



Comisión Federal de Comercio

Oficina de Relaciones Públicas - Comunicado de Prensa
www.ftc.gov

600 Pennsylvania Avenue, NW • Washington, D.C. 20580 • 202-326-2180 • opa@ftc.gov

DIFUSIÓN: 4 DE OCTUBRE DE 2001

EL PRESIDENTE DE LA FTC ANUNCIÓ UN ENÉRGICO PLAN A FAVOR DE LA PRIVACIDAD DE LOS CONSUMIDORES

*Los recursos para la protección de la privacidad aumentarán
en un 50%; el cumplimiento será incrementado*

“No cabe ninguna duda de que los consumidores están profundamente preocupados acerca de la privacidad de su información personal... de qué manera se está utilizando... y quiénes la están utilizando,” con estas palabras, el Presidente de la Comisión Federal de Comercio, Timothy J. Muris destacaba hoy, ante la Conferencia sobre Privacidad 2001 en Cleveland, Ohio, el nuevo plan de privacidad de la FTC al mismo tiempo que anunciaba el incremento del 50% de los recursos que se destinarán a la protección de la privacidad.

El Sr. Muris comenzó su presentación rindiendo homenaje a los hombres y mujeres víctimas de los trágicos eventos del 11 de septiembre. Estos ataques terroristas, dijo, han remarcado la preocupación de los consumidores acerca de su seguridad, como asimismo puesto en evidencia el hecho de que una de las más importantes tareas del gobierno es la de proteger a sus ciudadanos”. El Sr. Muris dijo que, aunque los temas de seguridad y defensa nacional se encuentran fuera de la esfera de la Comisión, la agencia hará todo lo que esté a su alcance para proteger, ya sea en línea o fuera de línea, la privacidad de los consumidores en el terreno comercial.

Muris presentó un detalle del plan de aplicación de la FTC, el citado plan fue desarrollado durante los últimos cuatro meses a través de reuniones con funcionarios de la agencia, consumidores, representantes de la industria y de asociaciones comerciales. Dicho plan involucrará a “cada división de la Oficina de Protección al Consumidor e incrementará sustancialmente los recursos destinados a temas vinculados a la confidencialidad.” La privacidad, dijo, se ha convertido en parte importante y central de la misión de protección al consumidor de la FTC, y, continuó exponiendo, las diferentes perspectivas obtenidas de las reuniones con el personal de la agencia y los consumidores, la industria y las asociaciones comerciales han permitido a la FTC ofrecer “una respuesta al pueblo americano [y] . . . asegurar a los consumidores que las promesas de privacidad serán cumplidas.”

Dijo asimismo, el Presidente Sr. Muris, que, en su calidad agencia líder en la protección al consumidor, se llevará a cabo el nuevo plan de privacidad que contendrá las siguientes leyes de aplicación e iniciativas de educación:

- Elaboración de un listado de “números para no llamar”;
- Vigilancia estricta para evitar el correo electrónico basura (spam);
- Ayuda a las víctimas de identidad robada;
- Poner fin a los pretextos;
- Alentar la exactitud en los informes de crédito en concordancia con la Ley de Informe Imparcial de Crédito (FCRA);
- Hacer cumplir las promesas de confidencialidad;
- Aumentar el cumplimiento y extensión a la Privacidad de los niños en línea;
- Implementar un seguimiento a los reclamos de los consumidores;
- Hacer cumplir las regulaciones de ventas telefónicas;
- Restringir la utilización de información obtenida en pre-adquisición;
- Aplicar la Ley Gramm-Leach-Bliley (GLB); y
- Llevar a cabo seminarios de la Comisión sobre temas relacionados a la privacidad.

Acerca de una posible legislación concerniente a la privacidad en Internet o fuera de línea, el Presidente dijo que aún cuando existen “claros y buenos argumentos para tal legislación” como el establecimiento de un grupo de leyes acerca de cómo se recaba la información personal y cómo es utilizada, “es muy pronto aún para llegar a la conclusión de que podemos elaborar legislación funcional para la realización de esos objetivos.” Haciendo referencia la ley de privacidad GLB dijo el Sr. Muris “debemos al menos procesar la experiencia antes de seguir adelante.”

“Aplicaremos vigorosamente las leyes con las que contamos, utilizando al máximo los recursos de la FTC” dijo el Presidente, para finalizar su exposición diciendo: “ Terminaremos con aquellas prácticas que puedan dañar al consumidor utilizando nuestro arsenal de herramientas... con el objeto de aplicar nuestro enérgico plan elaborado en función de las reales preocupaciones sobre la privacidad.”

La copia de la exposición del Presidente como asimismo un resumen de los puntos más importantes del Plan de Privacidad se encuentran disponibles en el Sitio Web de la FTC (vínculo desde el Comunicado de Prensa): www.ftc.gov.

La Comisión Federal de Comercio trabaja a favor del consumidor para la prevención de prácticas comerciales fraudulentas, engañosas y desleales dentro del mercado y proporciona información al consumidor que le sea de utilidad para evitar las dichas prácticas. Para presentar un reclamo o recibir información gratuita sobre más de 150 temas de interés del consumidor, llame sin cargo al 1-877-FTC-HELP (1-877-382-4357), o utilice el formulario de reclamo disponible en **<http://www.ftc.gov>**. La FTC ingresa los datos de los reclamos referidos a prácticas deshonestas ya sea vía Internet, telemarketing, robo de identidad a una segura Base de Datos en línea llamada Centinela del Consumidor, dicha Base de Datos está a disposición de cientos de agencias civiles y de vigilancia de cumplimiento de la ley dentro y fuera de los Estados Unidos.

###

CONTACTOS CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Cathy MacFarlane
Oficina de Relaciones Públicas
202-326-2180 o 202-326-3657

-0-

Mitchell J. Katz
Oficina de Relaciones Públicas
202-326-2161