

Por qué y cómo puedes ser censurado en las redes sociales

El Ciudadano · 3 de mayo de 2016

El abanderamiento, la desnudez, falsas identidades, entre otras variantes son castigadas arbitrariamente por las políticas internas de cada sitio web y van en directo deterioro de la libertad de expresión.





Las plataformas de medios sociales como Facebook y Twitter juegan un papel cada vez más importante en nuestras vidas, pero un nuevo estudio acerca de la censura online ha puesto de manifiesto una serie de tendencias en desarrollo con respecto a cómo las plataformas de medios sociales están tratando de regular los discursos de sus usuarios.

Aunque la mayoría de los lectores, probablemente, han tenido la suerte de evadir la censura de Facebook, otros pueden tener amigos que han sido expulsados de la red social por períodos determinados por ‘violación de las normas de la comunidad’.

«Algunos incluso pueden haber tenido sus cuentas de Facebook y se las cerraron de forma permanente debido a las la política del sitio», po no usar sus nombres reales. Otros han recibido ‘mensajes marcados’, quitar contenidos con desnudos u otros contenidos supuestamente ofensivos.

«UNFRIENDING CENSOSHIP»es un nuevo informe se basa en datos recogidos de los usuarios entre seis sitios de redes sociales, desde noviembre de 2015 hasta marzo del 2016. El estudio efectuado por Onlinecensorship.org, fue una colaboración de esfuerzo entre la Electronic Frontier Foundation (EFF) y Visualizing Impact. Ambas organizaciones pidieron a los usuarios que presentaran

informes cuando se les notificó que su contenido o sus cuentas fueron retirados de Flickr, Facebook, Twitter, Google+, Instagram y YouTube.



«Las suspensiones de cuentas, es la forma más rigurosa de la moderación. Son el tipo más frecuente para bajar contenido en nuestro conjunto de datos», señala el informe.

Después de analizar los datos recogidos que fueron clasificados por áreas geográficas, plataformas, tipos de contenido y emisión, el análisis reveló una serie de tendencias en la censura de los medios de comunicación social. Éstos son algunos aspectos destacados de la información recopilada de 161 presentaciones en 26 países, con un contenido en 11 idiomas:

– **Facebook:** fue la plataforma en que, con mayor frecuencia, se suspendían más cuentas debido al tipo de contenido. La desnudez y la falsa identidad fueron los motivos más habitualmente dados para la eliminación de contenido en Facebook. De los 119 informes recibidos de los usuarios de Facebook, al 13% se le había pedido probar su identidad a Facebook producto de su política de nombres.

- **Instagram:** los usuarios tendieron a informar «contenido inapropiado» como razón para bajar contenido.
- **Twitter:** las censuras estaban ligadas al abuso, acoso, fraude y al spam dirigido.
- **YouTube:** casi la mitad de las presentaciones bajadas son por violaciones a derechos de autor. Se informó que el 53% de los usuarios no apeló porque su contenido fuera bajado, el 50% dijo que no sabía cómo y el 41,9% aclaró que no esperaban una respuesta. En cuatro casos se restauró el contenido, pero en 50 casos el usuario no ha recibido una respuesta. Hubo informes generalizados que el abanderamiento se está siendo censurado y el 61,6% de los usuarios cree que ésta fue la causa de la eliminación de su contenido.

«El contenido fotográfico de Wikipedia acerca de la anatomía humana, que muestra un desnudo frontal de un hombre y una mujer, está en contra de las directrices de Facebook acerca de la desnudez», se lee en un caso del estudio.

Aunque se utilizaron medidas para ayudar a verificar los informes y a los usuarios se les dio la oportunidad de enviar capturas de pantalla para apoyar sus demandas, onlinecensorship.org no trabajó con las compañías de medios sociales para recabar

sus datos. En consecuencia, el estudio no pretende ser representativo de todas las censuras de contenido o experiencias de los usuarios.

EFF, una de las organizaciones involucradas en la investigación, explicó la importancia de hacer seguimiento a cómo las compañías de medios sociales regulan las expresiones de sus usuarios:

«Como moderadores de contenido auto-ordenado, estas empresas se enfrentan a problemas espinosos; decidir lo que constituye el discurso de odio, acoso y terrorismo es un reto, sobre todo a través de muchas diferentes culturas, idiomas y circunstancias sociales «.

La misma fundación agregó que si bien las empresas con sede en EE.UU. no creen que sus políticas estén ejerciendo la censura, onlinecensorship.org con el propósito de desafiar esta afirmación determinó que sus directrices y su aplicación están teniendo un efecto inhibitorio sobre la libertad de expresión de los usuarios.

Después de examinar cómo se están aplicando las políticas de las plataformas de medios sociales, y cómo esto afecta la vida de los usuarios, el informe otorga una serie de recomendaciones para que los sitios de medios sociales puedan mejorar las experiencias de los usuarios y aumentar su compromiso con el libre expresión.

Fuente: [El Ciudadano](#)