¹ (11) fue convocada por la EFF para una nueva implementación del estudio en Argentina. En este marco, la ADC llevó a cabo la tercera edición de “¿Quién defiende tus datos?” (QDTD) a partir del relevamiento de la información brindada de manera pública por las empresas de telecomunicaciones seleccionadas, que fue realizado entre septiembre y octubre de 2022.

El informe preliminar dio cuenta de los hallazgos iniciales, así como los puntajes que obtuvo cada una en virtud de ellos. Transcurrida esa etapa, las compañías evaluadas fueron contactadas en noviembre del mismo año para darles a conocer los resultados del relevamiento y brindarles la posibilidad de hacer su descargo. Así es que este informe

final, llevado a cabo en diciembre, presenta los resultados de la investigación realizada por la ADC y recupera algunas conclusiones del encuentro mantenido con IPLAN, dado que fue la única empresa que brindó una respuesta al ser contactada.

A diferencia de la edición anterior, no fueron analizadas en esta oportunidad las compañías de delivery, ya que se prefirió profundizar el análisis sobre las compañías de telecomunicaciones.

Conducta empresarial responsable

Durante las últimas décadas, las preocupaciones por los impactos negativos en los derechos humanos vinculados a las actividades empresariales fueron cobrando mayor relevancia en la agenda mundial. Paulatinamente, se crearon instrumentos internacionales que conforman el hoy conocido marco de empresas y derechos humanos, como las Líneas Directrices para Empresas Multinacionales (LDEM) de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la Declaración Tripartita de Principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social (Declaración EMN) de la Organización Mundial del Trabajo (OIT) y los emblemáticos “Principios Rectores sobre las Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas” (PRNU).

Mediante los Principios Rectores se consagra el respeto a los derechos humanos como la conducta corporativa esperada a nivel mundial y para ello es preciso que las empresas adopten políticas y prácticas adecuadas. Para cumplir con esta obligación, los PRNU indican que éstas deben proceder con diligencia debida en materia de derechos humanos para identificar, prevenir, mitigar y rendir cuentas de los impactos adversos, al tiempo que deben contribuir a su reparación cuando tienen lugar.

Además, los PRNU ponen de relieve la necesidad de que las empresas consideren especialmente los derechos, necesidades y problemas de aquellas personas pertenecientes a grupos o poblaciones específicas con mayores riesgos de vulneración o marginación.

Contexto Nacional

1. Sobre el marco regulatorio en Argentina

En Argentina el derecho a la privacidad se encuentra reconocido en la Constitución Nacional por su artículo 19, el cual, sin hacer una mención literal del término, utiliza la expresión “acciones privadas”. La Corte Suprema de Justicia de la Nación ha interpretado este artículo como la consagración del mencionado derecho. Además, el artículo 18 protege el domicilio, la correspondencia epistolar y los papeles privados, habiendo sido reconocido por la jurisprudencia nacional como extensible al ámbito digital para referir a las comunicaciones en línea y la información almacenada en los dispositivos electrónicos personales.

Por último, el artículo 43 consagra el derecho de toda persona a conocer los datos sobre sí misma que se encuentren en poder de entidades públicas o privadas, así como también la finalidad para la cual los datos son destinados. Además habilita a la persona que encuentre datos falsos o discriminatorios a exigir la supresión, rectificación, confidencialidad o actualización de los mismos.

Asimismo, el artículo 75, inciso 22, equipara el nivel de jerarquía legal de los tratados internacionales de derechos humanos suscriptos por el país. De esta manera, el derecho a la privacidad también se encuentra reconocido en el marco normativo argentino gracias a encontrarse contemplado en la Declaración Universal de Derechos Humanos (artículo 12), la Convención de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño (artículo 16), el Pacto Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos (artículo 17), la Convención Americana sobre Derechos Humanos (artículo 11), la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre (artículo 5), por nombrar tan solo algunos.

A los fines de la presente investigación se identifica a las siguientes leyes como las más relevantes:

a) Ley Nacional de Protección de Datos Personales N° 25.326. Esta norma establece estándares elevados de protección y por este motivo desde 2003 la Argentina es considerada por la Unión Europea (UE) como un país con un nivel adecuado de protección de datos personales. Este marco legal protectorio presenta, sin embargo, dos debilidades. La primera es la excesiva permisividad hacia el Estado en relación al almacenamiento, tratamiento y cesión de datos personales. La ley permite a las autoridades estatales efectuar aquellas operaciones sin la obligación de requerir el consentimiento de las personas titulares de los datos. La segunda deficiencia es la desactualización de sus disposiciones. La norma fue promulgada varios años antes de la aparición de fenómenos como la explotación de datos por parte de las plataformas digitales o la expansión de tecnologías de vigilancia masiva. De este modo, una actualización de la ley se vuelve imprescindible para dar una adecuada protección.

b) Ley Nacional de Telecomunicaciones N° 19.798. De acuerdo a esta norma, las telecomunicaciones tienen carácter inviolable y las personas que trabajan en dichos servicios deben guardar el secreto correspondiente. De todos modos, permite la interceptación de las comunicaciones en caso que haya requerimiento de juez o jueza competente.

c) Código Procesal Penal de la Nación (CPPN). Su artículo 236 dispone que para llevar adelante una intervención de comunicación es necesaria una resolución fundada de un juez o jueza. A su vez, también se requiere autorización judicial para obtener los registros de comunicaciones. Sin embargo, existe una excepción cuando se trata del delito de secuestro coactivo y extorsivo. En estos casos, la Fiscalía puede ordenar las anteriores medidas si existe peligro en la demora debidamente justificada. La condición es que se de comunicación inmediata al juez o jueza para que la convalide en el término improrrogable de 24 horas.

d) Código Procesal Penal Federal (CPPF): Esta norma está vigente en las provincias de Salta y Jujuy. Sin embargo, se prevé que de manera progresiva reemplace al CPPN y rija en la totalidad del territorio nacional en el mediano plazo. El CPPF estipula que, a pedido de parte, el juez o jueza podrá disponer la interceptación de las comunicaciones. La medida tendrá carácter excepcional y sólo podrá efectuarse por un plazo máximo de treinta días, pudiendo ser renovada y expresando los motivos que justifiquen la extensión del plazo conforme la naturaleza y circunstancias del hecho investigado. La solicitud deberá indicar el plazo de duración que estime necesario según las circunstancias del caso. El juez o jueza controlará la legalidad y razonabilidad del requerimiento y resolverá fundadamente.

e) Ley Nacional de Inteligencia Nacional N° 25.520: La norma exige autorización judicial para cualquier interceptación de comunicaciones privadas en el marco de una actividad de inteligencia o contrainteligencia. La autorización solo puede ser otorgada por un máximo de sesenta días que caducará automáticamente. De todos modos, este plazo puede ser renovado, a solicitud de la autoridad de inteligencia, por otros sesenta días si fuera imprescindible para concluir la investigación.

2. Sobre las empresas de telecomunicaciones en Argentina

Según un relevamiento del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC)¹² de fines del 2020, el 63,8 por ciento de los hogares urbanos tiene acceso a computadora y el 90 por ciento a internet. Además, los datos muestran que, en la Argentina, 88 de cada 100 personas emplean teléfono celular y 85 de cada 100 utilizan internet. La diferencia en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) relevada entre hombres y mujeres es estrecha, alrededor de un punto porcentual. Los hombres registran un mayor uso de internet que las mujeres (diferencia de 0,4 por ciento) y de

computadoras (0,9 por ciento de diferencia) y un menor uso de celulares (1,2 por ciento de diferencia).

Sin embargo, tal como señaló el *think tank* Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (OBSERVACOM)¹³ en la investigación *¿Hay concentración de Internet en América Latina? En el caso de Argentina (2021)*¹⁴, no es posible obtener información oficial sobre la participación de mercado en el sector de las telecomunicaciones. En otras palabras, no se encuentra en forma pública cifras oficiales respecto a los porcentajes que ocupan en el mercado de las telecomunicaciones las diferentes compañías, sus marcas, productos y/o servicios, dado que el Ente Nacional de las Comunicaciones (ENACOM)¹⁵ no considera de carácter público la información relativa a la cantidad de contratos por operador. De este modo, los datos disponibles al respecto son proporcionados por entidades privadas.

El sector de las telecomunicaciones ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años y se trata de una industria que está fuertemente concentrada¹⁶ en la Provincia de Buenos Aires (PBA) y la Ciudad de Buenos Aires (CABA), aunque existen también conglomerados de empresas agrupadas en distintos polos, clusters y entidades regionales ubicadas a lo largo de todo el país. Según la Cámara Argentina de Internet (CABASE) el volumen de tráfico de internet¹⁷ entre octubre de 2020 y el mismo mes de 2021 se incrementó en un 52 por ciento, impulsado principalmente por el contexto de la pandemia de Covid-19.

En agosto de 2020, el gobierno argentino, mediante el Decreto de Necesidad y Urgencia N° 690 dictado por el Presidente de la Nación, reconoció a las telecomunicaciones como servicios públicos esenciales y estableció topes a los precios del mercado. Esta iniciativa produjo situaciones de judicialización¹⁸ por parte de varias empresas proveedoras de servicios de internet (PSI).

2.1 Servicio de acceso a internet en el sector fijo (residencial)

La penetración de banda ancha fija en Argentina es una de las más altas de la región. El ENACOM afirma que en septiembre de 2020 el porcentaje de hogares con este servicio era de 66,6, es decir alrededor de 9.3 millones de accesos. Al considerar el tipo de tecnología ofrecida, según el portal de Datos Abiertos de ENACOM, las conexiones de cable-modem representaban en marzo de 2020, más de la mitad de las conexiones totales, mientras que las de ADSL¹⁹ alrededor de un cuarto. Por su parte, las conexiones FTTH²⁰ en julio de 2020 representaban un 11,9 por ciento sobre el total de conexiones fijas de banda ancha del país.

De acuerdo a datos²¹ del primer semestre de 2021 proporcionados por CABASE, tres empresas controlan el 72 por ciento de las conexiones fijas a internet en Argentina. En primer lugar se encuentra Telecom Argentina (Personal)²² con el 41,52 por ciento de los accesos fijos en el país. El segundo puesto pertenece al Grupo Telecentro (Telecentro) con el 16,28 por ciento. En tercer lugar, está el Grupo Telefónica (Movistar) con el 14,67 por ciento. El 28 por ciento restante está repartido entre pequeñas empresas y cooperativas que ofrecen el servicio en localidades medianas y chicas, entre las cuales destaca el Grupo Supercanal (Arlink) con un 1,67 por ciento. Otra de las compañías que forma parte del 28 por ciento y se muestra en franco crecimiento es IPLAN, que en 2020 anunció²³ un plan de expansión nacional de su modelo de negocios y su red de fibra óptica directa al hogar, con una inversión de 2.000 millones de pesos.

Por último, cabe destacar que en noviembre de 2021 el Grupo Werthein adquirió la marca DirecTV que opera en varios países de América Latina y el Caribe²⁴. Con el objetivo de complementar en Argentina los servicios de TV Paga, tanto por satélite (DTH)²⁵ como por streaming que ofrece, la empresa comunicó²⁶ que tras cerrar un

convenio con Metrotel comenzará a brindar internet residencial por fibra óptica en el norte del Gran Buenos Aires. Aunque el negocio de internet fijo en Argentina no es nuevo para DirecTV, ya que cuenta con operaciones en el sur de la Provincia de Buenos Aires y en las ciudades de Rosario (Provincia de Santa Fe), Córdoba (Provincia de Córdoba) y Mendoza (Provincia de Mendoza), el servicio en esos lugares se brinda en forma inalámbrica.

2.2 Servicio de acceso a internet en el sector móvil

En Argentina hay una tendencia creciente del acceso a internet a través de los servicios de telefonía móvil. Según los datos del ENACOM, en el último trimestre de 2021 se registraban un total de 57.812.509 acceso operativos, de los cuales el 89,45 por ciento son prepagos²⁷ y los planes tienen una vigencia mensual que se renueva automáticamente, mientras que el resto pospago²⁸.

De acuerdo a datos actualizados hasta agosto de 2021 por el medio especializado en telecomunicaciones TeleSemana²⁹, el mercado está repartido en tres grandes operadoras: Grupo América Móvil/Carso (Claro) con el 37,2 por ciento, Telecom Argentina (Personal) con el 33,7 por ciento, y Grupo Telefónica España (Movistar) con el 29,2 por ciento.

Metodología de investigación

La investigación puso el foco en las principales empresas de telefonía y proveedoras de internet del país, la mayoría de las cuales han sido analizadas en las ediciones anteriores de 2017³⁰ y 2019³¹, a excepción del Grupo Supercanal (Arlink). Estas son:

1. Telecom Argentina (Firma comercial: Personal) - Servicio de internet fija y móvil.
2. Grupo Telecentro (Firma comercial: Telecentro) - Servicio de internet fija.
3. Grupo Telefónica (Firma comercial: Movistar) - Servicio de internet fija y móvil.
4. Grupo Supercanal (Firma comercial: Arlink) - Servicio de internet fija.
5. Grupo Wertheim (Firma comercial: DIRECTV) - Servicio de internet fija.
6. IPLAN - Servicio de Internet fija.
7. Grupo América Móvil/Carso (Firma comercial: Claro) - Servicio de internet móvil.

El objetivo de la investigación fue conocer cómo estas empresas protegen la privacidad y los datos personales de las personas usuarias, en especial cuando estos últimos son requeridos por el Estado. Para ello, se identificaron los compromisos asumidos y las medidas tomadas en esa dirección, mediante el análisis de los Términos y Condiciones de los servicios, los Informes de Transparencia y otras fuentes de consulta pública disponibles en los sitios web de las empresas, además de noticias y piezas informativas de diversas fuentes periodísticas.

En lo que respecta al marco normativo local vigente hasta diciembre de 2022, del que surge el alcance de las responsabilidades y obligaciones que recaen sobre las compañías en tanto operan dentro

del territorio argentino, es relevante mencionar que el mismo ha recibido algunas críticas respecto de su desactualización, conforme las implicancias del derecho a la protección de datos personales fueron objeto de desarrollo a nivel internacional. Así fue que la Agencia de Acceso a la Información Pública ha promovido en septiembre de 2022 una consulta pública para la discusión ciudadana de un anteproyecto de ley³² orientado a modificar la regulación en materia de datos personales. A grandes rasgos, la iniciativa pretende jerarquizar el derecho a la protección de datos personales y a su vez acentuar el deber que recae sobre las entidades facultadas para la recolección y el tratamiento de estos datos.

Criterios de evaluación

En el marco del presente análisis, cada compañía fue evaluada en base a cinco criterios, cuya elaboración tuvo en cuenta el mencionado marco normativo vigente a nivel local (Ley Nacional de Protección de Datos Personales) y los estándares internacionales en la materia.

En comparación a estudios anteriores, la metodología propuesta para esta edición contempló veinte parámetros de evaluación, divididos en cinco criterios en lugar de seis. Este cambio se debió a que el criterio “Requerimiento de autorización judicial” dejó de ser un apartado independiente y fue incluido como un aspecto a evaluar dentro de “Guías para requerimiento de información personal”.

A las compañías evaluadas se les otorgó un puntaje equivalente a 1 estrella por el cumplimiento total de cada criterio, siendo 5 el máximo posible por la suma de todos ellos. Si el cumplimiento de alguno fue parcial, se asignó el porcentaje correspondiente a la cantidad de parámetros respetados. Frente al cumplimiento nulo, ninguna empresa recibió estrella.

Los criterios y parámetros empleados fueron los siguientes:

1. Política de Privacidad

Una Política de Privacidad es un documento legal o una declaración que informa la manera en la cual la empresa recolecta, utiliza, divulga y gestiona los datos personales de sus clientes o usuarios. En este criterio se analiza si éstas cuentan con un documento de este tipo disponible públicamente en su sitio web. Además, se tuvo en cuenta que la misma sea de fácil lectura, valiéndose para ello de un lenguaje simple y evitando utilizar jerga legal sumamente técnica, y que sea fácil de encontrar o dentro de los sitios web.

Más allá de este aspecto formal, es necesario conocer si las empresas realizaron avances sustantivos en protección de datos. De este modo, las políticas deben demostrar que las compañías efectivamente defienden la privacidad de sus usuarios y usuarias. Para ello, se evaluó el cumplimiento de los principios generales de protección de datos personales, que se encuentran en la Ley Nacional de Protección de Datos Personales y serán interpretados a la luz de los más recientes estándares en la materia.

Parámetros:

1.1 Acceso simple a la Política de Privacidad: la compañía cuenta con un texto fácil de encontrar y de comprender. En relación al hallazgo, se valoró positivamente que se encontrara disponible de manera independiente y no solamente dentro de los Términos y Condiciones generales.

1.2 Principio de finalidad: la empresa se compromete a recolectar datos con fines específicos, explícitos y lícitos. Además, se compromete a que el tratamiento que se le da a dichos datos se limite a los fines por los cuales fueron recogidos.

1.3 Principio de calidad: la empresa se compromete a que los datos sean ciertos, adecuados, pertinentes y no excesivos en relación al ámbito y finalidad para los que se hubieren obtenido. Si no lo son, deben modificarse o suprimirse.

1.4 Deber de información: la empresa informa de manera previa la finalidad de recolección de los datos y la existencia de los derechos de acceso, rectificación y supresión de los datos. Además, notifica cualquier modificación de la Política de Privacidad de manera previa y precisa.

1.5 Principio de seguridad: la empresa se compromete a adoptar las medidas técnicas y organizativas que resulten necesarias para garantizar la seguridad y confidencialidad de los datos personales, de modo de evitar su adulteración, pérdida, consulta o tratamiento no autorizado.

1.6 Principio del consentimiento: la empresa se compromete a tratar los datos únicamente cuando hay un consentimiento expreso del titular o en las excepciones autorizadas por ley.

Estándar de desempeño:

- 1 estrella: cumple entre 5 y 6 parámetros.
- ½ estrella: cumple entre 3 y 4 parámetros.
- ¼ de estrella: cumple entre 1 y 2 parámetros
- No recibe estrella: cumple 0 parámetros.

2. Informe de Transparencia

En este criterio se verifica si las empresas analizadas publican en sus sitios web informes de transparencia. Se trata de la cantidad de solicitudes que reciben de parte de fuerzas de seguridad y organismos gubernamentales requiriendo información personal de sus clientes, a cuántas se le da curso, a qué organismos se les entrega la información solicitada y si también se informa cuántas solicitudes rechaza. Para esta edición, se le dió mayor precisión a las exigencias respecto al contenido de la información a publicar.

Parámetros:

2.1 Acceso: la empresa publica información con regularidad y es fácilmente identificable por el público en general.

2.2 Solicitudes de acceso a información: la empresa informa el número de la totalidad de pedidos de acceso a información o interceptación de comunicaciones privadas. También informa el porcentaje y número de los aceptados/rechazados.

2.3 Desagregación de la información: La empresa distingue el número de solicitudes que requieren metadatos de sus clientes y el número de solicitudes que buscan realizar una interceptación de comunicaciones privadas.

2.4 Retención de datos: La empresa informa sobre el periodo de tiempo en el cual almacena los metadatos de comunicaciones y si estos son eliminados transcurrido el tiempo informado.

Estándar de desempeño:

- 1 estrellas: cumple entre 3 y 4 parámetros.
- ½ estrella: cumple 2 parámetros.
- ¼ de estrella: cumple 1 parámetros
- No recibe estrella: no cumple con ninguno de los parámetros.

3. Notificación a la persona usuaria

Se evaluó si las empresas informan a las personas usuarias los pedidos de información que respecto de ellas se realizan y/o si les notifica cuándo proceden a la entrega de sus datos. Este criterio es importante toda vez que la notificación a la persona usuaria es lo que posibilita el ejercicio de sus derechos como sujeto de investigación, ya que si no conoce que se ha requerido acceso a su información no podrá ejercitar su derecho de defensa ni de un recurso efectivo, es decir su garantía al debido proceso. Si bien el estándar más garantista determina que la notificación debe realizarse con anterioridad a la entrega de la información, si la solicitud se da en el marco de una investigación que requiere que la persona usuaria no conozca la intromisión para no perjudicar la investigación o poner en riesgo su vida, la notificación debiera realizarse dentro de un plazo prudente que permita el ejercicio de los derechos descritos anteriormente. En caso contrario, podrían encontrarse vulnerados los derechos y garantías que consagra nuestra Constitución en su artículo 18.

Parámetros:

3.1 La empresa se compromete a notificar a la persona usuaria de que se llevó a cabo un requerimiento de información sobre metadatos o interceptación de comunicación. Se valoró positivamente que la notificación fuera realizada antes de entregar la información solicitada.

Estándar de desempeño:

- 1 estrella: cumple con el parámetro.

- ½ estrella: cumple parcialmente con el parámetro.
- No recibe estrella: no cumple con el parámetro.

4. Guías para requerimiento de información personal por parte de las autoridades

En este criterio se analizó si las empresas establecen lineamientos, guías o protocolos orientados a las fuerzas de seguridad y otros organismos gubernamentales que expliquen cómo deben solicitar la información personal de sus clientes y/o cuáles son las condiciones para la entrega de dicha información personal. Una diferencia importante es que en esta edición la necesidad de requerimiento de autorización judicial -ubicado como criterio independiente en las ediciones anteriores- se incorporó como parámetro dentro del actual criterio. El motivo fue que uno de los requisitos para entregar información a las autoridades debe ser el contar con una orden judicial. De este modo, la unificación permitió evaluar de manera más integral ya que se trata de aspectos que están interrelacionados.

Además, se analizó si la empresa, al momento de establecer sus propias reglas para las autoridades locales, tiene en cuenta el contexto nacional o si los lineamientos preestablecidos responden a procedimientos foráneos, y en tal caso corroborar si los mismos son más rigurosos a favor de la privacidad de sus usuarios y usuarias o no.

Parámetros:

4.1 La empresa cuenta con lineamientos públicos que establecen con detalle los pasos y requisitos que las autoridades deben cumplir para que la solicitud sea considerada conforme a la ley.

4.2 La empresa requiere explícitamente una autorización judicial previa -salvo aquellas excepciones establecidas por ley- para entregar la información solicitada, incluidos los metadatos.

Estándar de desempeño:

- 1 estrella: cumple todos los parámetros.
- ½ estrella: cumple uno de los parámetros.
- No recibe estrella: no cumple con ninguno de los parámetros.

5. Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos

En este criterio se evaluó si las empresas se comprometen públicamente con el respeto a los derechos humanos y promocionan en sus páginas web, o a través de otros medios, los derechos de los y las usuarias, particularmente el derecho a la privacidad.

Asimismo, se evaluó si realizan algún tipo de actividad publicitaria, campaña de concientización, realización de jornadas, participación en el Congreso Nacional mediante la presentación de proyectos de ley, asesoramiento legislativo o en audiencias públicas, en torno a la protección y difusión de derechos humanos como la privacidad, como así también otros derechos de las personas usuarias.

Parámetros:

- 5.1** La empresa cuenta con una política y/o declaración pública de compromiso con los derechos humanos.
- 5.2** La empresa realizó o realiza evaluaciones de impacto sobre el derecho a la privacidad y la protección de los datos personales de las personas usuarias.
- 5.3** La empresa publicó o publica los resultados de las evaluaciones de impacto y/o las medidas que despliega como consecuencia.
- 5.4** La empresa realizó o realiza alguna acción públicamente conocida para oponerse a proyectos de ley, normas legales o políticas públicas que pudieran afectar la privacidad o la protección de los datos personales de sus abonados o abonadas.
- 5.5** La empresa llevó o lleva a cabo actividades, jornadas, publicidades o

publica informes con el fin de generar conciencia en la sociedad sobre el derecho a la privacidad y/o la protección de los datos personales.

5.6 La empresa ha recurrido a las autoridades judiciales para resistir las solicitudes de información que sean excesivas y no cumplan con los requisitos legales.

5.7 La empresa dispone de mecanismos de reclamo ante la posible vulneración de derechos de las personas usuarias.

Estándar de desempeño:

- 1 estrella: cumple entre 5 y 7 parámetros.
- ½ estrella: cumple entre 3 y 4 parámetros.
- ¼ de estrella: cumple entre 1 y 2 parámetros.
- No recibe estrella: no cumple con ninguno de los parámetros.

Cuadro comparativo general

El cuadro que se presenta a continuación refleja los puntajes otorgados a las siete empresas que fueron investigadas: Personal, Telecentro, Movistar, Arlink, Directv, IPLAN y Claro. Cada una fue evaluada en base a cinco criterios: Política de privacidad, Informe de transparencia, Notificación a la persona usuaria, Guías para el requerimiento de información personal por parte de la autoridades y Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos.

Cada empresa podía recibir un máximo de 5 estrellas como puntaje total (una por cada criterio). El mejor resultado fue el de Movistar, que obtuvo 3 estrellas y $\frac{1}{2}$. A ella le siguió IPLAN con 1 estrella y $\frac{3}{4}$. Tanto personal como Directv recibieron 1 estrella y $\frac{1}{4}$. Telecentro se llevó 1 estrella, Claro $\frac{3}{4}$ y Arlink quedó en el último lugar con $\frac{1}{4}$.

EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES	Política de privacidad	Informe de transparencia	Notificación a la persona usuaria	Guía para requerimiento de información personal	Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos	TOTALES
personal						★ ★ ★ ★ ★
Telecentro						★ ★ ★ ★ ★
movistar						★ ★ ★ ★ ★
arlink						★ ★ ★ ★ ★
DIRECTV						★ ★ ★ ★ ★
IPLAN						★ ★ ★ ★ ★
Claro						★ ★ ★ ★ ★

Empresas de Telecomunicaciones

A continuación, se presentan los resultados de la investigación realizada por la ADC, explicando y puntuando el desempeño de las empresas evaluadas en función de los criterios y parámetros establecidos para la edición 2022 de QDTD. A su vez, se incluyeron algunas observaciones surgidas del encuentro mantenido con IPLAN, una de las siete compañías evaluadas que accedió a un espacio de intercambio sobre los resultados de la investigación.

Personal

1. Política de Privacidad

En la página web de Personal, la “Política de Privacidad de TELECOM Argentina S.A.”³³ está disponible para descargar de manera independiente dentro de la sección “servicio de internet”, ubicada en la parte inferior del sitio. Allí se aclara que integra los Términos y Condiciones de los servicios prestados por la empresa TELECOM, dueña de Personal, también disponible para su descarga. La redacción de la política es mayormente fácil de comprender, aunque por momentos se acude a algunos términos técnicos/jurídicos, dando de algún modo por hecho que todas las personas usuarias sabrán de qué se trata. No obstante, al igual que en ediciones anteriores de este informe, se destaca que el documento acerca a la clientela el contenido específico de la Ley Nacional de Protección de Datos Personales N.º 25.326³⁴ (en adelante LPDP), al incluir en la política las definiciones, también provistas por la norma, de los términos y principios rectores en la materia. En contraste con la simple mención de la normativa vigente, como sucede en el caso de otras empresas, se cree pertinente remarcar todo esfuerzo para acercar a las personas usuarias a sus propios derechos.

Respecto de la calidad de los datos recolectados, Personal se compromete a que los mismos sean ciertos, adecuados y pertinentes, como lo determina el artículo 4 de la LPDP, debiendo suprimirse en su defecto. Se aclara a su vez que en ningún momento se requerirá el aporte de datos sensibles, en línea con los artículos 7 y 8 de la mencionada ley. A su vez, la base de datos se encuentra debidamente inscripta ante la Agencia de Acceso a la Información Pública (AAIP), en línea con lo establecido en los artículos 3 y 21 de la LPDP.

Por otra parte, la empresa informa previamente la finalidad de recolección de datos, según dispuesto por el artículo 6 de la

LPDP, aunque lo hace de manera escueta. Si bien se compromete seguidamente a no recolectar datos para fines no explicitados, fraudulentos o contrarios a la ley (artículo 4 de la ley), esto se torna abstracto si la finalidad de recolección de datos tampoco ha sido debidamente detallada.

La empresa también informa el derecho de acceso que las personas usuarias pueden ejercer en forma gratuita, con intervalos no inferiores a seis meses, salvo que se acredite un interés legítimo al efecto, en línea con la normativa vigente (artículo 14, inciso 3 de la LPDP). A su vez, se aclara que la persona usuaria será notificada acerca de cualquier cambio en la Política de Privacidad en un plazo no menor a 30 días previos al cambio, quedando manifestado el consentimiento mediante el uso del servicio con posterioridad a las modificaciones efectuadas. A la vez, toma como aceptadas las nuevas pautas de su política a partir del uso de los servicios con posterioridad a los cambios.

En lo referido a la seguridad de los datos, en consonancia con el artículo 9 de la LPDP, la empresa se predispone para implementar todas las medidas necesarias a los fines proteger la información personal de la clientela, contemplando las medidas prácticas, técnicas y organizativas internas necesarias para garantizar la seguridad, integridad y confidencialidad de los datos, y tratando diligentemente de evitar el acceso no autorizado, destrucción, utilización, modificación o divulgación de los mismos.

Finalmente, Personal informa que sólo trata datos personales con el consentimiento libre y expreso de la clientela, como surge del artículo 5 de la norma, recalando que únicamente lo hará para los fines que haya informado según lo dispuesto por la ley aplicable.



Personal obtiene ½ estrella, entendiendo que cumple con cuatro de los seis parámetros previstos en el presente criterio. A saber, la Política de Privacidad puede encontrarse fácilmente en los términos planteados para la presente investigación, a la vez que hay un compromiso manifiesto con la protección de la calidad de los datos recabados. La empresa manifiesta que toma las medidas de seguridad correspondientes para evitar el uso indebido de datos. Además se menciona expresamente la obtención del consentimiento para el tratamiento de datos, aunque no informa en su Política las finalidades precisas, sino que únicamente se compromete a hacerlo, sin aclarar por qué medio. También en lo relativo al deber de información, no está prevista una copia precisa de notificación acerca de cambios en la Política de Privacidad.

2. Informe de Transparencia

No se registra en la página web de la empresa ninguna referencia a informes de transparencia, ni mención a la información que de este tipo de informes debería desprenderse.



Personal no recibe estrella, dado que no cumple con ninguno de los parámetros previstos en el presente criterio de evaluación.

3. Notificación a la persona usuaria

No se encuentra en la página de la empresa ninguna referencia al compromiso de notificar a las personas usuarias frente al requerimiento de datos personales por parte de autoridades gubernamentales.



Personal no recibe estrella, dado que no cumple con ninguno de los parámetros previstos en el presente criterio de evaluación.

4. Guías para requerimiento de información personal por parte de las autoridades

Dentro de su Política de Privacidad, Personal se obliga a mantener el deber de confidencialidad de los datos personales, aclarando que la empresa podrá ser relevada de dicha obligación por ley o resolución judicial emanada de autoridad competente, sin especificar si se trata de la proporción de datos o metadatos. Ahora bien, la Política de Privacidad no se explaya acerca de otros supuestos habilitantes para brindar el acceso a datos personales sin la necesidad de una orden judicial, en tanto enuncia vagamente que podrá eludir la obligación de confidencialidad por ley.

En cuanto a la provisión de lineamientos que den marco a los requerimientos gubernamentales, y les impongan a las autoridades el cumplimiento de ciertos requisitos, no se encontró ninguna referencia a este aspecto en su sitio web.



RESULTADO

Personal recibe ½ estrella. Por un lado, cumple parcialmente con el requerimiento de orden judicial para el suministro de datos, al no aclarar qué clase de datos serán brindados en tales casos. En cuanto al primer parámetro, que se refiere a los guías ofrecidas para proceder frente a los pedidos de información, no se registra cumplimiento del mismo.

5. Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos

Dentro del Contrato de Adhesión de TELECOM, se incluye una Política de Uso Aceptable³⁵ (en adelante PUA), disponible para descargar en su página web. En ella, la empresa determina la prohibición de toda actividad ilícita, esté o no mencionada. De manera genérica, hace referencia a violaciones a la Ley Antidiscriminación N° 23.592³⁶, la Ley de Propiedad Intelectual N° 11.723³⁷, y la Ley de Protección a Menores N° 26.061³⁸, entre otras. Más específicamente, se hace referencia a

posibles usos indebidos, como la introducción de virus informáticos o programas maliciosos, la intervención del servicio de las personas usuarias o las comunicaciones simuladas para obtener sus datos. Independientemente del nivel de detalle proporcionado, la empresa aclara que el listado de usos indebidos de la PUA no es taxativo.

En lo relativo a acciones tendientes a la promoción de derechos humanos, Personal consigna en la parte inferior de su página web un apartado sobre Accesibilidad Digital³⁹. En él se explica que pone a disposición de las personas que las necesiten herramientas tales como sistemas de configuración para la traducción de audio y subtítulos (Closed Caption), aplicaciones compatibles con el contenido de la empresa que permiten acceder al mismo sin utilizar la vista o mediante interruptores, y comandos de voz.

Por otra parte, no se registran evaluaciones de impacto del servicio en materia de derechos humanos. Tampoco hay registro de resistencia a iniciativas poco protectoras del derecho a la privacidad, ni antecedentes de remisión a la justicia frente a solicitudes gubernamentales excesivas.





RESULTADO

Personal obtiene ¼ de estrella, considerando que cumple con dos de los parámetros preestablecidos. En rigor, toma públicamente un compromiso con la promoción y protección de derechos humanos, a la vez que promueve herramientas de accesibilidad para personas con discapacidad en la prestación de sus servicios. En lo vinculado a otros parámetros, no hay registro de su cumplimiento.

Conclusión

Personal recibió un puntaje total de 1 estrella y ¼. Obtuvo ½ en el criterio vinculado a la Política de privacidad, ½ por la Guía para requerimiento de información personal y ¼ por las Políticas de

promoción y defensa de los derechos humanos. La empresa no recibió estrella en el apartado de Informe de transparencia, ni en el de Notificación a la persona usuaria.

EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES	Política de privacidad	Informe de transparencia	Notificación a la persona usuaria	Guía para requerimiento de información personal	Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos	TOTALES
personal						

Telecentro

1. Política de Privacidad

La Política de Privacidad⁴⁰ está disponible en la parte inferior de la página web de Telecentro. Se trata de un apartado accesible en línea, independiente de los Términos y Condiciones, que se remite al marco normativo vigente (Ley Nacional de Protección de Datos Personales), a la vez que redirige a las personas usuarias al texto completo de la norma. Seguidamente, incluye las definiciones de términos y principios contemplados en la ley, haciendo explícito que aquello tiene el propósito de facilitar al usuario o usuaria la comprensión de la política. El lenguaje es en general accesible, aunque hay alusión esporádica a términos jurídicos.

A partir de este último relevamiento, se puede inferir que Telecentro ha realizado esfuerzos para ajustar sus prácticas empresariales al marco normativo vigente, teniendo en cuenta que de acuerdo a lo investigado en 2019, la empresa no contaba con una Política de Privacidad específica que brindara información a las personas usuarias acerca del modo en que sus datos personales eran tratados al contratar los servicios.

En cuanto a la calidad de los datos, la base que los contiene se encuentra debidamente inscripta ante la Agencia de Acceso a la Información Pública. A su vez, la compañía se compromete a que los mismos sean ciertos y precisos, debiendo modificarse en caso contrario. Aclara además, en línea con la normativa vigente, que no se recolectan datos sensibles de las personas usuarias, aunque hace mención a su uso para fines estadísticos de manera anónima, en virtud del artículo 7, inciso 2, de la Ley Nacional de Protección de Datos Personales.

Respecto de la finalidad de los datos, Telecentro informa que los mismos no pueden ser empleados para fines distintos a los que

motivaron su recolección, ni contrarios a la ley o a la moral. Esta formulación resulta bastante vaga y ambigua. Entendemos que la empresa bien podría informar la finalidad de la recolección de manera explícita, y no sólo desde la negativa, en la política de privacidad. Por el contrario, solo se compromete a hacerlo, sin aclarar cuál será el medio para informar al usuario, ni cómo prestará su consentimiento. Además se compromete a informar los posibles destinatarios de los datos y las consecuencias de brindar datos o de abstenerse, pero se observa falta de especificidad en este aspecto. También informa que el usuario y/o la usuaria tiene derecho de acceder a la información, pudiendo ser ejercido en forma gratuita, en intervalos no inferiores a seis meses, salvo que se acredite un interés legítimo al efecto, como lo dicta la LPDP.

Por otra parte, la empresa no alude a la notificación de cambios en su Política de Privacidad, por lo que tampoco se tiene en cuenta cómo la persona usuaria prestará su consentimiento respecto de tales cambios. No obstante, en su Contrato de Adhesión⁴¹ aclara que en un plazo no menor a 30 días, los cambios en los Términos y Condiciones serán informados a la clientela, sin especificar el medio a utilizar. Ahora bien, el hecho de no prever la notificación específica respecto de las modificaciones efectuadas a la política de privacidad, sugiere que Telecentro no le da a este aspecto la entidad suficiente, al contemplarlo en materia de cambios como un apartado más dentro de sus Términos y Condiciones.

La empresa se obliga a mantener la confidencialidad de los datos, aclarando en su política de seguridad que tomará todas las medidas con arreglo a ese fin. Sin embargo, creemos que explica vagamente las razones por las que quedaría relevada de dicha obligación de confidencialidad.

Finalmente, la política indica que se requerirá el consentimiento expreso, libre e informado, salvo datos obtenidos de registros públicos o cuando sean recabados para funciones propias del Estado, entre otras excepciones, que enumera en línea con lo dispuesto por la Ley Nacional de Protección de Datos Personales.



RESULTADO

Telecentro obtiene ½ estrella, entendiendo que cumple con cuatro de los parámetros previstos en este criterio. Se valoran los esfuerzos dedicados a la elaboración de una Política de privacidad, con la que no contaban al momento del relevamiento realizado por la ADC en 2019 y se destaca que la misma es accesible en base a lo evaluado. La recolección de datos prevé el consentimiento previo de las personas usuarias y la empresa se compromete a garantizar la calidad y la seguridad de los mismos. Ahora bien, ésta tiene varios aspectos que trabajar en lo relativo al deber de información. En particular, no informar la finalidad de recolección en el marco de la Política de Privacidad, comprometiéndose a hacerlo de manera vaga y sin explicar en qué oportunidad ocurrirá, no es suficiente a la luz de los parámetros aquí contemplados. A su vez, la empresa no prevé el aviso de cambios en la Política de privacidad, sino que sólo lo hace respecto de los Términos y Condiciones, aunque sin especificar tampoco en ese caso el medio de notificación a las persona usuarias.

2. Informe de Transparencia

No se registra en la página web de la empresa ninguna referencia a informes de transparencia, ni mención a la información que de este tipo de informes debería desprenderse.



RESULTADO

Telecentro no recibe estrella, dado que no cumple con ninguno de los parámetros previstos en el presente criterio de evaluación.

3. Notificación a la persona usuaria

No se encuentra en la página de la empresa ninguna referencia al compromiso de notificar a las personas usuarias frente al requerimiento de datos personales por parte de autoridades gubernamentales.



RESULTADO

Telecentro no recibe estrella, dado que no cumple con ninguno de los parámetros previstos en el presente criterio de evaluación.

4. Guías para requerimiento de información personal por parte de las autoridades

En lo relativo a los lineamientos para afrontar el requerimiento de datos por parte de autoridades gubernamentales, no hay referencia al procedimiento que tiene previsto la empresa. Respecto del requerimiento de una orden judicial competente, la Política de Privacidad informa que Telecentro podrá ser relevado del deber de secreto por resolución judicial y cuando medien razones fundadas relativas a la seguridad pública, la defensa nacional o la salud pública. En este aspecto, falta precisión acerca de los demás supuestos previstos, además de no haber un desglose del tipo de datos a suministrar en cada caso.



Telecentro recibe ½ estrella. Por un lado, cumple parcialmente con el requerimiento de orden judicial para el suministro de datos, al no aclarar qué clase de datos serán brindados en tales casos. Mientras tanto, no se da cumplimiento alguno a la provisión de lineamientos frente a solicitudes gubernamentales.

5. Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos

No surgen del relevamiento efectuado declaraciones de compromiso para la promoción de derechos humanos, ni acciones concordantes con dicho objetivo. La empresa ofrece mecanismos genéricos y tercerizados, como la Dirección Nacional de Defensa al Consumidor y Arbitraje del Consumo y el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM). Por otra parte, brinda en el Contrato de Adhesión, disponible en la página web, un correo electrónico al que pueden efectuarse reclamos, sin especificar de qué tipo.



Telecentro no recibe estrella, dado que incumple casi todos los parámetros del presente criterio. Solo cumple de manera parcial la provisión de un mecanismo propio de reclamo.

Conclusión

Telecentro recibió un puntaje total de 1 estrella. Obtuvo ½ en el criterio vinculado a la Política de privacidad y ½ por la Guía para requerimiento de información personal. La empresa no recibió estrella en ninguno de los siguientes criterios: Informe de transparencia, Notificación a la persona usuaria y Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos.

EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES	Política de privacidad	Informe de transparencia	Notificación a la persona usuaria	Guía para requerimiento de información personal	Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos	TOTALES
	★	★	★	★	★	★ ★ ★ ★ ★

Movistar

1. Política de Privacidad

En primera medida, se puede acceder a la Política de Privacidad⁴² de la empresa ingresando a la página web de Movistar. Esta se encuentra en el «centro de privacidad», ubicado en la parte inferior del sector de legales. Para dar con ella, se debe ingresar específicamente a “protección de datos personales”, llegando así a un listado de títulos, entre los cuales figura la Política de Privacidad. También se exhiben otros apartados en esa lista que aportan información en materia de datos personales, tales como: “Conceptos básicos”⁴³, en los que se acerca la terminología de la LPDP, “Manejo de mis datos”⁴⁴, “Derechos”⁴⁵, “Seguridad y Confidencialidad”⁴⁶ y “Requerimiento de Autoridades Competentes”⁴⁷. Independientemente de esto, antes de ingresar al mencionado centro de privacidad, en la sección general del apartado “legales”, hay una serie de títulos alusivos al aspecto analizado: «Términos y Condiciones del sitio web»⁴⁸, que engloba la política de privacidad, «Datos personales»⁴⁹, y «Política de uso de cookies»⁵⁰. Sumado a esto último, la sección específica de servicio de internet del apartado “legales” ofrece los “Términos y Condiciones de Acceso al Servicio de Internet”⁵¹, en los que, a diferencia de los Términos y Condiciones generales del sitio, no hay un apartado explícito que se refiera a la Política de Privacidad. En rigor, se alude a dichas cuestiones en uno de los últimos apartados, llamado «datos personales».

Teniendo en cuenta lo relevado en 2019, la política de privacidad parece tener como apartado una entidad mayor que en aquel entonces. Se destaca concretamente la creación de un Centro de Privacidad, entendiendo que esa iniciativa busca presentar de manera más práctica y manejable una temática muchas veces ajena para las personas usuarias. De todas maneras, las pautas de la política están diseminadas en secciones, expuestas en diferentes áreas de la página web, con variaciones en la distribución y el detalle de la información, dificultando así que las personas usuarias puedan acceder a la totalidad del contenido de

manera ágil y sencilla. Considerando el potencial que tiene la existencia de un Centro de Privacidad a los fines de acercar la temática a la clientela, sería sumamente positivo trabajar en una organización de la información que la integre de manera amena, reuniendo las acciones que lleva a cabo la empresa en materia de protección de datos personales.

La política está redactada de manera tal que, una vez leída, la persona usuaria presta su consentimiento para la recolección de datos personales al contratar el servicio de internet. Sin embargo, informa que el cliente puede revocar su consentimiento para el tratamiento de datos que no sea necesario para la prestación del servicio. A pesar de que predomina en ella el uso de lenguaje técnico, no necesariamente inteligible para cualquier lector o lectora, se proveen las definiciones de términos relevantes y principios previstos en la LPDP.

En cuanto a la calidad de los datos recolectados, la empresa explica que su base está debidamente inscripta ante la Agencia de Acceso a la Información Pública y manifiesta su compromiso con la veracidad de los datos, pudiendo las personas usuarias ejercer su derecho de supresión o rectificación. Se informa a su vez que no será requerido el aporte de datos sensibles, tal como lo dictamina la LPDP.

Movistar informa en su política la finalidad de recolección de datos, excluyendo cualquier otro destino para los mismos. Entre las acciones que se llevan a cabo con la información recolectada, se mencionan la atención al cliente, la mejora en la calidad de prestación del servicio, la elaboración de estadísticas y el envío de publicidad. Haciendo una interpretación comparativa acerca de las diversas finalidades de recolección de datos personales que informan las empresas de telecomunicaciones, se podría poner en debate la esencialidad de algunas de ellas en relación a la prestación del servicio, tomando como ejemplo el envío de publicidad. En este sentido, cabe preguntarse si la revocación posterior del consentimiento es la alternativa más óptima al referirse a finalidades como esta o si se podría habilitar una vía separada para

convalidarlas en primer lugar. Resta mencionar que la Política le hace saber al usuario o usuaria que tiene derecho de acceso y modificación de manera gratuita, en intervalos no menores a seis meses, salvo interés legítimo que justifique lo contrario.

En lo relativo a posibles cambios en la Política de Privacidad, la empresa no prevé una notificación específica a las personas usuarias. En concreto, Movistar aclara que los cambios en los Términos y Condiciones serán notificados por diversas vías, a elección de la compañía (SMS, email, publicación, entre otras), con una antelación mínima de 60 días. Esta decisión de equiparar la política de privacidad a cualquier otro aspecto dentro de los Términos y Condiciones no refleja la debida jerarquización de una cuestión tan central como la protección de los datos de las personas usuarias.

Seguidamente, la empresa se compromete a almacenar los datos recolectados tomando todas las medidas de seguridad necesarias para evitar alteraciones o usos indebidos. Para esto, explica que se utilizará el sistema de *Secure Socket Layer* (SSL) de Verisign, que encripta los datos suministrados y evita su uso desautorizado, garantizando una operación segura. La precisión acerca de las medidas tomadas en esta materia contribuye a una mayor transparencia y demuestra un compromiso mayor con lo dispuesto en la normativa vigente.



RESULTADO

Movistar recibe ½ estrella, puesto que cumple con cuatro de los seis parámetros en cuestión. Se rescatan los esfuerzos realizados para visibilizar en contraste con el relevamiento de 2019, pero se insiste en que la diseminación de los diferentes aspectos de la Política de privacidad dificultan notoriamente el acceso para las personas usuarias. En este mismo sentido, la previsión de notificaciones respecto de cambios en los Términos y Condiciones, pero no concretamente en la Política de Privacidad, sigue siendo insuficiente. Ahora bien, la empresa informa previamente la finalidad de recolección de datos, requiriendo en ese aspecto el consentimiento de la clientela, así como los derechos que asisten a las personas usuarias respecto de ellos. En esta línea, se compromete a tomar medidas orientadas a garantizar la seguridad y la calidad de los datos recolectados.

2. Informe de Transparencia

En su compromiso con los derechos fundamentales de privacidad y libertad de expresión, Movistar elabora anualmente un Informe de Transparencia de las Telecomunicaciones, con el objetivo de contribuir a generar una sociedad más abierta y transparente. Este se encuentra en la página web de Movistar Argentina, en el apartado «centro de privacidad», ubicado en la parte inferior del sector de legales. Allí se puede descargar la Edición 2021⁵² y el historial de informes anuales. En el marco de este documento, Argentina es relevada en un apartado específico, al igual que todos los países donde opera el grupo empresario. A diferencia del relevamiento de 2019, en el que a los informes de transparencia se podía acceder solamente desde el sitio web de la casa matriz española, actualmente se encuentran disponibles en la página web argentina.

En su informe anual, la empresa especifica qué clase de solicitudes recibe (solicitudes de información referidas a las comunicaciones de personas usuarias, solicitudes de bloqueo de acceso a ciertos sitios o contenidos o de filtrado de contenidos, solicitudes con el objeto de suspender temporalmente el servicio en determinadas zonas o determinadas cuentas) y por parte de quiénes las reciben (cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado, organismos gubernamentales y/o juzgados). El informe aclara a su vez cuál es el contexto legal en el que esto sucede y cuáles son las autoridades competentes para efectuar las solicitudes. Para las interceptaciones, cuando se trata de secuestros extorsivos, los juzgados o fiscales solicitan la intervención a la denominada Dirección de Asistencia Judicial en Delitos Complejos (DAJuDeCo), organismo dependiente de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, que luego formalizan y dan curso al pedido de intervención a las empresas prestatarias de servicios. En cuanto al acceso a metadatos, esto puede ser solicitado por jueces, juezas, fiscales y cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado al que se le haya delegado la investigación.

En cuanto a la desagregación de la información, Movistar detalla el total de solicitudes que recibe, aclarando que los pedidos rechazados serán informados en la medida que ello sea posible. A su vez, distingue entre solicitudes de interceptación y de acceso a metadatos. De acuerdo al informe de 2021, se reportaron en ese año 24.167 solicitudes de interceptaciones, de las cuales ninguna fue rechazada, mientras que las solicitudes de metadatos fueron 109.688, todas ellas aceptadas.

Finalmente, en el «centro de privacidad» de la web de la compañía, ingresando a “Protección de datos personales”, está disponible la sección «Manejo de mis datos». En ella se informa a las personas usuarias que sus datos personales serán conservados mientras dure la finalidad para la que fueron recolectadas o dependiendo en caso, mientras exista la necesidad legal de conservar dicha información. Esto también es informado a la persona usuaria dentro de la Política de Privacidad.



Movistar obtiene 1 estrella, dado que cumple con tres de los cuatro parámetros empleados para este criterio. En concreto, realiza y publica en su página argentina Informes Anuales de Transparencia, informando la cantidad y el tipo de solicitudes recibidas, así como el número de pedidos aceptados y rechazados. En cuanto a la retención de datos, mencionan este aspecto, pero la especificidad brindada no es suficiente.

3. Notificación a la persona usuaria

Dentro de los Términos y Condiciones de uso del sitio web, Movistar explica que, en caso de que los datos sean requeridos por la vía legal, administrativa o judicial correspondiente, la empresa se verá compelida a revelar los mismos a la autoridad solicitante; aclarando que en la medida en que la legislación y normas de procedimiento lo permitan, se informará a las personas usuarias sobre estos requerimientos.



Movistar obtiene ½ estrella, considerando que se compromete a notificar a la persona usuaria, pero no provee información adicional sobre dicha notificación, en especial en lo relativo a la oportunidad y el contenido de la misma. Concretamente, no aclara si se hará antes o después de entregar la información solicitada, o bien si se explicará en detalle qué información se brindó.

4. Guías para requerimiento de información personal por parte de las autoridades

En los Términos y Condiciones Generales, Movistar también establece que en caso de que los datos sean requeridos por la vía legal, administrativa o judicial correspondiente, la empresa se verá obligada a revelar los mismos a la autoridad solicitante. Adicionalmente, en el «Centro de privacidad», en la sección «Manejo de mis datos», se explica que Movistar podrá revelar los datos personales cuando sea ordenado por una resolución judicial, mientras que no deja claro qué requisitos hay en caso de requerimiento administrativo.

En el marco del Informe Anual de Transparencia, se hace mención al Reglamento ante Peticiones por parte de Autoridades Competentes, aprobado en 2019 y apoyado en los siguientes principios: confidencialidad, exhaustividad, fundamentación, proporcionalidad, neutralidad política, respuesta diligente y seguridad. En esta línea, se aclara que solamente se aceptan solicitudes con la debida intervención de áreas con competencias legales, estableciendo un interlocutor o interlocutora con ventanilla única en el contacto con autoridades competentes. A su vez, el Informe Anual de Transparencia presenta como autoridades competentes para solicitar metadatos a los jueces, los fiscales y los cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado al que se le haya delegado la investigación. Esto da a entender que en ciertos casos la empresa puede entregar datos a la autoridad aún sin una autorización judicial previa, sin que sea explícito con qué frecuencia ocurre o si esto se da por una excepción legal.



Movistar obtiene ½ estrella, considerando, por un lado, que requiere orden judicial para la entrega de datos, pero sigue sin especificar los requisitos para solicitudes administrativas. Asimismo, se valora positivamente la provisión de principios en los que se basará el procedimiento frente a requerimientos externos y la referencia a quiénes serán interlocutores válidos en el marco de estas solicitudes, permitiendo un control legal de las mismas. No obstante, falta especificidad acerca del procedimiento a seguir en estos casos.

5. Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos

En la introducción de su Informe Anual de Transparencia, Movistar explicita su compromiso con la protección de los derechos humanos, en especial con los derechos de libertad de expresión y privacidad. En esta línea, hace un desarrollo detallado acerca de sus iniciativas orientadas a la debida diligencia en esta materia y aquello que denomina “negocio responsable», apoyándose en los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas. A modo de ejemplo, podemos destacar el Reglamento de Modelo de Gobierno de Protección de Datos⁵³, disponible como enlace dentro del Informe de Transparencia. El mismo tiene por objetivo englobar los aspectos más importantes para una correcta gestión y protección de los datos personales. Para ello, se establece un modelo organizativo y coordinado, donde el máximo responsable de la Función de Protección de Datos Personales es el Delegado de Protección de Datos (DPO), encargado de reportar al Consejo de Administración de Telefónica, S.A.

Orientada a identificar, prevenir, mitigar y remediar los impactos (potenciales y reales) de su negocio en los derechos humanos, la empresa realiza evaluaciones de impacto que se llevan a cabo cada tres o cuatro años a nivel global, con la ayuda de expertos y expertas externas en el tema y en estrecha consulta con grupos de interés.

Las mismas se orientan concretamente a evaluar el impacto en materia de privacidad y libertad de expresión, previendo desgloses o profundizaciones en temas específicos, en tanto sean identificados en contextos nacionales determinados. La última Evaluación de Impacto⁵⁴, realizada en 2021, se encuentra en la página web de la casa matriz española disponible para su descarga. En esta línea, la empresa realiza otras evaluaciones más específicas, a partir de materiales emergentes resultantes de las evaluaciones globales. Entre ellas, las evaluaciones anuales de riesgo en los mercados, las evaluaciones de impacto local y las evaluaciones de impacto temáticas.

A finales del 2019 la compañía comenzó a trabajar a nivel global la formación en derechos humanos, promoviendo capacitaciones generales para todos los empleados a través del Curso de Principios de Negocio Responsable y Derechos Humanos. Mientras tanto, se diseñó una instancia más específica para los y las profesionales cuyo trabajo tiene un impacto mayor en la materia, como los equipos del área Jurídica, Asuntos Públicos, Relaciones Institucionales y Operaciones, entre otros. Ahora bien, en lo relativo a acciones concretas tendientes a contrarrestar propuestas amenazantes para los derechos de privacidad y libertad de expresión, no se registran iniciativas orientadas en esa dirección por parte de la empresa.

En el marco de su Informe de Transparencia, Movistar hace referencia a la especial revisión de solicitudes que por sus características y su excepcionalidad lo requieran, en virtud de posibles afectaciones a los derechos de libertad de expresión y privacidad. Añade que en caso de crisis, se sigue un procedimiento establecido en el Sistema Global de Gestión de Crisis. Sin embargo, no se hace referencia a la remisión de solicitudes excesivas a autoridades judiciales.

Finalmente, en el apartado de debida diligencia de su Informe de Transparencia, la empresa pone a disposición un mecanismo de reclamación y remedio a través del Canal de consultas y denuncias⁵⁵.








Esto les permite a los grupos de interés plantear quejas o consultas de forma confidencial y anónima, sobre cualquier aspecto relacionado con los Principios de Negocio Responsable, con los derechos humanos en general y privacidad y/o libertad de expresión en particular.

RESULTADO

Movistar obtiene 1 estrella, en tanto cumple con cinco de los siete parámetros previstos en este criterio. Además de la toma de un compromiso público con la promoción de los derechos humanos, y el desarrollo de medidas para la especial protección de los derechos a la libertad de expresión y a la privacidad, la empresa realiza y publica evaluaciones de impacto, a la vez que capacita al personal teniendo en cuenta las afectaciones en materia de derechos que pueden surgir en cada área del servicio. No se registró que haya recurrido a la justicia frente a solicitudes excesivas, aunque explica en sus evaluaciones que estas son analizadas con mayor cautela. Tampoco hay registro de acciones concretas en oposiciones iniciativas poco protectoras de los derechos en cuestión. Sin embargo, se valora que ponga a disposición un mecanismo propio de reclamo orientado a reportar vulneraciones de derechos humanos.

Conclusión

Movistar recibió un puntaje total de 3 estrellas y ½. Obtuvo 1 por su Informe de transparencia, y otra por sus Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos, mientras que se llevó ½ en cada uno de los criterios restantes: Política de privacidad, Guía para requerimiento de información personal y Notificación a la persona usuaria.

EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES	Política de privacidad	Informe de transparencia	Notificación a la persona usuaria	Guía para requerimiento de información personal	Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos	TOTALES
						

1. Política de Privacidad

En la sección de atención a la clientela de la página web de Supercanal, dentro de los avisos legales se encuentra el Contrato de Adhesión⁵⁶, que incluye un apartado de datos personales, aunque no hace mención a una Política de Privacidad. Sin embargo, la política no se encuentra disponible como apartado independiente, siendo de hecho una de las últimas secciones del Contrato de Adhesión. Con miras a determinar si la empresa realiza esfuerzos para darle entidad a este aspecto, no pueden pasar por alto, en lo que respecta a la distribución de la información, las decisiones que afectan la accesibilidad de la política de privacidad. Sumado a esto último, si bien en la redacción de la política predomina el lenguaje simple, hay algunas referencias a términos jurídicos que probablemente tornan más compleja la comprensión de las pautas allí planteadas.

Seguidamente, la empresa informa en el Contrato de Adhesión la finalidad de la recolección de datos de manera detallada, aunque apelando por momentos a términos poco claros. Sin embargo, es preocupante que no se especifique en ningún momento el compromiso de limitar el uso de los datos a las finalidades informadas. En este sentido, si bien se cumple con el deber de informar la finalidad de recolección, un compromiso explícito por su parte que otorgara certeza a la persona usuaria acerca del destino de su información personal ciertamente reflejaría una postura más protectora según lo dispuesto por la LPDP. En línea con lo mencionado, la empresa prevé en su Contrato de Adhesión la aceptación por parte de las personas usuarias del tratamiento de datos que en virtud de la LPDP no requieren su consentimiento, quedando tácitamente planteado que algunos si lo requerirán, pero sin explicitar su alcance.

Por otra parte, en lo atinente a la calidad de los datos, la base de la compañía se encuentra debidamente inscrita en la Agencia de Acceso a la Información Pública. Ahora bien, la empresa no hace referencia a un compromiso concreto de su parte orientado a preservar la calidad de los datos en relación con la finalidad informada, sino que parece poner exclusivamente en cabeza de las personas usuarias esa responsabilidad. También en el marco de su deber de información, Arlink comunica el derecho de acceso que asiste a las personas usuarias, aunque aclara únicamente que podrá ejercerse por medio de nota escrita con firma certificada, sin informar los plazos para ejercerlo.

En términos de seguridad, la compañía se dispone a tomar todas las medidas de seguridad necesarias que eviten la alteración, pérdida y tratamiento o acceso no autorizado respecto de los datos aportados por las personas usuarias. Está mención es concordante con lo dispuesto en la LPDP, aunque sería deseable un mayor grado de especificidad acerca de medidas concretas orientadas a este fin.

Por último, las modificaciones contractuales son comunicadas a la clientela mediante leyenda en factura con treinta días corridos previos a su implementación y publicadas en el sitio web. A su vez, la empresa deja abierta la posibilidad de notificación por medios tales como mensaje de texto y correo electrónico, entre otros. La falta de previsión acerca de la notificación y el consentimiento en cuanto a cambios específicos en la Política de Privacidad no contribuye con la jerarquización que sería deseable en esta materia.



Arlink obtiene ¼ de estrella, dado que cumple con dos de los seis parámetros previstos. En rigor, la empresa se compromete a garantizar la seguridad de los datos, a la vez que informa al usuario o usuaria la finalidad de recolección de manera detallada. Ahora bien, no hay un compromiso para evitar usos indebidos, ni para asegurar la calidad de los datos.

Sumado a ello, la alusión a la obtención del consentimiento es bastante tácita y sería deseable darle una mayor entidad al asunto. Por último, en relación al parámetro de accesibilidad, que inevitablemente condiciona a los siguientes, la Política de Privacidad es uno de los últimos apartados del Contrato de Adhesión, a la vez que se alude a ella indirectamente.

2. Informe de Transparencia

No se encontraron referencias a este tipo de informes en la página web de la empresa.



Arlink no recibe estrella, dado que no cumple con ninguno de los parámetros previstos en el presente criterio.

3. Notificación a la persona usuaria

No se encontró registro de notificación a las personas usuarias sobre solicitudes de autoridades gubernamentales.



Arlink no recibe estrella, dado que no cumple con ninguno de los parámetros previstos en el presente criterio.

4. Guías para requerimiento de información personal por parte de las autoridades

En lo relativo a los requerimientos gubernamentales, la empresa explica que en caso de que ciertos datos personales sean requeridos por la vía administrativa o judicial correspondiente, la misma se verá compelida a revelarlos a la autoridad solicitante. En rigor, no hace mención explícita al requerimiento de orden judicial, a la vez que postula la obligación de responder a autoridades gubernamentales como si se tratara de un deber que no podrá sujetarse a

modificaciones. Por otro lado, en base a lo relevado en la página web, no hay referencia a guías o lineamientos específicos para proceder frente a los pedidos de información.



RESULTADO

Arlink no recibe estrella dado que no cumple con la proporción de lineamientos a las autoridades para la formulación de requerimientos de datos, así como tampoco hace mención al requisito de orden judicial o resolución equiparable. Es preocupante toda expresión de posicionamiento frente a pedidos gubernamentales en clave de extrema sujeción a sus criterios de acción, principalmente porque esa actitud no es coherente con la normativa vigente. A su vez, la flexibilización en la respuesta a los pedidos gubernamentales inevitablemente hace mermar los esfuerzos de esas autoridades en términos de transparencia y legitimación. Esta tendencia no debería ser tolerada, en especial tratándose del Estado y tomando en consideración las herramientas que tiene a disposición.

5. Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos

En virtud de lo relevado, no se registra por parte de la empresa la toma de compromisos públicos, ni la realización de acciones concretas que se orienten a la promoción y protección de derechos humanos.

En lo relativo al parámetro que prevé un mecanismo de reclamos destinado a reportar vulneraciones de derechos humanos, la compañía exhibe en la parte inferior de la web, de manera ciertamente accesible, un Canal de Denuncias⁵⁷. Sin embargo, el mismo parece estar exclusivamente destinado a reportar problemas en la calidad del servicio que pueda provenir de colecciones ilegales.









RESULTADO

Arlink no recibe estrella, dado que no cumple con ninguno de los parámetros previstos en el presente criterio.

Conclusión

Arlink recibió un puntaje total de ¼ de estrella. Obtuvo solamente ¼ por su Política de privacidad, mientras que no recibió ninguna en los criterios restantes: Informe de transparencia, Guía para requerimiento de información personal, Notificación a la persona usuaria y Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos.

EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES	Política de privacidad	Informe de transparencia	Notificación a la persona usuaria	Guía para requerimiento de información personal	Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos	TOTALES
						

DIRECTV

1. Política de Privacidad

La Política de Privacidad de DIRECTV⁵⁸ está disponible en el apartado «protección de datos personales» ubicado en la sección inferior de la página web de la empresa. La misma está redactada mayormente con un lenguaje claro y accesible, a la vez que inicia con un repaso de los puntos a abordar, facilitando así la comprensión de aquello que el usuario o la usuaria va a encontrar. Los enunciados de la política van principalmente en línea con los términos y principios contemplados en la LPDP: información, seguridad, confidencialidad, derechos de acceso y retención de datos, entre otros. Adicionalmente, la compañía pone a disposición vías de contacto (correo electrónico y número telefónico) en caso de que la persona usuaria tenga dudas acerca de las pautas contenidas en la política.

DIRECTV informa previamente, y con bastante especificidad, las distintas finalidades con las que se recolectan datos, así como los posibles terceros receptores de esa información. Explica también el derecho de acceso con el que cuentan las personas usuarias, habilitando vías de contacto telefónico y remitiéndose a los intervalos de seis meses previstos en la LPDP.

En cuanto a la calidad de los datos, señalamos que la base de la empresa se encuentra inscrita en la Agencia de Acceso a la Información Pública. Ahora bien, no hay registro, por fuera de dicho deber legal, acerca de otra expresión de compromiso empresarial orientado al aseguramiento de la calidad de los datos. Mientras tanto, el foco está puesto en el deber de las personas usuarias de asegurar la calidad y precisión de la información que brindan.

Al igual que en relevamientos anteriores, la compañía se dispone a tomar las medidas razonablemente necesarias para proteger la

Información de las personas usuarias mediante la utilización de tecnologías de seguridad y procedimientos que limitan, en la manera de lo posible el acceso a nuestras bases de datos. Ahora bien, se insiste en que ningún sistema es completamente seguro ni libre de errores, siendo así inviable garantizar completamente la seguridad de la información brindada por la clientela. En esta línea, se plantea que al momento de compartir información con terceros procurará que se adhieran a la Política de Privacidad, lo cual suena bastante laxo. La adopción de un posicionamiento tan flexible no se alinea con las expectativas mínimas que las persona usuarias deberían poder tener respecto de la protección de sus datos, ni con los parámetros que la LPDP provee en este sentido.

En términos de consentimiento, la empresa hace reiteradas referencias a su importancia, destacando en particular la legitimación por parte del usuario o la usuaria para almacenar lo que denominan «Información de Observación Personal identificable». En el Contrato de Adhesión⁵⁹ se prevé explícitamente la prestación del consentimiento expreso para el uso de datos, aunque sería deseable que esto también forme parte de la política de privacidad. Respecto de posibles cambios en la política, no se explicita de qué manera serían notificados a la clientela, mientras que sí se prevé en los Términos y Condiciones⁶⁰ la notificación de cambios por diversas vías, tanto genéricas como personalizadas.



RESULTADO

DIRECTV obtiene ½ estrella, dado que cumple entre tres y cuatro de los parámetros preestablecidos. En primera medida, se destaca la accesibilidad de la Política de Privacidad en todas sus dimensiones, así como la precisión con la que se informa la finalidad de recolección de datos y los derechos de las personas usuarias respecto de dicha práctica. A su vez, la clasificación de los datos que la empresa realiza facilita la obtención de un consentimiento más informado. No obstante, la compañía no asume compromisos claros respecto de la calidad de los datos, a la vez que expresa de manera poco concluyente la eficacia de las medidas de seguridad tomadas para la protección de los mismos.

2. Informe de Transparencia

DIRECTV proporciona al final de la Política de Privacidad un enlace al Informe Semestral de Transparencia⁶¹ realizado por AT&T, disponible en el sitio web de dicha empresa. Este mismo informe fue encontrado durante el relevamiento realizado por la ADC en 2019, cuando la compañía norteamericana todavía era dueña de DIRECTV. En aquel momento se le formularon críticas debido al enfoque exclusivo en el contexto estadounidense y las escasas referencias a la situación de los demás países en los que operaba. Ahora bien, considerando que la empresa fue adquirida por el Grupo Wertheim en julio de 2021, ésta no ha actualizado desde entonces su apartado de transparencia, por lo que no se pudo hallar información sobre el tratamiento actual de este aspecto.

En lo vinculado a la retención de datos, DIRECTV aclara que conserva la información de la clientela mientras se encuentre vigente la relación contractual, a fin de prestar adecuadamente el servicio, y con posterioridad a la terminación de la misma para desarrollar actividades vinculadas a la promoción y venta de los productos y servicios. Seguidamente explica que una vez que la información no sea necesaria para los mencionados propósitos, y a menos que exista una solicitud extraordinaria para preservarla, ella será destruída. Respecto de esto, se valora que la empresa se refiera a esto, aunque la formulación resulta bastante abstracta, siendo poco claro el período de retención de datos con propósitos empresariales, una vez finalizada la relación contractual.



RESULTADO

DIRECTV obtiene ¼ de estrella, considerando que informa a las personas usuarias sobre el período de retención de datos y su posterior supresión. Ahora bien, en lo relativo a la publicación de Informes de Transparencia, la empresa brinda información desactualizada, al remitirse a los informes elaborados por quien anteriormente era su dueño.

3. Notificación a la persona usuaria

La empresa explica, de manera vaga, que intentará en la medida que sea posible darle a conocer a las personas usuarias los requerimientos gubernamentales, de modo que puedan ejercer sus derechos.



RESULTADO

DIRECTV obtiene ½ estrella, considerando que se compromete a notificar a la persona usuaria pero no provee información adicional sobre dicha notificación, en especial en lo relativo a la oportunidad y el contenido de la misma. Concretamente, no aclara si se hará antes o después de entregar la información solicitada, o bien si se explicará en detalle qué información se brindó.

4. Guías para requerimiento de información personal por parte de las autoridades

En primer lugar, la compañía no proporciona lineamientos sobre el modo de proceder frente a requerimientos gubernamentales. En el informe de transparencia de AT&T, todavía disponible en su página web, se explican los lineamientos de la empresa norteamericana, que de todas maneras no guardan relación alguna con la prestación de servicios de DIRECTV desde que fue adquirida por el Grupo Wertheim. Tampoco tienen en cuenta las particularidades del marco legal argentino.

Por otra parte, la empresa prevé que puede ser obligada mediante un requerimiento u orden de autoridad competente a entregar cierta información de personas usuarias, o bien información de observación personal identificable en específico. No menciona explícitamente una orden judicial, ni otra resolución equiparable a ella. De hecho, la remisión al término “Autoridad Competente” resulta notoriamente inespecífica, en tanto no queda claro cuáles son las autoridades facultadas para requerir datos personales.



DIRECTV no recibe estrella, dado que no cumple con ninguno de los parámetros previstos en el presente criterio.

5. Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos

No hemos encontrado registro de compromisos públicos ni acciones concretas que se orienten a la protección de derechos humanos.



DIRECTV no recibe estrella, dado que no cumple con ninguno de los parámetros previstos en el presente criterio.

Conclusión

Directv recibió un puntaje total de 1 estrella y $\frac{1}{4}$. Obtuvo $\frac{1}{2}$ tanto por su Política de privacidad como por la Notificación a la persona usuaria, y $\frac{1}{4}$ por su Informe de transparencia. Por los criterios de Guía para requerimiento de información personal y Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos, la empresa no recibió estrella.

EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES	Política de privacidad	Informe de transparencia	Notificación a la persona usuaria	Guía para requerimiento de información personal	Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos	TOTALES
DIRECTV						

IPLAN

1. Política de Privacidad

En la parte inferior de la página web de la empresa, se accede a la Política de Privacidad⁶² en su versión resumida en la sección “datos personales”. A su vez, el texto brinda un enlace a la versión completa⁶³ en formato pdf. La misma está redactada con lenguaje sencillo e incluso interactúa con la persona usuaria de manera bastante amena. En línea con esto, se provee una dirección de correo electrónico de contacto en caso de dudas sobre la política. De la redacción surge que, además de ser un apartado independiente, la política integra los Términos y Condiciones de la prestación del servicio. A su vez, se hace una clara referencia a la importancia de la privacidad, enmarcada en la previsión constitucional de este derecho, así como en la normativa vigente.

En consonancia con lo dispuesto en la LPDP, IPLAN se compromete a que los datos sean ciertos y no excesivos en relación a la finalidad informada, siendo suprimidos en caso contrario. Adicionalmente, se aclara que la base de datos se encuentra debidamente inscripta ante la Agencia de Acceso a la Información Pública.

En aras de cumplir con el deber de información, la empresa explica previamente, de manera bastante detallada, la finalidad de recolección de los datos de las personas usuarias, comprometiéndose a evitar cualquier otro uso no previsto. Se requiere la autorización expresa del usuario para el manejo de datos, salvo excepciones taxativas, previstas en la LPDP. También se les informa a las personas usuarias la existencia del derecho de acceso que las asiste y se aclara en este sentido que la recolección de datos será gestionada en observancia de ese derecho, pudiendo ser ejercido en intervalos de seis meses, en línea con la LPDP. En el marco de dicha solicitud, IPLAN se compromete a responder y proporcionar la información requerida

dentro de los diez días corridos, acompañado de una explicación en lenguaje accesible. Detalla además de manera muy precisa el procedimiento a seguir en estos casos y provee un Formulario Modelo⁶⁴.

Para garantizar la seguridad de los datos recolectados, en cumplimiento de la diligencia debida para el tratamiento de los mismos, IPLAN se compromete a tomar todas las medidas humanas, administrativas y técnicas que razonablemente estén a su alcance y que se encuentren en concordancia con las buenas prácticas establecidas por la Agencia de Acceso a la Información Pública. En ese sentido, se explica que la información provista será almacenada en servidores seguros. Sin embargo, aclara que las transferencias de datos vía online no son completamente seguras y que no pueden garantizar su protección total, aunque tomará todas las acciones razonables de acuerdo a la Ley Nacional de Protección de Datos Personales. Adicionalmente, cuenta con una Política de divulgación responsable⁶⁵, en la que incentivan a las personas usuarias a informar cualquier detección de vulnerabilidad en la seguridad de los datos antes de hacer público el descubrimiento para que la empresa pueda analizarlo. Explica que se utilizan procesadores que pueden ubicarse fuera de Argentina, bajo otras leyes de protección, pero que IPLAN hará lo posible para asegurar que estos sean utilizados de acuerdo a los fines informados. La redacción de las políticas orientadas a la seguridad resultan bastante endebles, dejando un notoria margen para un manejo poco cuidadoso de los datos que hubieran aportado las personas usuarias.

En lo relativo a cambios en las condiciones del servicio, IPLAN informa que serán comunicados por correo electrónico a la dirección que cada usuario o usuaria haya informado, a la vez que serán publicados en el sitio web de la empresa. En cualquier caso, el anuncio prevé una anticipación de treinta días previos a la entrada en vigencia de las nuevas condiciones. Si transcurrido dicho plazo no se ha manifestado la voluntad de rescindir la relación contractual y continúa el uso de los

servicios, se considerará que los cambios han sido aceptados por las personas usuarias.



RESULTADO

La empresa obtiene ½ estrella, dado que cumple con cuatro de los parámetros en cuestión. Se destaca en primer lugar la accesibilidad de su Política de Privacidad y el desarrollo que se le ha dado a la misma en contraste con lo relevado en 2019. En esta línea, se identifica el compromiso de la compañía con el deber de información, así como con la calidad y finalidad de recolección de datos. También se observa compromiso con la obtención del consentimiento expreso por parte de las personas usuarias. No obstante, falta rigidez en lo relativo a las medidas de seguridad para la protección de los datos y se prevé la notificación acerca de cambios en los Términos y Condiciones, pero no así de manera específica en el caso de la Política de Privacidad.

El aspecto de la seguridad de los datos personales fue abordado en el encuentro mantenido con IPLAN, que compartió algunas iniciativas para profundizar en la materia. Una de ellas fue la puesta en funcionamiento de un Comité de Seguridad, que hoy en día les permite centralizar y discutir aspectos concretos relativos a la seguridad de los datos así como impulsar posibles mejoras en ese sentido.

2. Informe de Transparencia

En la sección inferior de la web, IPLAN incluye un apartado llamado «transparencia»⁶⁶ para informar a las personas usuarias que recibe regularmente pedidos de información por parte de autoridades gubernamentales. La compañía aclara que cumple con ese deber sin descuidar la confidencialidad, y únicamente mediante orden judicial o de la autoridad competente. No obstante, no hay registro en la web de informes de transparencia propiamente dichos.

La empresa explica en la sección mencionada cuáles son las autoridades competentes para hacer solicitudes (jueces, juezas,

fiscales y cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado al que se le haya delegado la investigación, y la Administración Federal de Ingresos Públicos -AFIP-, sólo en lo que respecta a aspectos tributarios), aclarando que en cualquier otro caso son rechazadas. Sin embargo, no brinda información específica sobre porcentajes de solicitudes recibidas. Seguidamente, detalla qué tipos de solicitudes recibe, sean interceptaciones o solicitud de datos, pero sin referencias cuantitativas. Por último, no informa en ningún apartado el tiempo durante el cual se guardan los datos, ni lo que sucede con ellos después.



IPLAN obtiene ¼ de estrella, dado que ofrece en su página web un apartado dedicado a la transparencia, pero no aporta la información a la que apunta el presente criterio de evaluación. Se destaca que la empresa acerque a las personas usuarias a este aspecto, pero falta profundidad en la información aportada, en especial para trascender el plano meramente descriptivo.

Durante el encuentro con IPLAN, la compañía reconoció la importancia de la transparencia y manifestó su interés en elaborar y publicar informes al respecto en el futuro.

3. Notificación a la persona usuaria

No hay registro en la web de la empresa de notificación a las personas usuarias acerca de solicitudes de sus datos.



IPLAN no recibe estrella, dado que no cumple con las pautas previstas en el presente criterio.

4. Guías para requerimiento de información personal por parte de las autoridades

En el apartado de transparencia mencionado previamente, IPLAN explica que el proceso de respuesta de requerimientos

gubernamentales se rige por los siguientes principios: legitimidad, confidencialidad, fundamentación, neutralidad política y respuesta diligente. Añade que todos éstos son analizados por el Departamento Legal de IPLAN y que aquellos que provienen de una persona (física o jurídica), ente u organismo que no se encuentra legitimado para hacerlo son rechazados.

Por otra parte, la empresa prevé como excepción a la confidencialidad la obligación de cumplir con la normativa nacional o extranjera, así como con las órdenes de autoridades judiciales, administrativas o entidades privadas en ejercicio de servicios públicos. También se remite a esta cuestión en el apartado de transparencia, especificando que cumple con sus obligaciones como licenciario de servicios TIC de brindar información respecto de su clientela, solo en el marco de requerimientos efectuados por orden judicial y/o de autoridad competente. El documento aclara las autoridades competentes para los distintos tipos de requerimientos. En el caso de obtención de datos históricos, informa a los jueces, juezas, fiscales y cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado al que se le haya delegado la investigación, así como a la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), en lo que respecta a aspectos tributarios. Por esto, se verifica la posibilidad de acceso a estos datos sin una autorización judicial previa, tampoco quedando clara la excepción legal aplicable.



IPLAN obtiene ½ estrella, considerando que cumple de manera parcial con los parámetros previstos en el presente criterio. Concretamente, se advierte la presencia de ciertos lineamientos de acción frente a solicitudes gubernamentales, aunque falta especificidad en este aspecto. De la mano de esto, se valora que explícitamente requiera una orden judicial como condición para las solicitudes, pero ello se plantea de manera genérica sin dejar en claro a qué tipo de solicitudes son aplicables esas órdenes.

5. Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos

En el apartado de transparencia de su página web, IPLAN informa su compromiso con la promoción de los Derechos Humanos y en particular con el derecho a la privacidad. Asimismo, ofrece otro apartado al que llama “Programa de Integridad”⁶⁷, que contempla entre otros instrumentos un Código de Conducta⁶⁸. En el marco del mismo, la compañía se compromete a respetar una serie de valores ligados a la integridad, evitar la discriminación, combatir delitos contra la administración pública y promover el desarrollo sustentable.

En aras de concientizar acerca de los derechos que pretende preservar, así como alertar sobre sus posibles vulneraciones, la empresa impulsa capacitaciones al personal de acuerdo al Programa de Integridad, promoviendo una instancia posterior de evaluación para medir el alcance de esa iniciativa.

En lo relativo a otras acciones destinadas a proteger los derechos en juego, no se han encontrado antecedentes, así como tampoco se han identificado evaluaciones de impacto en materia de derechos humanos.

Por último, IPLAN cuenta con un Canal de Integridad disponible las 24 horas para efectuar denuncias anónimas por violaciones al Plan de Integridad, protegiendo a quien denuncie de buena fe estas conductas. En línea con esto, ofrece dentro de su Programa de Integridad una ficha modelo de denuncia⁶⁹ en la que se consignan todos los datos necesarios para la formulación de un reclamo.





IPLAN obtiene ½ estrella, puesto que cumple con tres de los parámetros preestablecidos. Su compromiso con la promoción y protección de los derechos humanos es claro y contundente, a la vez que ha desarrollado guías de conducta, acompañadas de instancias de capacitación para su

personal. Se destaca también que la empresa ponga a disposición un canal de denuncias orientado a velar por sus políticas de integridad. En lo relativo a otras acciones concretas, o bien a la publicación de evaluaciones de impacto, no se ha encontrado información alusiva.

A la hora de abordar este punto en el encuentro con IPLAN, se destacaron las acciones mencionadas en torno a la protección y promoción de derechos humanos. No obstante, se los incentivó también a poner el foco en el aspecto preventivo, mediante la evaluación periódica del impacto de la actividad empresarial en los derechos de las personas, a los fines de detectar potenciales riesgos y tomar medidas en consecuencia.

Conclusión

IPLAN recibió un puntaje total de 1 estrella y $\frac{3}{4}$. Obtuvo $\frac{1}{2}$ en los siguientes criterios: Política de privacidad, Guía para requerimiento de información personal y Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos. Por el Informe de transparencia solamente recibió $\frac{1}{4}$, mientras que no se llevó ninguna por la Notificación a la persona usuaria.

EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES	Política de privacidad	Informe de transparencia	Notificación a la persona usuaria	Guía para requerimiento de información personal	Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos	TOTALES
IPLAN						

Claro

1. Política de Privacidad

Al igual que en el relevamiento anterior, en la sección inferior de la web se accede al apartado «Legal y regulatorio»⁷⁰ que contiene una serie de títulos alusivos a la prestación del servicio. Ingresando al apartado “políticas” se encuentra: el Formulario Único de Consentimiento de Uso de Datos Personales⁷¹, la Política de Privacidad⁷², la Política de Uso Aceptable de Datos⁷³ y la Política de Uso Justo de Servicios de Voz y SMS⁷⁴. Concretamente en cuanto a la Política de Privacidad, su redacción tiene un lenguaje predominantemente sencillo y accesible, así precisión a la hora de brindar información primordial en aras de facilitar la protección de la privacidad.

En relación a la calidad de los datos, la base de la empresa está inscripta ante la AAIP. Sin embargo, no hay un compromiso explícito por parte de Claro para garantizar la precisión de la información recabada, sino que ello parece quedar en manos de las personas usuarias. La compañía aclara, en línea con la normativa vigente, que no recaba datos sensibles, ni de menores edad en forma directa. Asimismo, se compromete a tomar medidas de seguridad para evitar el uso indebido de los datos, revisando sus mecanismos de procesamiento, aunque no aclara cuáles son.

Claro informa previamente la finalidad de recolección de los datos, diferenciando entre fines primarios y secundarios, y proporcionando en cada caso un listado bastante completo y explicativo. En cumplimiento del deber de información, también se les hace saber a las persona usuarias acerca del derecho de acceso y rectificación. Ahora bien, para el ejercicio del mismo, la empresa prevé el empleo de un formulario que requiere una cantidad excesiva de datos no contemplados en la LPDP, que únicamente requiere la identificación del o la titular. En cuanto al proceso, la compañía tiene un plazo de 10 días para responder la solicitud.

En cuanto a la recolección de datos, Claro informa que en todos los casos se solicitará el consentimiento de las personas usuarias. Además explica que, al brindarlo, ellas aceptan la posibilidad de que sean transferidos a socios comerciales y/o terceros, tales como instituciones bancarias, salvo que la persona solicite lo contrario por medio de un correo electrónico a la dirección indicada.

Finalmente, la empresa informa que se reserva el derecho de efectuar cambios en el Aviso de Privacidad en cualquier momento. En tal caso, la versión actualizada estará disponible en el sitio web, quedando a cargo de las personas usuarias la revisión de la política vigente.



Claro recibe ½ estrella, en tanto cumple con tres de los parámetros previstos en este criterio. Se destaca en particular la accesibilidad de la Política de Privacidad, así como el compromiso con el deber de información y la mayoría de los principios previstos en la LPDP. En cuanto a la calidad de los datos, no hay por parte de la empresa un compromiso explícito con el aseguramiento de este aspecto. A la vez que resulta escueta la precisión de las medidas orientadas a la seguridad. Por último, no está prevista la notificación personalizada a las persona usuarias respecto de cambios en la Política de Privacidad.

2. Informe de Transparencia

Del relevamiento de la página web local de Claro no surge ninguna referencia a la elaboración de informes de transparencia. Mientras tanto, América Móvil, la empresa dueña de Claro, publica en su sitio web informes anuales de sustentabilidad, que a su vez contienen informes anuales de transparencia. En la Edición 2021 del Informe de Transparencia⁷⁵ dedica un apartado a cada una de sus operadoras subsidiarias, incluyendo la empresa argentina.

Sin embargo, este informe no provee el nivel de especificidad requerido por los parámetros que sigue la presente evaluación. Si

bien hace una distinción entre las diversas clases de solicitudes de datos que emanan de las autoridades competentes, a la vez que explica el marco normativo que compromete a la empresa argentina a cumplir con esos pedidos, no aporta datos estadísticos de solicitudes aceptadas ni rechazadas.

Ahora bien, independientemente del contenido del Informe de Transparencia, el acceso al mismo está sumamente limitado para la clientela local. Para empezar, no es posible llegar a él desde la página argentina. Además, suponiendo que la persona usuaria tenga conocimiento de este aspecto y decida buscarlo en la página de América Móvil, ésta no podría acceder al mismo de manera independiente, sino solamente a través del Informe de Sustentabilidad.

En pocas palabras, la forma en la que se presenta a las personas usuarias el trabajo de la empresa en términos de transparencia es prácticamente igual de relevante que el contenido del informe correspondiente. Esto se debe a que la transparencia que se espera está estrechamente ligada con la prevención de afectaciones a derechos fundamentales, y solamente tomando conocimiento de tales afectaciones podrían las personas usuarias accionar frente a ellas.

En cuanto a la retención de datos, Claro explica que, prestado el consentimiento, estos podrán ser almacenados incluso finalizada la relación contractual con la persona usuaria, pero no aclara por cuánto tiempo.



La empresa no recibe estrella, dado que no cumple con las pautas previstas en el presente criterio, por los motivos anteriormente detallados.

3. Notificación a la persona usuaria

No hay registro sobre notificaciones a la persona usuaria de solicitudes gubernamentales.



Claro no recibe estrella, dado que no cumple con las pautas previstas en el presente criterio.

4. Guías para requerimiento de información personal por parte de las autoridades

En el Informe de Transparencia publicado por América Móvil, luego de los apartados correspondientes a cada país con empresas subsidiarias en América del Sur, hay una sección descriptiva del procedimiento que siguen las operadoras en la región ante la solicitud de datos por parte de las autoridades. En ella se explica que dichos requerimientos son evaluados minuciosamente por departamentos legales que determinan su pertinencia y legitimidad, a la vez que se acuerda con la autoridades la confidencialidad y el respeto por los derechos de las personas usuarias. Si bien se rescata que se describa el procedimiento a seguir en estos casos, se sugiere que la explicación no se limite a un modelo genérico para la región, sino que contemple los contextos de cada país.

La empresa explica que el consentimiento para la entrega de datos no será requerido cuando se trate de autoridades competentes y terceros en los casos legalmente previstos, del RENAPER para fines de validación y autenticación de su identidad, conforme a las finalidades descritas en el Aviso de Privacidad, y de sociedades de información crediticia, afianzadoras y aseguradoras, para garantizar el cumplimiento de las obligaciones pactadas derivadas de los servicios. En ningún momento se menciona el requerimiento de una orden judicial o resolución equiparable a los fines de la presente investigación, en caso de recibir solicitudes gubernamentales. Este requisito solamente se refleja en el informe de transparencia de América Móvil, en el apartado relativo al Cono Sur.



Claro no recibe estrella, dado que no cumple con las pautas previstas en el presente criterio.

5. Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos

En la Política de Uso Aceptable de Datos, Claro detalla los usos indebidos del servicio, mencionando entre ellos cualquier práctica contraria a la Ley Antidiscriminación, a las leyes de protección a menores o a la intimidad de terceros. Fuera de lo anterior, no se registran acciones concretas orientadas a concientizar acerca de los derechos en juego en materia de datos personales, ni a fomentar la protección de los mismos.

Previendo la necesidad de hacer reclamos, la página redirige a las personas usuarias al Portal de Denuncias⁷⁶ de América Móvil, para reportar conductas violatorias al Código de Ética⁷⁷ de la casa matriz. Sin embargo, no queda claro que dicho código sea acatado por la empresa operadora en Argentina, a la vez que un mecanismo de reclamo tercerizado como este no parece suficiente para garantizar una capacidad eficiente de respuesta.




Claro recibe ¼ de estrella, dado que asume un compromiso con la toma de medidas para evitar la vulneración de ciertos derechos, pero no se registra ninguna acción concreta en ese sentido. La remisión a las políticas de América Móvil, reflejadas en su Informe de Sustentabilidad⁷⁸, no permite trazar una conexión con el contexto argentino.

Conclusión

Claro recibió un puntaje total de $\frac{3}{4}$ de estrella. Obtuvo $\frac{1}{2}$ por su Política de privacidad y $\frac{1}{4}$ por sus Políticas de promoción y defensa de los

derechos humanos. No recibió ninguna por los criterios restantes: Informe de transparencia, Notificación a la persona usuaria y Guía para requerimiento de información personal.

EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES	Política de privacidad	Informe de transparencia	Notificación a la persona usuaria	Guía para requerimiento de información personal	Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos	TOTALES
						

Observaciones finales

En función de la información recabada para la elaboración del presente informe, se llegó a una serie de conclusiones a partir de la identificación de tendencias y patrones que son comunes a la mayoría de las empresas investigadas. A grandes rasgos, algunas han impulsado mejoras en materia de protección de datos personales, en comparación con lo relevado en 2019, mientras que otros aspectos no han sido modificados.

En primer lugar, las compañías han realizado esfuerzos para concentrar la mayor cantidad posible de información sobre privacidad y protección de datos personales en los sitios web locales. Esta observación no es un dato menor en términos de disponibilidad de información, ya que varias de ellas operan en distintos países.

En segundo lugar, algunas empresas han desarrollado o mejorado notablemente sus Políticas de Privacidad. Por ejemplo, de acuerdo a lo recabado en 2019, Telecentro no contaba con una política propiamente dicha y en la actualidad la tiene. A su vez, en contraste con anteriores hallazgos, IPLAN le ha dado gran entidad a su la suya, promoviendo estrategias para que las personas usuarias la conciban como un aspecto central a la hora de recurrir a sus servicios. Cabe recordar que esta última fue la única que brindó una respuesta al ser contactada en el marco de la edición 2019 de QDTD. Durante la reunión llevada a cabo entre la ADC e IPLAN en aquella oportunidad, se discutieron los desafíos de la empresa, que se encontraba dando sus primeros pasos en materia de protección de datos personales, y las posibles modificaciones en torno al manejo de dicho aspecto. Transcurrido un tiempo desde aquel encuentro, las mejoras introducidas por la compañía en su Política de Privacidad permite advertir su predisposición a recibir críticas y recomendaciones.

En línea con lo anterior, hay cierta coherencia entre el contenido de las Políticas de Privacidad y lo dispuesto en la LPDP. Sin embargo, existen

variaciones en el compromiso de las empresas para guiarse por la normativa vigente y a su vez promover que las personas usuarias la conozcan en profundidad. Por ejemplo, algunos de los principios rectores en materia de datos personales tienen más presencia en las Políticas, mientras que otros se expresan con cierta ambigüedad. Así, aspectos como la finalidad de la recolección de datos y la obtención del consentimiento cuentan con un mayor desarrollo. Por el contrario, las compañías continúan postulando la responsabilidad de las personas usuarias en aspectos como la calidad y seguridad de los datos.

En lo relativo al deber de información, la mayoría lo ha incorporado en sus diversas dimensiones. Ahora bien, las modificaciones introducidas a las Políticas de Privacidad son anunciadas y notificadas como cambios en los Términos y Condiciones generales; o bien son anunciadas de manera independiente, pero optando por medios de notificación indirectos y genéricos. A modo de ejemplo, podemos mencionar la opción de actualización automática de la Política o la publicación de una leyenda en el sitio web dando cuenta de los cambios realizados, destacando que ambos medios le exigen a las personas usuarias mantenerse informadas por cuenta propia.

Respecto de la transparencia en materia de requerimientos gubernamentales y la notificación a las personas usuarias para el ejercicio de sus derechos, son pocas las empresas que han desarrollado este aspecto y aún menos las que lo han hecho en profundidad, mientras que otras ni siquiera la han contemplado.

A lo anterior se puede añadir que es prácticamente nula la evaluación de los requerimientos con el fin de determinar su correspondencia con estándares constitucionales y derechos humanos. De este modo, las autoridades públicas cuentan con un notorio margen para la discrecionalidad. De hecho, son varias las compañías que se refieren a este aspecto explicando que cumplir sin más con las solicitudes gubernamentales es parte de sus obligaciones, dando a entender que

no están facultadas para establecer requisitos que prevengan excesos. A modo de ejemplo, no siempre se menciona de manera explícita la necesidad de una orden o resolución judicial para la entrega de datos, por lo que no queda claro si la misma es oportunamente requerida.

Finalmente, en el caso de varias empresas se ve la exhibición de un compromiso con la promoción de los derechos humanos, aunque el desarrollo de este aspecto es bastante específico en algunos casos, pero muy genérico en otros. En esta línea, se identifican enunciados más bien declarativos por parte de algunas de ellas, mientras que otras han trascendido ese plano, promoviendo instancias de formación para el personal en esta materia. En cuanto a mecanismos de reclamo para reportar vulneraciones de derechos, son pocos los casos de vías específicas dirigidas a este fin. En general, las empresas ofrecen vías genéricas de reclamo, propias y/o tercerizadas.

Si se toman en consideración las diferencias a nivel estructural entre las prestatarias estudiadas, se puede concluir que aquellas con un rango operacional de mayor alcance son las que reflejan medidas más profundas y elaboradas en materia de privacidad. Esto guarda relación con las exigencias normativas de los diferentes países en los que operan estas compañías, y en particular del país en el que se asientan sus casas matrices, dado que las mismas imponen en cierta medida la suba de estándares de conducta. Uno de los exponentes más claros en este sentido es la transparencia en la prestación del servicio de las telecomunicaciones, cuyo desarrollo es mucho mayor en aquellas empresas que operan a nivel global, en contraste con las de menor escala, que se limitan a nociones declarativas en este aspecto.

Algo similar a lo referido anteriormente ocurre con la aparición de nociones de debida diligencia en materia de derechos humanos y/o conducta empresarial responsable, que son propulsados por aquellas compañías sujetas a lineamientos normativos más rigurosos, como los de la comunidad europea y norteamericana. Lo que no termina de

quedar claro es en qué medida incorporan dichas nociones las sedes locales de estos grupos empresariales, toda vez que no responden al mismo marco normativo que sus propietarias.

Como último punto, la asignación de puntajes fue una tarea integradora de diversas variables. Un factor a tener en cuenta es el marco normativo con el que hoy cuenta Argentina en materia de privacidad y datos personales. El mismo no está exento de críticas y sus posibles mejoras son en la actualidad objeto de debate en nuestro país. Por el momento, el análisis del comportamiento empresarial debe necesariamente responder, y así lo ha hecho, al contenido de dicha normativa. Esto implica, por un lado, que debe objetarse todo exceso por parte de las empresas en función de lo requerido a las personas usuarias. Y, por el otro, que si bien las recomendaciones en términos de mejoras no pueden devenir en exigencias no previstas por la ley, QDTD busca fomentar la adopción de buenas prácticas interpretando el marco normativo en favor de la protección de los datos personales.

Otra variable relevante a la hora de hacer la evaluación ha sido el trayecto individual de cada una, preservando la coherencia entre los puntajes y el cumplimiento de los parámetros, pero valorando los esfuerzos realizados y contribuyendo con recomendaciones que profundicen los recorridos ya iniciados por la compañías. En este sentido, se destacan en este informe aquellas iniciativas que dieron cuenta de un cambio de perspectiva y de posicionamiento, incluso aunque falte desarrollo para cumplir acabadamente con los parámetros de evaluación.

Asimismo, se observa que las empresas presentan diferencias estructurales. Por lo tanto, una medición objetiva implica hacer valer los parámetros preestablecidos, sin escindir dicha tarea de los actores sobre los cuales estos recaen. Y así se ha hecho, entendiendo la importancia de recurrir por momentos a una suerte de análisis

comparativo y relacional, que permitiera enmarcar los hallazgos de cada una en patrones y tendencias a nivel nacional, regional, e incluso global. Por último, cabe recordar que la construcción de un espacio para el intercambio colaborativo con las empresas de telecomunicaciones ha sido un objetivo prioritario en el desarrollo de la investigación correspondiente a QDTD, tanto en esta edición como en las de años anteriores. En este sentido, el acercamiento a ellas en instancias preliminares del relevamiento fue planteado como una instancia de diálogo en la que pudieran compartir sus impresiones acerca de la evaluación.

A su vez, es sumamente valioso para la sociedad civil conocer la experiencia particular de cada compañía e identificar los esfuerzos que realiza este sector en materia de protección de datos personales, así como los desafíos que enfrenta. Esto no solamente permite identificar el grado de conciencia que existe sobre el tema, sino también diferenciar aquellos aspectos no logrados que se relacionan con la voluntad de las empresas, de aquellos que responden a cuestiones estructurales o de recursos.

Al igual que en ediciones anteriores, se destaca la predisposición de IPLAN para generar un espacio de intercambio, en el que se compartieron los hallazgos del informe, además de conocer los aspectos en los que hoy se encuentran trabajando para mejorar. Como ya fue referido anteriormente, se celebran las mejoras introducidas por la empresa. Asimismo, se invitó a las demás compañías a aprovechar este tipo de instancias de diálogo a los fines de profundizar en la protección de datos personales como lineamiento para el desarrollo de su actividad, y de ese modo posicionar su imagen positiva frente a actuales y potenciales usuarios y usuarias.

Anexo

Como surge del Informe ¿Quién defiende tus datos? (QDTD), la investigación a cargo de la ADC, basada en el estudio Who Has Your Back? de la Electronic Frontier Foundation (EFF), se propone contribuir a la construcción de criterios y buenas prácticas que mejoren la protección de los datos personales de las personas usuarias, apostando por el trabajo colaborativo con las empresas de telecomunicaciones que recolectan y almacenan dichos datos.

Este anexo responde al compromiso asumido por la ADC de darle a las compañías analizadas la posibilidad de ofrecer su visión sobre los resultados de la investigación de QDTD. En ese marco, se destaca que Telecom Argentina (Personal) se puso a disposición para generar un espacio de intercambio sobre el contenido de esta. Cabe aclarar que esto sucedió fuera del plazo establecido para incorporar comentarios y luego de la edición final del reporte.

A partir del diálogo con Telecom se le propuso enviar un documento por escrito, recuperando los comentarios realizados por su equipo durante el encuentro. Los mismos se detallan a continuación, agrupados de acuerdo con los criterios que guiaron la investigación. A excepción de algunos ajustes de redacción para alinear este anexo con el estilo del Informe de QDTD, el siguiente apartado reproduce fielmente la información brindada por la empresa, sin que la ADC efectúe comentarios o respuestas a lo manifestado por la compañía.

1. Política de privacidad

La empresa explica que los datos personales de sus clientes y clientas son recolectados con el objeto de brindar y mejorar su oferta de servicios. Tal como se informa expresamente en la base de datos registrada, en: (i) la Agencia de Acceso a la Información Pública (AAIP), (II) la Política de privacidad y (III) los términos y condiciones generales

de los servicios y en las Condiciones Particulares de cada servicio contratado por el cliente, podrán ser utilizados para acciones promocionales de marketing propias o de terceros y/o con fines estadísticos. Según informa la empresa, todo lo anterior responde a la normativa vigente y las recomendaciones brindadas por la AAIP.

Agrega que, ante una modificación de la Política de Privacidad, la notificación a los y las titulares de los datos personales se realizará, conforme lo dispuesto en la misma, cumpliendo con la anticipación y medio fehaciente debido, como dispone para todas las modificaciones la normativa que nos regula en la materia en Argentina (art. 30 de la Resolución N°733-E/2017 del Ministerio de Modernización -Reglamento de Clientes de los Servicios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones-).

2. Informe de Transparencia

Telecom aclara que si bien se encuentra dentro de los sujetos obligados a brindar información pública (art. 7, inc. i de la Ley 27.275 de Acceso a la Información Pública), le aplica la excepción dispuesta en el Art. 8, inc. m de la misma norma, al tratarse de una sociedad anónima sujeta al régimen de oferta pública, y a los controles efectuados tanto por la Comisión Nacional de Valores (CNV) como por la Inspección General de Justicia (IGJ).

No obstante, la compañía explica que en su web institucional está disponible el Reporte Integrado Anual⁷⁹, en el que adopta los lineamientos y estándares internacionales de referencia en temas de comunicación y gestión sustentable: (I) Global Reporting Initiative (GRI)⁸⁰, (II) Pacto Mundial de Naciones Unidas⁸¹, (III) Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas⁸², (IV) Norma Internacional ISO 26.000:2010⁸³, (v) Sustainability Accounting Standards Board (SASB)⁸⁴ y (vi) Principios de Empoderamiento de las Mujeres de ONU Mujeres⁸⁵.

Añade la compañía que este Reporte Integrado cuenta con la verificación externa de los Contenidos GRI a cargo de auditores externos. Dentro del capítulo “Seguridad de la información, las personas y los activos” se hace referencia a los principios de protección de datos personales que guían a la empresa y al modo de utilización de la información recopilada, detallando las acciones internas y externas que realiza en relación a esta temática.

3. Notificación a la persona usuaria

Telecom explica que la recomendación realizada por parte de la ADC en cuanto a informar al titular del dato personal, pasado un tiempo prudencial sobre la solicitud realizada sobre éstos por parte de autoridades gubernamentales, implicaría colocar a la empresa y a sus autoridades ante potenciales denuncias por los delitos penales de desobediencia y entorpecimiento de la investigación penal. Añade que no se encuentra establecido por norma un procedimiento de notificación al titular de los datos personales en estos supuestos en los que se funda la recomendación realizada.

4. Guías para el requerimiento de información por parte de las autoridades

La empresa informa que mantiene la confidencialidad de los datos recolectados y sólo puede ser relevada de dicha obligación por ley, o resolución judicial emanada de autoridad competente, brindando a quien debidamente lo solicite, exclusivamente los datos que se encuentra obligada a resguardar conforme la normativa específica como las leyes Argentina Digital o Inteligencia Nacional, entre otras.

Agrega que los requisitos que deben cumplir las autoridades que solicitan información relacionada a sus clientes y clientas están dados por la normativa aplicable y vigente en Argentina. Asimismo, desde la empresa se han celebrado convenios de colaboración con los Ministerios Públicos Fiscales de todo el país, dejando plasmada la cláusula de confidencialidad de la información y de las investigaciones

penales, en cumplimiento con la Ley de Habeas Data. Por último, la empresa comunica que brinda capacitaciones a los fiscales a los fines de fijar buenas prácticas para los pedidos de información.

5. Políticas de promoción y defensa de los derechos humanos

Tal como lo indica en el su web institucional,⁸⁶ la empresa desaprueba toda forma de discriminación basada en el género, la edad, la orientación sexual, el origen étnico o social, la nacionalidad, el idioma, la religión, las opiniones políticas o de cualquier otra naturaleza, la pertenencia a minorías o dirigida a personas con discapacidad, y promovemos acciones que potencian miradas diversas e inclusivas.

Por otra parte, Telecom agrega que brinda atención directa a través de la casilla datospersonales@teco.com.ar a las consultas y solicitudes relacionadas con datos personales realizadas por sus clientes y clientas. La empresa explica que dicha información de comunicación se encuentra tanto dentro de la Política de Privacidad como en el QR de la AAIP publicado en la parte inferior de la web conforme lo establecido en la normativa vigente y aplicable.

Autoría

Victoria Penas

Abogada por la Universidad de Buenos Aires, con orientación en Derecho Internacional Público y Derecho Penal. Se desempeñó varios años como coordinadora de Jóvenes Voluntarios en el Centro Ana Frank Argentina, a cargo de su formación en materia de inclusión, convivencia y Derechos Humanos. Es miembro de equipos de investigación en la Facultad de Derecho (UBA). Actualmente se desempeña como asistente de proyecto en la ADC, dentro de la agenda de libertad de expresión y privacidad.

Notas

- 1 / Who Has Your Back? Government data requests 2017. (2017, julio 10). Electronic Frontier Foundation. <https://www.eff.org/pt-br/node/96732>
- 2 / Gullo, K., & Alimonti, V. (2019, octubre 16). ¿Quién defiende tus datos? Electronic Frontier Foundation. <https://www.eff.org/es/pages/quien-defiende-tus-datos>
- 3 / Home en. (2021, diciembre 2). InternetLab. <http://internetlab.org.br/en/>
- 4 / Fuentes y Jamila Venturini, P. V. (s/f). Derechos Digitales. Derechos Digitales. Recuperado el 14 de octubre de 2022, de <https://www.derechosdigitales.org/>
- 5 / Fundación Karisma. (s/f). Org.co. Recuperado el 14 de octubre de 2022, de <https://web.karisma.org.co/>
- 6 / (S/f). Eticasconsulting.com. Recuperado el 14 de octubre de 2022, de <https://www.eticasconsulting.com/eticas-foundation/>
- 7 / Home. (2018, octubre 23). R3D: Red en Defensa de los Derechos Digitales. <https://r3d.mx/>
- 8 / Gutiérrez, J. (2016). Portada. Actas teológicas, 21(1), 1. <https://doi.org/10.7770/acteo-v21n1-art453>
- 9 / Hiperderecho. (2015, noviembre 1). Hiperderecho. <https://hiperderecho.org/>
- 10 / Inicio. (2014, noviembre 23). IPANDETEC. <https://www.ipandetec.org/>
- 11 / Inicio. (2019, junio 6). Asociación por los Derechos Civiles. <https://adc.org.ar/>
- 12 / (S/f). Gob.ar. Recuperado el 21 de diciembre de 2022, de https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic_05_213B13B3593A.pdf
- 13 / Neves, N. (2019, agosto 7). OBSERVACOM. Observacom. <https://www.observacom.org/>
- 14 / Países, S., Caso, E., Serie, A., Créditos, P., & De Alvear, M. T. (s/f). ¿Hay concentración en Internet en América Latina? Observacom.org. Recuperado el 21 de diciembre de 2022, de <https://www.observacom.org/wp-content/uploads/2021/05/Concentracion-en-Argentina-2021.pdf>
- 15 / Qué es Enacom. (s/f). Gob.ar. Recuperado el 21 de diciembre de 2022, de https://www.enacom.gob.ar/que-es-enacom_p33
- 16 / Acceso a Internet · Datos Abiertos. (s/f). ENACOM. Recuperado el 21 de diciembre de 2022, de <https://datosabiertos.enacom.gob.ar/dashboards/20000/acceso-a-internet/>
- 17 / Télam-Agencia Nacional de Noticias. (2021, diciembre 25). El tráfico de internet en el país marcó un incremento del 52% anual. Télam. <https://www.telam.com.ar/notas/202112/579010- trafico-internet-argentina-informe-cabase.html>
- 18 / (S/f). Telesemana.com. Recuperado el 21 de diciembre de 2022, de <https://www.telesemana.com/blog/2021/06/24/tarifas-en-argentina-dos-nuevas-cautelares-recaen-sobre-el-dnu-690-y-la-justicia-revalido-la-que-habia-otorgado-a-telecom/>
- 19 / ADSL es una clase de tecnología que permite la conexión a Internet mediante el uso de la línea telefónica tradicional, transmitiendo la información digital de modo analógico a través del cable de pares simétricos de cobre. Dicho de otro modo: el usuario se conecta a la Red utilizando su línea telefónica, pero con banda ancha.

20 / La conexión de fibra FTTH quiere decir Fibre-to-the-Home y básicamente consiste en enlazar nuestra casa y la centralita de la operadora mediante un cable de fibra en vez del cable de cobre de teléfono tradicional.

21 / Power BI report. (s/f). Powerbi.com. Recuperado el 21 de diciembre de 2022, de <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoieGJlNzBkM2UtYzA0Yy00MjY4LWJkOWUtZjM5MmE5Njc0ZGRmliwidCI6ImUxMzMxMm12LTRkOTMtNDMyOC05NjkxLTA1ZT-c3ODNiMGVhMSIsImMiOjR9>

22 / El grupo Clarín/Telecom operó la marca Arnet, hasta marzo de 2019, cuando fue cambiada su denominación a Fibertel Lite. En octubre de 2021, el grupo anunció que las marcas Fibertel y Fibertel Lite pasarían a llamarse Personal.

23 / Economista, E. (2019, diciembre 13). Iplan anuncia expansión en Argentina: invertirá 2.000 millones en 2020. El Economista. <https://eleconomista.com.ar/negocios/iplan-anuncia-expansion-argentina-invertira-2000-millones-2020-n30347>

24 / No title. (s/f). Com.ar. Recuperado el 21 de diciembre de 2022, de <https://www.directv.com.ar/noticias/grupowerthein>

25 / Los Sistemas de Televisión Directa por Satélite, más conocidos como Sistemas DTH (Direct-To- Home), son sistemas destinados a la distribución de señales audiovisuales y datos directamente al público desde satélites geoestacionarios.

26 / Amaya, H. (2021, noviembre 25). Argentina: DirecTV acuerda con Metrotel y comienza a ofrecer Internet residencial por fibra óptica. TAVI. <https://tavitam.com/argentina-directv-acuerda-con-metrotel-y-comienza-a-ofrecer-internet-residencial-por-fibra-optica/>

27 / Los y las clientes pueden con su saldo adquirir un paquete, de datos o llamadas, por un tiempo determinado y decidir si lo renuevan o no cuando se consume o se vence el mismo.

28 / Total nacional de accesos a telefonía móvil · Datos Abiertos. (s/f). ENACOM. Recuperado el 21 de diciembre de 2022, de <https://datosabiertos.enacom.gob.ar/dataviews/241160/total-nacional-de-accesos-a-telefonia-movil/>

29 / (S/f). Telesemana.com. Recuperado el 21 de diciembre de 2022, de <https://www.telesemana.com/panorama-de-mercado/argentina/>

30 / ¿Quién defiende tus datos? 2017. (2018, marzo 1). Asociación por los Derechos Civiles. <https://adc.org.ar/2018/03/01/quien-defiende-tus-datos-2017/>

31 / ¿Quién defiende tus datos? 2019. (2020, marzo 4). Asociación por los Derechos Civiles. <https://adc.org.ar/2020/03/04/quien-defiende-tus-datos-2019/>

32 / (S/f). Gob.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2022/09/propuesta_de_anteproyecto_de_ley_vf.pdf

33 / (S/f-b). Recuperado el 17 de octubre de 2022, de [http://file:///C:/Users/Gabi/Downloads/Politica-de-Privacidad-de-Telecom-Argentina%20\(10\).pdf](http://file:///C:/Users/Gabi/Downloads/Politica-de-Privacidad-de-Telecom-Argentina%20(10).pdf)

34 / PROTECCIÓN DE LOS DATOS. (s/f). Gob.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/64790/norma.htm>

35 / (S/f-c). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de https://www.telecom.com.ar/files/Politica_de_Uso_Aceptable_de_Servicios_de_TELECOM_ARGENTINA_SA_CORP

- 36 / Ley 23. (s/f). Gob.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/20000-24999/20465/texact.htm>
- 37 / Ley 11. (s/f). Gob.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/42755/texact.htm>
- 38 / LEY DE PROTECCIÓN INTEGRAL. (s/f). Gob.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/110000-114999/110778/norma.htm>
- 39 / Accesibilidad: acceso a información para todas las personas. (s/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.personal.com.ar/accesibilidad>
- 40 / Telecentro. (s/f). Telecentro. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.telecentro.com.ar/politica-privacidad>
- 41 / Telecentro. (s/f). Telecentro. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.telecentro.com.ar/terminos>
- 42 / Política de privacidad - Movistar Argentina. (s/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.movistar.com.ar/centro-de-privacidad/politica-de-privacidad>
- 43 / Conceptos básicos - Movistar Argentina. (s/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.movistar.com.ar/centro-de-privacidad/conceptos-basicos>
- 44 / Manejo de mis datos - Movistar Argentina. (s/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.movistar.com.ar/centro-de-privacidad/manejo-de-mis-datos>
- 45 / Derechos - Privacidad y Datos Personales - Movistar Argentina. (s/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.movistar.com.ar/centro-de-privacidad/derechos>
- 46 / Seguridad y confidencialidad - Movistar Argentina. (s/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.movistar.com.ar/centro-de-privacidad/seguridad-y-confidencialidad>
- 47 / Requerimiento de autoridad competente - Movistar Argentina. (s/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.movistar.com.ar/centro-de-privacidad/requerimiento-de-autoridad-competente>
- 48 / (S/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.movistar.com.ar/legales/generales/terminos-y-condiciones-sitio-web>
- 49 / (S/f-b). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.movistar.com.ar/legales/generales/datos-personales>
- 50 / Legales - Política de uso de Cookies - Movistar Argentina. (s/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.movistar.com.ar/legales/politicas-de-privacidad/politica-de-uso-de-cookies>
- 51 / Legales - Condiciones de Acceso al Servicio de Internet - Movistar Argentina. (s/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.movistar.com.ar/legales/internet/tyc-acceso-internet>

- 52 / Informe de Transparencia en las Comunicaciones 2021. (s/f). Telefonica.com. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.telefonica.com/es/wp-content/uploads/sites/4/2021/08/Informe-de-Transparencia-en-las-Comunicaciones-2021.pdf>
- 53 / (S/f-b). Telefonica.com. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.telefonica.com/wp-content/uploads/sites/7/2021/11/modelo-gobierno-proteccion-datos.pdf>
- 54 / Informe de Gestión Consolidado 2021. (2021, abril 16). Telefónica. <https://www.telefonica.com/es/accionistas-inversores/informacion-financiera/informe-anual-integrado-de-gestion/>
- 55 / Consultas y Reclamaciones de Negocio Responsable. (2021, agosto 30). Telefónica. <https://www.telefonica.com/es/sostenibilidad-innovacion/canal-de-consultas-y-denuncias/consultas-y-reclamaciones-de-negocio-responsable/>
- 56 / (S/f-c). Superconectados.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.superconectados.ar/condiciones/>
- 57 / (S/f-d). Superconectados.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.superconectados.ar/Denuncias/>
- 58 / (S/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.directv.com.ar/politica-de-privacidad>
- 59 / (S/f-b). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.directv.com.ar/contratos-de-adhesion-ley-24-240-de-defensa-del-consumidor>
- 60 / (S/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.directv.com.ar/content/dam/public-sites/documents/conditions/ar/es/Condiciones-generales-de-contratacion--Políticas/Terminos-y-Condiciones-DIRECTV-GO.pdf>
- 61 / (S/f-b). Att.com. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://about.att.com/content/dam/csr/2019/transparency/2022/2022-February-Report-in-Spanish.pdf>
- 62 / IPLAN. (s/f). Datos Personales. Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.iplan.com.ar/datos-personales>
- 63 / Nss, S. A. (s/f). Política de Privacidad. Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de https://www.iplan.com.ar/docus/Politica_de_Privacidad.pdf
- 64 / Datos, D. E., Responsable, D., & Tratamiento, D. (s/f). Formulario Modelo para ejercer Derecho de Acceso. Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de https://www.iplan.com.ar/docus/Formulario_Modelo_para_ejercer_Derecho_de_Acceso.pdf
- 65 / (S/f-c). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de https://www.iplan.com.ar/themes/iplan_b4/pdf/Politica_de_Divulgacion_Responsable_version_final-20-8.pdf
- 66 / IPLAN. (s/f-b). Informe de Transparencia. Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.iplan.com.ar/transparencia>
- 67 / IPLAN. (s/f-c). Programa de Integridad. Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.iplan.com.ar/Programa-de-Integridad>

- 68 / De Conducta, C., & Mensaje, D. (s/f). CÓDIGO DE CONDUCTA. Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.iplan.com.ar/sites/default/files/2020-03/CODIGO%20DE%20CONDUCTA%20NOV%202019.pdf>
- 69 / FICHA DE DENUNCIA IPLAN FORMULARIO. (s/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.iplan.com.ar/sites/default/files/2020-03/FICHA%20DE%20DENUNCIA%20NOV%202019.pdf>
- 70 / Legal y regulatorio. (s/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.claro.com.ar/personas/legal-y-regulatorio>
- 71 / DEPARTAMENTO DE DATOS PERSONALES FORMULARIO ÚNICO PARA EL EJERCICIO DE DERECHOS ARCO, REVOCACIÓN DEL CONSENTIMIENTO Y/O LIMITACIÓN DE USO O DIVULGACIÓN DE DATOS PERSONALES. (s/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de https://landing.claro.com.ar/p/legales/1534949911203-Archivo.pdf?_gl=1*ctenwf*_ga*NzYyMjU4Mzk2LjE2NjMzNDMxOTc.*_ga_HJ8LP721E3*MTY2NDI5NDA5NS4zLjEuMTY2NDI5NDEwMC41NS4wLjA.
- 72 / (S/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de https://landing.claro.com.ar/p/legales/1534949766703-Archivo.pdf?_gl=1*1jt79ll*_ga*NzYyMjU4Mzk2LjE2NjMzNDMxOTc.*_ga_HJ8LP721E3*MTY2NDI5NDA5NS4zLjEuMTY2NDI5NDM4MS43LjAuMA..
- 73 / Política de uso aceptable de datos. (s/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.claro.com.ar/personas/legal-y-regulatorio/politica-uso-aceptable-datos>
- 74 / Legal y regulatorio - Política de uso justo de los servicios de Voz y SMS. (s/f). Com.ar. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.claro.com.ar/personas/legal-y-regulatorio/politica-uso-justo-servicios-voz-sms>
- 75 / (S/f). Telcel.com. Recuperado el 25 de noviembre de 2022, de <https://img1.telcel.com/amovil/reports/InformeTransparenciaComunicaciones2021.pdf>
- 76 / Portal de Denuncias AM. (s/f). Americamovil.com. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://denuncias.americamovil.com/>
- 77 / (S/f). Q4cdn.com. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de [https://s22.q4cdn.com/604986553/files/doc_downloads/governance/2022/1_Co%CC%81digo-de-E%CC%81tica-\(vigente-010321\).pdf](https://s22.q4cdn.com/604986553/files/doc_downloads/governance/2022/1_Co%CC%81digo-de-E%CC%81tica-(vigente-010321).pdf)
- 78 / De Sustentabilidad, I. (s/f). Q4cdn.com. Recuperado el 25 de noviembre de 2022, de https://s22.q4cdn.com/604986553/files/doc_downloads/sustainability/es/2022/Informe-de-Sustentabilidad-2021.pdf
- 79 / <https://institucional.telecom.com.ar/sustentabilidad/reportes>
- 80 / El documento se elabora de conformidad con la opción “Esencial” de los Estándares de GRI versión 2016 y se incluyen adicionalmente contenidos requeridos para la opción “Exhaustiva”.
- 81 / <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-lab%C3%BAqueda-de-soluciones-para-retos-globales>

82 / <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

83 / <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

84 / <https://www.sasb.org/>

85 / <https://www.pactomundial.org/noticia/sabes-como-los-principios-de-empoderamiento-de-la-mujer-weps-impulsan-la-igualdad-de-genero-en-las-empresas/>

86 / <https://institucional.telecom.com.ar/nuestro-proposito>



por los Derechos Civiles

adc.org.ar