



## **Comentarios de la Fundación Wikimedia y Wikimedia México acerca del Anteproyecto de Lineamientos para la gestión de tráfico y administración de red a que deberán sujetarse los concesionarios y autorizados que presten el servicio de acceso a Internet**

3 de Marzo de 2020

La Fundación Wikimedia y Wikimedia México agradecen al Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) la posibilidad de presentar estos comentarios acerca del *Anteproyecto de Lineamientos para la gestión de tráfico y administración de red a que deberán sujetarse los concesionarios y autorizados que presten el servicio de acceso a Internet*. Como organizaciones cuyas misiones requieren que las personas en todo el mundo tengan acceso a Internet en forma fiable e imparcial, reconocemos los avances del Instituto en relación con este importante asunto. Sin embargo, nos preocupan enormemente algunas cuestiones con respecto a algunos puntos del anteproyecto de lineamientos que podrían socavar los objetivos ya expuestos de promover la libertad de elección, proteger la transparencia y la misión clave de prevenir la discriminación.

### **Antecedentes**

La Fundación Wikimedia es una organización internacional sin fines de lucro que aloja y brinda soporte a una gran cantidad de recursos educativos e informativos, incluida Wikipedia, que son libres y gratuitos. Su misión es empoderar y alentar a personas en todo el mundo para que recopilen y creen contenido educativo bajo una licencia libre o en el dominio público, y que lo difundan de manera efectiva y global. Wikimedia México, por su parte, es una asociación civil sin fines de lucro y es un capítulo independiente de la Fundación Wikimedia en México. Su propósito es difundir y promover los proyectos de la Fundación y de Wikipedia en México.

Wikipedia, Wikimedia Commons y todos los proyectos de Wikimedia se ofrecen al público en forma gratuita. Estos proyectos no están patrocinados por publicidad y dependen únicamente de

*Imagina un mundo en el que cada ser humano pueda compartir libremente en pos del conocimiento.*

wikimediafoundation.org · 1 Montgomery St, Suite 1600, San Francisco CA 94104 · 1-415-839-6885

las donaciones, tanto del dinero como del tiempo y del trabajo de los voluntarios que se dedican a crear el contenido que el mundo puede ver en nuestros sitios web. Por ejemplo, Wikipedia en español recibe 170 millones de visitantes individuales por año, que leen alguno de los 1.6 millones de artículos disponibles.<sup>1</sup> Más de 16 000 editores, que editan los contenidos del sitio cada cuatro segundos, crean esos artículos y revisiones, y comparten sus conocimientos con el resto del mundo.<sup>2</sup> No hay un comité central de redacción para los contenidos que se publican en Wikipedia: cualquier persona que tenga acceso a Internet puede editarlos. La naturaleza abierta de este proceso de escritura y revisión permite democratizar el conocimiento, y eso da como resultado un intercambio de conocimientos con una precisión sorprendente.

Wikipedia y los proyectos Wikimedia dependen de que miles de editores y millones de lectores puedan ingresar al mismo sitio web, y que puedan comunicarse entre sí. Cada uno de los usuarios depende de un proveedor de servicio de Internet (PSI) para ingresar a ese mismo sitio.

Esa dependencia coloca al PSI en una posición de mucho poder: tiene la capacidad de controlar el acceso de los usuarios a los diferentes sitios web. Para eso, puede asignarle mayor prioridad a determinados sitios o tipos de comunicación, o bloquear completamente el tráfico a otros. Si bien este poder puede utilizarse con objetivos legítimos de seguridad de redes y gestión de tráfico, también puede ser usado fácilmente para favorecer intereses comerciales del PSI en detrimento de otros grupos y competidores. Por desgracia, la línea que separa la gestión legítima de las prácticas abusivas de competencia desleal suele ser difusa, y eso les permite a los PSI establecer, en forma deliberada o accidental, políticas discriminatorias amparados en la autoridad conferida para la gestión legítima del tráfico.

Dado que los proyectos de Wikipedia no son financiados por publicidad y debido a que la fundación sin fines de lucro no les paga a los PSI o a las compañías de telecomunicaciones por posicionamiento preferencial, las políticas que crean incentivos para que los PSI favorezcan el tráfico de determinados proveedores de contenidos por sobre otros generará desventajas para nuestros

---

<sup>1</sup> <https://es.wikipedia.org/wiki/Especial:Estad%C3%ADsticas>;  
<https://stats.wikimedia.org/#/es.wikipedia.org>.

<sup>2</sup>*Id.*

sitios y usuarios, tanto cuando intenten compartir sus conocimientos como cuando quieran aprender de otros.

### **Permisos demasiado amplios para gestión de tráfico**

Al comienzo del capítulo II del anteproyecto de lineamientos se establece que las políticas para la gestión de tráfico y administración de redes están justificadas si aseguran la calidad y la velocidad, preservan la integridad de las redes y la seguridad, y si promueven la innovación empresarial. Ese principio podría funcionar como una declaración de interés general, pero sus disposiciones son tan imprecisas que podrían alentar prácticas que, en efecto, violen los principios de imparcialidad y neutralidad de la red.

Los PSI tienen una tendencia natural a asegurar la calidad y la velocidad y, en líneas generales, sus intereses están alineados, en gran medida, con los de sus clientes. Sin embargo, las prácticas de gestión del tráfico que permiten a determinadas aplicaciones y servicios mantener un servicio de alta calidad mediante la degradación de otras ofertas incentiva a los PSI a invertir menos en infraestructura, con lo cual brindan calidad constante solo a los servicios más rentables o populares.

Además, las mismas definiciones y aplicaciones de calidad de servicio pueden esconder conductas discriminatorias. Por ejemplo, aunque la mayoría de los usuarios reconociera que ciertos tipos de aplicaciones en línea, como las videoconferencias, son más proclives que otras a sufrir latencias, (como la descarga de archivos pesados o streaming de películas) los PSI pueden establecer categorías de calidad de servicio que, en apariencia, sean neutrales, pero que aun así discriminan a la competencia. Si un PSI clasifica todos los servicios de video con un nivel de prioridad más alto podría estar discriminando a las aplicaciones de videoconferencia que compiten con los servicios de telecomunicación de voz tradicionales o cualquier servicio de videotelefonía. Al incluir los servicios del competidor en el mismo nivel de prioridad que los streamings de películas y diversos servicios audiovisuales, el PSI podría aumentar la congestión para el competidor que tiende a sufrir latencias, mientras ofrece sus propios servicios en forma independiente, ya sea a través de la forma telefónica

tradicional o como un servicio aparte con ancho de banda dedicado.<sup>3</sup> Se deben establecer reglas efectivas para evitar prácticas de este tipo, con criterios claros que aseguren que la calidad y la velocidad no pueden dar cabida a prácticas que conduzcan a resultados discriminatorios.

En cuanto al tercer criterio que se señala en el artículo 4, la «innovación empresarial» es un término que tiene una interpretación tan amplia que abarca casi cualquier práctica. Eso puede incluir aquellas que perjudican a los consumidores y violan los derechos humanos. Si bien la innovación es un objetivo loable, por sí sola no puede justificar que se lleven a cabo prácticas que, de otra forma, estarían prohibidas. Por ejemplo, la discriminación de precios suele ser una forma de innovación empresarial que puede prevenir las ineficiencias económicas, pero si se realizara teniendo en cuenta etnicidad, género, religión o alguna otra categoría sería ilegal en la mayoría de casos. De la misma manera, no debería permitirse la discriminación de precios que resulte en prácticas de competencia desleal o que interfiera con la privacidad y los derechos de expresión de los usuarios. La «innovación empresarial» puede utilizarse para incluir prácticas que únicamente representen a empresas alineadas, como un determinado proveedor de servicio de Internet o un proveedor de aplicaciones aliado. En esos casos, la única innovación suele reflejarse en las prácticas comerciales que benefician solo a esas partes y no a los consumidores finales, la eficiencia del mercado y el interés público.

A menudo, las prácticas comerciales rentables pero no equitativas son justificadas por el aumento potencial de inversión en infraestructura, y se basan en la mera afirmación de que el aumento de ingresos que vea un PSI gracias a la discriminación de precios naturalmente resultará en mayor inversión. Sin embargo, existe muy poca evidencia que respalde esa afirmación.<sup>4</sup> Sobre todo en aquellos lugares en los que los consumidores tienen una cantidad limitada de opciones para elegir, en los que los costos para cambiar de proveedor son altos o en los que la competencia es ínfima, y

---

<sup>3</sup>No se debe permitir que los PSI eludan los controles sobre prácticas de competencia desleal en Internet justamente porque participan en una competencia intermodal. Un PSI no debería poder diferenciar una aplicación de voz en Internet para favorecer sus propias ofertas de servicios de voz tradicionales, incluso si estos últimos no se consideran un «servicio especializado».

<sup>4</sup> Consultar, por ejemplo, Jon Brodtkin, “Title II hasn’t hurt network investment, according to the ISPs themselves”, *Ars Technica*, 16 de mayo de 2017, <https://arstechnica.com/information-technology/2017/05/title-ii-hasnt-hurt-network-investment-according-to-the-isps-themselves/>; Karl Bode, “AT&T, Comcast Dramatically Cut Network Spending Despite Net Neutrality Repeal”, *Techdirt*, 30 de septiembre de 2019, <https://www.techdirt.com/articles/20200129/06135343820/att-comcast-dramatically-cut-network-spending-despite-net-neutrality-repeal.shtml>.

todos pueden llevar adelante acciones similares, los PSI pueden verse fácilmente incentivados a gastar sus ingresos obtenidos mediante priorización pagada u otras prácticas discriminatorias en otras cosas distintas a la costosa infraestructura (tales como marketing, promociones cruzadas o la recompra de acciones) o simplemente guardar esas ganancias como reserva.

Asimismo, los PSI podrían verse tentados a culpar a los contenidos, servicios y aplicaciones disponibles más populares por la congestión. Sin embargo, eso no debería colocar a los PSI o a los organismos reguladores en la posición de ejercer efectivamente un control central de precios para los contenidos en línea. Si los usuarios finales muestran una alta demanda para determinados sitios o aplicaciones, no deberían ser castigados con precios más altos por expresar sus intereses. Al permitir que un PSI establezca el precio según contenidos o servicios, se le otorga el poder de decidir las condiciones para participar en el mercado digital, algo que es, en sí mismo, un problema para el libre comercio, pero además crea claros incentivos para discriminar. Si bien la fijación de precios diferenciales podría generar nuevas oportunidades comerciales para un PSI, estas también tienen un costo real para todos los demás participantes en el mercado.

Por lo tanto, el artículo 3 debería ser más claro al asegurar que las amplias definiciones de «innovación empresarial» y «calidad de servicio» no puedan utilizarse como pretexto o justificación para llevar a cabo prácticas que afecten en forma despareja a los competidores o que deterioren o bloqueen injustamente el acceso a contenido, aplicaciones o servicios.

### **El permiso para bloquear y restringir: impreciso y demasiado amplio**

La interpretación del artículo 5 podría prestarse a tal punto que permita la degradación, la restricción y el bloqueo de casi cualquier tipo de servicio bajo determinadas condiciones enumeradas. Por desgracia, al menos dos de esas condiciones son imprecisas y demasiado amplias, con lo cual permiten el bloqueo, la restricción y la degradación del tráfico en demasiados contextos.

El artículo 5.IV permite el bloqueo, la restricción o la degradación del tráfico «a petición expresa de autoridad competente». Sin embargo, el anteproyecto de lineamientos no especifica quiénes son las autoridades competentes, con lo cual deja abierta la posibilidad de que una gran variedad de entidades y agencias presenten solicitudes que podrían no cumplir con las condiciones

básicas del debido proceso. Los PSI no deberían tener que establecer la forma de verificar la identidad de un oficial de policía local o decidir si ese oficial es una autoridad competente o no para solicitar el bloqueo de algún tipo de tráfico en línea. Los usuarios de la red tampoco deberían estar sujetos a esa incertidumbre con respecto a la fiabilidad de los servicios.

Luego, según el artículo 5.V, se permite el bloqueo, la restricción y otras degradaciones del tráfico «a petición expresa del usuario final». Si bien los consumidores tienen la capacidad de solicitar ciertos tipos de restricciones, como el control parental, esa frase tan amplia y general podría habilitar a los PSI a llevar adelante prácticas discriminatorias amparándose en la elección del consumidor.

Habitualmente, los servicios en línea solicitan el consentimiento de los consumidores de maneras engañosas, confusas o coercitivas, también conocidas como «patrones oscuros».<sup>5</sup> Los consumidores son frecuentemente bombardeados con solicitudes de permiso de diferentes proveedores.<sup>6</sup> En general, esas solicitudes están diseñadas específicamente para interrumpir a los usuarios en momentos clave de su interacción, con lo cual limitan la cantidad de tiempo que tienen para evaluar la elección que se les presenta. A menudo, esas opciones se presentan en lenguaje técnico o jerga de marketing, y están diseñadas para que el usuario no pueda terminar sus tareas a menos que acepte los términos y condiciones. Además, las «elecciones» que se suelen presentar a los consumidores están configuradas en forma predeterminada para favorecer un tipo particular de resultado, es así que, técnicamente, se les brinda a los consumidores la oportunidad de cambiar la configuración predeterminada, pero permite que aquellos que no examinen con atención el proceso de registro la mantengan así. Otra forma de coerción se puede encontrar en el tipo de servicios que se ofrecen. Un proveedor de comunicaciones podría ofrecer un servicio especializado o diferenciado

---

<sup>5</sup> Consultar, por ejemplo, Mathur, Acar, *et al.*, “Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites”, Proc. ACM Hum.-Comput. Interact. 3, CSCW, artículo 81 (noviembre de 2019), <https://webtransparency.cs.princeton.edu/dark-patterns/>; “The Illusion of choice and the need for default privacy protection”, Mozilla, 22 de octubre de 2019, <https://blog.mozilla.org/press/2019/10/the-illusion-of-choice-and-the-need-for-default-privacy-protection/>; Nouwens, Liccardi, *et al.*, “Dark Patterns after the GDPR: Scraping Consent Pop-ups and Demonstrating their Influence”, <https://webtransparency.cs.princeton.edu/dark-patterns/>.

<sup>6</sup> Cf. Aleecia M. MacDonald y Lorrie Faith Cranor, “The Cost of Reading Privacy Policies”, *I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society*, 2008 Privacy Year in Review issue, *dPSionible en* [https://kb.osu.edu/bitstream/handle/1811/72839/ISJLP\\_V4N3\\_543.pdf](https://kb.osu.edu/bitstream/handle/1811/72839/ISJLP_V4N3_543.pdf) (se concluye que si el residente promedio de los Estados Unidos leyera cada declaración de confidencialidad que se le presentara, la pérdida de tiempo resultante le costaría a los Estados Unidos aproximadamente USD 781 mil millones por año).

como la única opción posible, o la única opción financieramente viable para tener acceso y, para evitar las restricciones que se mencionan en el anteproyecto de lineamientos, simplemente evitaría promocionarlo como «servicio de acceso de Internet» y lo llamaría «acceso digital» u otro término novedoso de marketing.

Un PSI interesado en alentar la elección de su paquete de priorización predilecto podría presentar las opciones en alguna de esas maneras para forzar al consumidor a aceptarlo. Por lo tanto, las reglas deberían solicitar explícitamente que los usuarios pidan el bloqueo o degradación por un interés propio verdadero y no que sea algo que se les imponga a través de la letra chica, configuraciones predeterminadas de inclusión o exclusión voluntaria, o esquemas de precios coercitivos.

Por último, en el artículo 5 del anteproyecto de lineamientos se requiere que los PSI proporcionen las herramientas y el apoyo necesarios para que los consumidores bloqueen aplicaciones, servicios o contenido en forma permanente. También se les debería solicitar que permitan a los consumidores restaurar esas aplicaciones, servicios o contenidos con la misma facilidad con la que pueden bloquearlos. Si a los consumidores solo se les presenta una única opción, no están eligiendo de un conjunto de opciones libres y abiertas.

Por eso, el anteproyecto de lineamientos debería acotar las razones permitidas para el bloqueo o la restricción, y debería prohibir las estrategias que se basan en el engaño, la coerción o la falta de interés del consumidor para obtener el consentimiento. Ese tipo de prácticas se contradicen con los objetivos establecidos en el artículo 4 del anteproyecto de lineamientos, así como también con los artículos 145 y 146 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión Federal (LFTR).

### **La priorización pagada**

Quizá los problemas más relevantes del anteproyecto de lineamientos tengan que ver con el lenguaje en torno de los servicios diferenciados y especializados. Queremos hacer manifiestas nuestras profundas preocupaciones sobre esas secciones del anteproyecto de lineamientos, ya que parecieran permitir la priorización pagada de contenido, aplicaciones o servicios. La priorización

pagada probablemente sea el ejemplo por excelencia de la violación de neutralidad de la red, ya que es mucho más viable en términos comerciales para un PSI que simplemente bloquear o desfavorecer cierto contenido.

Al permitirse los contenidos patrocinados, se reduce de manera efectiva el alcance del acceso al contenido digital, y eso va en detrimento de los beneficios de una Internet libre y abierta. Los usuarios de Internet se benefician no solo del contenido que ofrecen las grandes corporaciones, sino también de proyectos sin fines de lucro y sus usuarios individuales. Wikipedia es un claro ejemplo de un proveedor de contenidos sin fines de lucro que fácilmente puede verse desplazado de una experiencia en línea en la que solo los mejores postores llegan al público.

La solicitud de que los planes de contenido patrocinado se ofrezcan a todos bajo los mismos términos no alcanza para resolver la naturaleza de competencia desleal en este tipo de acuerdos. Parte de la libertad de expresión que permite Internet se encuentra en la capacidad que tienen tanto ricos como pobres de comunicarse con otros en línea. Un plan de datos patrocinados que limite el acceso de aquellos usuarios con restricciones financieras solo a los contenidos de los proveedores con mayor poder de negociación — que suelen ser quienes más dinero tienen — dejaría a proyectos libres como Wikipedia fuera del alcance de aquellos que se podrían beneficiar de ese tipo de recursos gratuitos en línea. Incluso si un PSI ofreciera a cada potencial proveedor de contenido la misma tarifa para planes de datos patrocinados, necesariamente excluiría del nivel de usuarios finales a ciertos proveedores de contenido (incluidos los creadores individuales, las pequeñas empresas y las organizaciones sin fines de lucro) que no pueden costear esas cuotas. Esto dejaría a los proveedores de contenido con un mercado más reducido y a los usuarios de tales servicios con un universo en línea empobrecido.

El requerimiento del artículo 8, según el cual los PSI no pueden utilizar el concepto de servicios especializados para solicitar el pago por condiciones de tráfico estándar, es un intento válido por anticiparse a una evasión de las reglas de competencia. Sin embargo, no se definen las «condiciones estándar» y, por lo tanto, no se explica cómo los PSI podrían distribuir el ancho de banda entre los servicios reales de Internet y los servicios especializados. Si las promesas de utilizar los ingresos para financiar infraestructura adicional fueran ciertas, un proveedor que ofreciera un



sistema de servicios especializados, incluso con los requerimientos establecidos en el artículo 8, tendría pocos incentivos para distribuir el ancho de banda de su infraestructura mejorada para proveer un servicio de Internet abierto. En cambio, el PSI podría fijar el ancho de banda para una Internet abierta y competitiva en una velocidad que considere estándar para las expectativas de 2020, mientras mejora la velocidad para servicios menos abiertos. Como resultado, las demandas de mayor ancho de banda solo podrían ser satisfechas con aumento de ancho de banda para servicios especializados, perjudicando a la Internet abierta. Si bien este tipo de prácticas podrían ser innovadoras para los flujos de ganancias de un PSI, probablemente disminuirían y limitarían la innovación en aplicaciones o servicios que no pertenecen al PSI, que no están asociados o no han firmado un acuerdo con él.

Otros servicios especializados, como la oferta de redes de distribución de contenido y las redes privadas virtuales (CDN y VPN, según sus siglas en inglés respectivamente) son menos proclives a generar una degradación en el tráfico de otros usuarios. Aun así, es posible que los PSI que ofrecen este tipo de servicios puedan favorecer a sus propias redes al llevar a cabo acciones de competencia desleal contra otras partes distintas de los usuarios finales. Por ejemplo, incluso si un PSI ofreciera un servicio de VPN o CDN a todos los clientes al mismo precio, podría utilizar su posición en el mercado para emprender una práctica de fijación de precios agresiva que debilitaría a aquellos que ofrecen esos servicios, pero que no son proveedores de servicio de Internet.

Tal como sucede cuando se les permite a los consumidores «elegir» bloquear o restringir, no se puede afirmar que están aceptando contratos de ofertas de tarifa cero cuando sus opciones son limitadas. Es posible que los consumidores que tienen un poder de compra limitado no tengan más opción que aceptar planes de datos patrocinados, y esa elección puede ser forzada si los PSI promocionan más ese tipo de planes al limitar las opciones de planes para elegir, al aumentar los precios relativos generales o, de manera coercitiva, al reclamar «consentimiento» utilizando patrones oscuros para manipular la actividad de los consumidores.

Por más que el anteproyecto de lineamientos intente contener las prácticas de competencia desleal asociadas a los servicios especializados y diferenciados, sus disposiciones siguen permitiendo que los PSI se beneficien injustamente de su rol de cadeneros en un mercado bilateral. Esto es así,

en gran parte, porque permitir la priorización pagada dentro del marco de los servicios especializados y diferenciados no concuerda con la naturaleza de los objetivos de los artículos 145 y 146 de la LFTR que demandan libertad de elección, no discriminación y libre competencia.

### **Los acuerdos de exclusividad**

En el Documento de Preguntas Abiertas, se piden comentarios sobre las ventajas y desventajas de los acuerdos de exclusividad. La exclusividad de contenidos es contraria a la neutralidad de la red y limita la libre elección del consumidor. Una cuestión básica es que los acuerdos comerciales que impiden que los clientes de un servicio de comunicaciones puedan acceder a determinados tipos de contenidos son, por su naturaleza, contrarios a la libertad del consumidor y a la libre elección.

La guía de la Comisión Federal de Comercio citada por el IFT para respaldar la idea de que los acuerdos exclusivos no son *per se* competencia desleal no incluye específicamente casos en los que la compañía que utiliza los contratos de exclusividad sea un monopolio.<sup>7</sup> De hecho, desde la dirección de la Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en inglés) se exige un análisis más exhaustivo cuando una de las compañías que celebra el acuerdo es un monopolio. Incluso al margen de la concentración en el mercado de provisión de acceso a Internet, el PSI es, por naturaleza, monopólico con respecto al acceso de cualquier usuario: la naturaleza bilateral del mercado es notablemente diferente al sencillo ejemplo que puso la FTC. La exclusividad respecto al contenido es mucho más complicada debido a que se suele lidiar con contenidos protegidos por el derecho de autor. En este caso, el proveedor del contenido protegido por el derecho de autor también conforma un tipo de monopolio, dado que la ley de derechos de autor otorga a los titulares de los derechos, a propósito, la exclusividad de uso sobre sus obras y la capacidad de hacer cumplir posteriores usos exclusivos mediante sus licencias.

---

<sup>7</sup> Comisión Federal de Comercio, Acuerdos exclusivos de suministro o compra, <https://www.ftc.gov/tips-advice/competition-guidance/guide-antitrust-laws/single-firm-conduct/exclusiv-e-supply-or> (“Sin embargo, cuando una compañía que utiliza contratos exclusivos es un monopolio, el foco se traslada a observar si esos contratos anulan los esfuerzos de compañías nuevas por irrumpir en el mercado o de compañías pequeñas ya existentes por expandir su presencia. El monopolio podría intentar impedir el ingreso o la expansión de nuevos competidores porque debilitarían su posición en el mercado. Las leyes antimonopolio condenan determinadas acciones que mantienen a los rivales fuera del mercado o que evitan que nuevos productos lleguen a los consumidores»).

Los acuerdos exclusivos proporcionan muy pocos incentivos para la innovación en el contenido; con mayor frecuencia son utilizados para empujar a los consumidores a elegir un proveedor cuyo servicio no podría competir de otra forma en precio o calidad de tráfico. De esta manera, se suelen generar desincentivos para la inversión en infraestructura, a la vez que se obliga a los consumidores a realizar concesiones deficientes, que de otra forma no tendrían que enfrentar.

Así, las justificaciones que se ofrecen frecuentemente para los acuerdos exclusivos no consiguen superar el hecho inicial de que representan una restricción para el acceso a contenidos y son, en principio, discriminatorias hacia los contenidos.

### **La transparencia debería incluir la divulgación pública**

El anteproyecto de lineamientos incluye varias disposiciones en cuanto a la transparencia. Sin embargo, estos requisitos deberían solicitar la divulgación específica de servicios diferenciados y especializados antes de que se ofrezcan, y esas descripciones detalladas deberían publicarse abiertamente.

Por ejemplo, los informes solicitados en el artículo 11 y los acuerdos comerciales mencionados en el artículo 12 deberían estar disponibles para el público en sus sitios web, para que tanto los consumidores como los proveedores de contenido y aplicaciones puedan entender exactamente de qué manera sus servicios y el tráfico se verán afectados con los diferentes planes, y para comprender la naturaleza de los acuerdos que motivan esas elecciones. Esa transparencia brinda protección adicional frente a prácticas de competencia desleal. Además, los informes publicados que se solicitan en el artículo 11 deberían actualizarse a medida que se modifican, en lugar de cada tres meses.

Asimismo, el código de políticas de gestión de tráfico que se requiere en el artículo 13 debe ser lo suficientemente detallado como para permitir que cada parte del mercado bilateral (por ejemplo, consumidores y proveedores de contenido) determine, con certeza razonable, la manera en la que su tráfico se verá afectado bajo ciertas condiciones de la red.

El requisito de que en los lineamientos se incluyan recomendaciones sobre la protección de la privacidad para los usuarios finales podría prestarse a confusiones. Si el objetivo de los

lineamientos es describir los métodos de gestión de redes y tráfico, aconsejar a los consumidores acerca de la privacidad y la integridad de la red parece no venir al caso. En cambio, un requisito de ese tipo puede utilizarse para trasladar la responsabilidad de los PSI de proteger la privacidad y la seguridad de los consumidores hacia los usuarios, que están menos preparados para asegurar redes que, por necesidad, transportan su información personal.

Además, al margen de las revisiones periódicas de los lineamientos que realiza el Instituto, este debería proponer un proceso para realizar revisiones de los lineamientos a pedido de los miembros del público, para tener en cuenta las disputas que surjan por fuera del ciclo de tres años.

Por último, notamos que, según el artículo 9 del anteproyecto de lineamientos, se solicita que los PSI fomenten el desarrollo de programas de inversión que tengan el objetivo de mejorar la infraestructura con los ingresos generados por la prestación de servicios diferenciados y especializados. Si la lógica para ofrecer estos servicios es, en efecto, aumentar el desarrollo de infraestructura, los informes de transparencia deberían incluir un informe contable detallado de los ingresos derivados de estos servicios, y de la cantidad y tipos específicos de inversiones en infraestructura que posteriormente hayan realizado.

## **Conclusión**

La Fundación Wikimedia y Wikimedia México instan al Instituto a asegurarse de que sus normas cumplan con los requerimientos reglamentarios de los artículos 145 y 146 de la LFTR, que previenen la discriminación al permitir a los consumidores la libertad de elección, la libre competencia entre los proveedores de contenido, y que permiten que Internet sea el conducto de la libertad de expresión que promete ser. Para eso, las reglas deben reducir o eliminar varias excepciones, promover efectivamente (y no solo por escrito) la elección del consumidor, incrementar los mecanismos de transparencia y prohibir la priorización pagada.