

MARGEN DE ACTUACIÓN DE FACEBOOK Y TWITTER PARA CENSURAR. POLÍTICAS DE PRIVACIDAD Y DERECHOS DEL USUARIO COMO LÍMITE DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN.¹⁰⁷

Cano-Orón, Lorena

Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación
Universidad de Valencia
locao@alumni.uv.es

Resumen

Las políticas de privacidad que aceptan los usuarios de redes sociales constituyen un texto legal que condiciona su relación con la empresa correspondiente. La libertad de expresión, la censura y la recolección de datos personales que hace la empresa depende de estas normativas, que se aceptan con el registro en la plataforma. Mediante una revisión bibliográfica y un análisis documental de la normativa oficial de Facebook y Twitter, se realiza una investigación, de carácter descriptivo y exploratorio, con un doble objetivo: conocer la adaptación al nuevo entorno digital del marco jurídico referente a la privacidad y la protección de datos y analizar las políticas de privacidad de esas redes sociales. En concreto, el estudio se centra en el tipo de protección que otorgan Facebook y Twitter al usuario, las herramientas que ponen a su alcance para garantizar su privacidad y el grado de intervención que tienen estas plataformas en las publicaciones de sus usuarios.

Palabras clave

Políticas de privacidad, Facebook, Twitter, libertad de expresión, derechos de la personalidad.

Introducción

El uso de las redes sociales implica la aceptación de las políticas de privacidad que esas empresas establecen. Mediante esta normativa legal, se regula no sólo la privacidad de sus usuarios, sino también la libertad de expresión. Este tipo de políticas afectan directamente tanto a la información que circula en estas plataformas sociales como a la identidad y privacidad del propio usuario.

En los principales textos legislativos, a escala universal y nacional, se define la libertad de expresión y, en su mayoría, se establecen en el mismo articulado sus límites. Por ejemplo, la Constitución Española establece que la libertad de expresión tiene su límite “en el respeto a los derechos reconocidos en este Título, en los

¹⁰⁷ Esta investigación se enmarca en el Proyecto de I+D «Los flujos de comunicación en los procesos de movilización política: medios, blogs y líderes de opinión» [Ref. CSO2013-43960-R] dirigido por Guillermo López García (profesor Titular de Periodismo, UVEG). El proyecto está financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad y su periodo de ejecución es de 2014 a 2016. Más información sobre el proyecto en www.mediaflows.es

preceptos de las leyes que lo desarrollen y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia” (Art.20). Es decir, los límites de la libertad de expresión son los derechos y deberes fundamentales, entre los que se encuentran, y el mismo articulado destaca, los derechos de la personalidad relativos a la privacidad.

¿Y qué ocurre en Internet? ¿Qué derechos tiene el usuario en el entorno digital referentes a la privacidad y la protección de datos? Esta investigación se centra en los espacios sociales digitales de Facebook y Twitter y tiene como objetivo describir la adaptación al plano virtual de los derechos de la personalidad que limitan la libertad de expresión. Además, expone los elementos que afectan a dicha libertad dentro de las políticas que esas redes sociales configuran para garantizar los derechos y obligaciones al usuario.

2. Metodología

La investigación se ha llevado a cabo mediante una revisión bibliográfica y un análisis documental de los principales textos legislativos que regulan la protección de datos y de las políticas de privacidad de las redes sociales Facebook y Twitter. Los objetivos que ha perseguido el análisis eran, por un lado, detectar el modelo de política de protección que adopta cada red social en función de la protección que otorga al usuario. Y, por otro lado, establecer el grado de censura que estas plataformas pueden ejercer por la publicación de ciertos contenidos, tanto por una denuncia por parte de un usuario que reclama su derecho al honor como por iniciativa de la misma plataforma ante información que clasifica como inconveniente.

El corpus ha sido escogido deliberadamente para realizar una aproximación exploratoria sobre el tema. Uno de los principales intereses de la investigación era examinar los textos que fundamentan la parte estructural de las redes sociales. Para ello, hemos considerado necesario un análisis documental que nos permitiera revisar e interpretar los documentos principales de estas plataformas, con el objetivo de transmitir un problema político (Just y Puppis, 2012).

3. Límites de la libertad de expresión en los espacios sociales digitales

Los límites de la libertad de expresión en las redes sociales podemos agruparlos en dos grupos. Por un lado, los derechos inalienables del usuario como persona física (derechos referidos a la personalidad y a la protección de datos) y, por otro lado, la normativa que la empresa que gestiona el espacio social digital exige como condiciones de uso.

No existe una ley que regule Internet específicamente; la forma que ha adoptado la legislación -tanto europea como española- de abordar la digitalización se fundamenta en la ampliación de la cobertura de los derechos existentes. Es decir, las leyes vigentes se han ampliado y modificado para Internet.

Los textos legales de un sitio web, que pueden recibir nombres como términos y condiciones de uso, constituyen un contrato entre usuario y prestador del servicio. Este documento supone una declaración de intenciones en el que se dice no sólo la legislación a la que se acoge, sino también qué es lo que hará la empresa de la plataforma con los datos que se faciliten o generen en ella. El desconocimiento, por parte del usuario, de la regulación que atañe a los distintos aspectos de la red y de la autoridad a la que debe acudir para pedir justicia, crea una falsa sensación de aparente impunidad a la persona que ha infringido el derecho (Tourinho, 2014).

Las redes sociales han tomado conciencia de que, si no ponen herramientas a disposición del usuario y no son rápidas a la hora de actuar frente a denuncias relativas a la vulneración de sus derechos (suplantación de identidad, extorsión, daño a la imagen del usuario, etc.), los ciudadanos perderán la confianza y la fiabilidad en estas plataformas. Debido a esta razón, las herramientas de reporte de abuso en las redes sociales más populares son rápidas y efectivas (Tourinho, 2014).

3.1. Derechos del usuario: los derechos de la personalidad, el derecho a la protección de datos y el derecho al olvido

Los **derechos de la personalidad**, derechos personalísimos o derechos de la persona, hacen referencia a una serie de derechos personales, absolutos, inalienables e intransferibles que el individuo tiene desde el nacimiento y no puede ni ceder ni renunciar a ellos. Son aquellos que se dirigen a proteger la integridad personal del ser humano desde una vertiente física (el derecho a la vida, por ejemplo) y espiritual (el derecho al honor, por ejemplo). Estos derechos están recogidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, en concreto en la Unión Europea los encontramos en el Convenio Europeo de los Derechos Humanos (CEDH), en los primeros capítulos de la Carta de Derechos Fundamentales de Unión Europea y en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966, adoptado por la asamblea general de la ONU. Los derechos de la personalidad son declarados y desarrollados en la constitución de cada Estado miembro; en España, los derechos de la personalidad se encuentran en la Constitución de 1978.

Los derechos de la personalidad que protegen la esfera privada del usuario, que suponen límites a la libertad de expresión, son:

- **Derecho a la imagen**

El derecho de imagen supone el derecho a la captación, reproducción o publicación de la imagen y a su vez, del nombre, voz o imagen de una persona. Anteriormente, al haber menos medios y ser más corto el circuito de difusión, se podía controlar con más facilidad la vulneración del derecho a la imagen y calcular su daño. En la actualidad, dada la dimensión global de Internet, su viralidad y la cantidad de imágenes que se suben al día, da como resultado un descontrol de las imágenes que se difunden en la red y de las posibles violaciones de este derecho.

Desmitificando lo que muchos usuarios piensan, las imágenes de Internet tienen derechos, todas ellas. Cualquier foto consta de dos tipos de derecho: el derecho a la propia imagen de las personas que aparecen y el derecho relativo a la propiedad intelectual de los autores de las imágenes. Si alguno de estos derechos se vulneran, las plataformas de Internet habilitan recursos para retirar fotos, con el objetivo de garantizar la seguridad y fiabilidad del usuario. No obstante, cuando un usuario sube una foto a Internet, está cediendo parte de sus derechos a los propietarios de la plataforma y a los usuarios. Esta información debería ser leída siempre antes de aceptar los términos y condiciones de uso, donde viene reflejado el uso que harán con los datos y los elementos que se publiquen en la red, la cesión o renuncia de derechos, etc. La publicación en Internet no hace perder el derecho legítimo, pero si se han cedido los derechos por subir el archivo a una plataforma, se ha perdido el control absoluto de la circulación de esa imagen. Oficialmente, con el cierre de la cuenta en una plataforma, se acaba con ello el contrato y el *poder* que ésta tenía sobre los datos del usuario. Sin embargo, redes sociales como Facebook establecen en sus cláusulas que con el fin de una cuenta se acaba la licencia que tienen sobre los datos del usuario, a no ser que hayan sido compartidos por terceros, lo que supone una pérdida absoluta del control (Tourinho, 2014).

- **Derecho a la intimidad**

El derecho a la intimidad, recogido en la Declaración Universal de Derechos del Hombre en 1948, estipula que “nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques a su honra o a su reputación. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra tales injerencias o ataques” (Art. 12). Es decir, supone el “derecho concedido a la persona sobre el conjunto de actividades que forman su círculo íntimo, personal y familiar, y que le permite excluir a los extraños de entrometerse en él y darle una publicidad que no desee el interesado” (Tourinho, 2014: 140). Por lo que una intromisión en este derecho sería una publicación de contenidos relativos a la vida privada de una persona que no hayan sido desvelados públicamente por el afectado.

En el plano virtual cada vez es más difícil proteger la intimidad. Los usuarios de plataformas sociales funcionan más como productos de la propia plataforma que como clientes de la misma, ya que la información que subimos y generamos automáticamente es procesada y vendida a las distintas empresas publicitarias interesadas en dirigir sus campañas a un público específico, ponen en riesgo su intimidad constantemente. Este tipo de prácticas, que realizan con los datos las empresas propietarias de las redes de comunicación, son totalmente legales, ya que tienen el consentimiento (de forma consciente o inconsciente) del usuario al aceptar las condiciones de la plataforma al registrarse. Las *cookies* conforman otra opción de extracción y recopilación de datos legales en la red, que consiguen otorgar también un control, tanto de la información de los usuarios como de aquella que generan con sus hábitos de consumo. Las razones por las que la mayoría de los usuarios aceptan los términos y condiciones de uso sin preocuparse demasiado son principalmente dos.

Porque es la única forma de poder utilizar la aplicación y formar parte de esa red y porque el hecho de que esta situación se repita constantemente en la mayoría de las plataformas hace que el público se haya acostumbrado y no le dé importancia al contrato que se está firmando (Tourinho, 2014).

Aunque está relacionado con el derecho a la intimidad, el derecho a la privacidad, en cambio, no pertenece a los derechos de la personalidad (Salgado, 2010); precisamente por esto es necesaria su distinción respecto al derecho a la intimidad. El derecho a la privacidad *–right to privacy–* en EEUU se corresponde con el derecho a la intimidad europeo, pero en la Unión Europea, sí que se distinguen dos esferas de protección distintas. Por derecho a la privacidad se entiende la protección de datos de carácter personal, convirtiéndose así la privacidad en una esfera de protección más amplia que la intimidad, ya que protege “todos los datos vinculados a un individuo, sean éstos sensibles o no, los cuales deben ser controlados y protegidos en su tenencia y tratamiento por parte de terceros” (Salgado, 2010: 72).

- **Derecho al honor**

La libertad de manifestar una opinión libre tiene su límite (entre otros) en el derecho al honor de los sujetos afectados. Este derecho personalísimo consiste en el “derecho a no ser escarnecido o humillado, a que nadie se refiera a una persona de forma insultante o injuriosa, o atentando injustificadamente contra su reputación, haciéndola desmerecer ante la opinión ajena” (Tourinho, 2014: 140). El honor comprendería, en consecuencia, tanto el respeto a la intimidad, la reputación, el respeto al individuo y la buena imagen, así como lo que los demás piensan sobre nosotros. Sin embargo este tipo de derechos es del tipo indemnizatorio, debido a que se reclama cuando ha sido vulnerado y se subsana con una compensación, normalmente monetaria, hacia la persona (Gozáini, 2011).

¿Hasta qué punto se respeta esto en la red? En principio, la ley que se aplica es la misma que en cualquier otra circunstancia ajena a las dinámicas propias de Internet. Es decir, que si alguien considera que ha sido insultado, se han divulgado hechos falsos sobre su persona o se han lanzado opiniones injuriosas o juicios de valor sobre ella, que son las tres infracciones reconocidas, tiene el derecho de denunciar estos actos para subsanar el daño y ser indemnizado. Por desgracia, transgredir los límites de la libertad de expresión cada vez es más frecuente en redes sociales. Un ejemplo común es el caso de los *trols* en todas sus variantes, desde la suplantación de identidad hasta el envío de comentarios nocivos por parte de usuarios anónimos (Tourinho, 2014).

- **Derecho de Autodeterminación informativa**

El derecho de autodeterminación informativa o *habeas data*, protegido por el derecho de protección de datos personales, hace referencia al derecho legítimo del individuo a “la libre disposición de los datos personales” (Gozáini, 2011:67). Esto significa tener poder para decidir sobre el tratamiento que se va a realizar a los datos personales propios que han sido almacenados en distintos lugares; es decir, el ejercicio de la

libertad informativa de uno mismo es la capacidad de controlar la información que le concierne. En concreto hay dos vías de controlar esta información. Por un lado, consintiendo (de forma inequívoca, libre e informada) la captación y el tratamiento de los datos por terceros y, por otro lado, mediante la autorización expresa de la legislación (por ejemplo, los datos que recoge y analiza Hacienda, que no dependen de la voluntad de la persona sino que consiste en un acto establecido por la ley). No obstante, ni el consentimiento ni la habilitación legal suponen la pérdida del poder sobre los datos, ya que existen una serie de derechos que complementan a la autodeterminación informativa (Murillo, 2007), relacionados con la protección de datos.

El derecho de autodeterminación informativa es el derecho al control personal de la información que circula sobre el propio individuo. Quizás es el más vulnerable en la esfera digital, principalmente porque al ser una magnitud inabarcable por una persona, nunca se llega a controlar con gran certeza qué información hay sobre un individuo en la red. Además, cuando sí que se encuentra un dato concreto y se quiere retirar o rectificar, no sólo depende de la plataforma web a la que se ha subido dicha información y del usuario en cuestión que la ha proporcionado (que puede ser hasta el mismo afectado), sino de en qué país está alojada la empresa que proporciona el servicio. Dependiendo del Estado en el que se encuentre, se podrá ejercitar el *habeas data* o no, ya que la jurisdicción tiene como límite la zona geográfica que legisla.

El **derecho de protección de datos personales** es otro límite que encontramos para la libertad de expresión. No forma parte de los derechos de la personalidad, pero sí protege los que hemos tratado anteriormente; ya que tiene por finalidad proteger la información personal del afectado cuyo almacenamiento o tratamiento suponga un agravio hacia la persona, además de crear nuevos derechos con la finalidad de dicha protección.

Está definido en la Carta Europea de Derechos Fundamentales (art. 8) como el derecho que posee toda persona a proteger los datos que le conciernen, los cuales serán tratados de forma leal y con la finalidad que haya sido establecida en el consentimiento por parte de la persona afectada. Además, este derecho implica la capacidad de acceso a los datos que le conciernen a la persona y a su rectificación, si es pertinente.

El objetivo final del derecho de protección de datos es evitar la captación y procesamiento ilegal de los datos, “de este modo se elimina -al menos parcialmente- el llamado ‘rumor informático’ y se instala una valla a las empresas que hacen de las bases de datos su fuente de comercialización” (Gozaíni, 2011: 118).

Y, finalmente, cabe destacar **el derecho al olvido**, pero no como el límite de la libertad de expresión, sino como herramienta de la persona afectada por la libertad de expresión de otro. Precisamente, surge a partir de la necesidad de retirar cierta información veraz de Internet sobre la persona, perteneciente a un pasado, que no tiene ninguna justificación legal para continuar en línea, afectando con ello a su imagen digital. Es el derecho “para cribar aquellos datos personales susceptibles de

minar los derechos de la personalidad: honor, intimidad e imagen” (Abril y Pizarro, 2014:10). Esto es, el “derecho del individuo a eliminar o hacer inaccesibles ciertos datos o información publicados en el entorno digital y que se encuentran indexados por buscadores de Internet” (Tourinho, 2014: 140). El acceso y localización de la información se han vuelto sencillos y ágiles, permitiendo con ello encontrar cualquier dato publicado de una antigüedad considerable con una velocidad vertiginosa. Esto supone que los datos y hechos que están en la red no se quedan en el pasado, sino que resurgen cada vez que están relacionados con la búsqueda que se realiza.

El derecho al olvido había sido hasta el momento un supuesto teórico y sigue sin estar desarrollado ni implementado en ninguna legislación ni reglamento. Estaba previsto que la UE lo reconociera por primera vez con la aprobación de la propuesta que presentó la Comisión Europea en 2012, donde se contempla este derecho. Sin embargo, finalmente, sin ser esperada, la sentencia (C-131/12) del 13 de mayo de 2014 del TJUE del caso de Mario Costeja ha cambiado la situación actual. El TJUE le ha dado la razón a la Agencia Española de Protección de Datos, obligando a Google a retirar la información que perjudicaba al afectado.

3.2. La libertad de expresión en Twitter y Facebook

Es importante destacar y tener en cuenta que las redes sociales, al menos las más populares, son empresas privadas. “Social network websites are privately owned and exist primarily to earn a profit. One could argue that any beneficial social effects of the sites are at most a subsidiary consideration for their owners” (Jackson, 2014: 131-132). Es decir, a pesar de que aparentemente sean herramientas gratuitas y de que están a disposición de todo el mundo para el bien común, su objetivo es conseguir beneficios económicos. Y si a nivel de usuario no se exige una compensación económica por sus servicios es porque ya han dado con la fórmula para que se pague por otra vía. En el caso de Facebook y Twitter, con los datos.

Además, estas empresas reciben tanto presiones internas, como las que pueda realizar un usuario al solicitar la eliminación de un contenido, como presiones externas, como puedan realizar los gobiernos para solicitar información de un usuario o retirar cierto contenido de la red (Jackson, 2014). ¿Está entonces en riesgo la privacidad del usuario? ¿Cómo afectan sus políticas a la libertad de expresión? ¿En qué se basan para censurar contenidos?

3.2.1. Políticas de Twitter (Septiembre 2014) y sus informes de transparencia

En los textos oficiales de Twitter, tanto en su política de privacidad (Twitter, 2014a) como en las condiciones y reglas^v que establece para usar su servicio, manifiestan estar a favor de la libertad de expresión y aseguran no controlar los contenidos que los usuarios publican. La protección que ofrecen al usuario podemos dividirla en dos tipos: uno de carácter preventivo, que sería el control de la audiencia potencial que puede ver tus contenidos. Este tipo de configuración es lo que se denomina “tuits

protegidos”, que consiste en limitar la visibilidad de estos contenidos a los seguidores autorizados por el usuario. Además, con esta opción activada, los tuits no aparecen en la búsqueda de Twitter ni se indexan en Google.

Y, por otro lado, la protección de carácter defensivo. En este caso, nos referimos a la opción de reportar infracciones. Es decir: una vez el daño ya está hecho, cómo puede actuar el usuario para reivindicar sus derechos. Si un usuario considera que hay contenido que o bien le afecta directamente y a sus derechos fundamentales o que supone algún tipo de infracción señalada por Twitter^{vi,vii}, puede reportar el tuit o la cuenta de usuario en concreto para que estudien el caso y actúen en consecuencia. En estos casos, la detección de la infracción depende del usuario. Twitter no mantiene un control de los contenidos que se están publicando constantemente.

No obstante, Twitter afirma que “no vigila de manera activa ni censura el contenido de los usuarios, excepto en limitadas circunstancias descritas” en las Reglas de Twitterⁱⁱ. Los límites que establece Twitter a la libertad de expresión, que tienen que ver con la temática del contenido y con el ataque directo a otros usuarios, están estipulados en las Reglas de Twitterⁱⁱ. Por un lado, se establecen siete limitaciones por el contenido y el uso de la plataforma. Concretamente, estas limitaciones son: la suplantación de identidad, las condiciones específicas del uso de una marca comercial, la publicación de información privada de otra persona sin su consentimiento, la publicación de amenazas de violencia, la violación de los derechos de autor, el uso de la plataforma para un fin ilegal y el uso indebido de insignias de Twitter. Y, por otro lado, estipulan ocho actividades que constituyen un abuso o *spam* que supondrían la suspensión permanente de la cuenta de quien las realizara. Específicamente, señalan la creación de cuentas en serie con finalidad abusiva o perjudicial, el abuso y acoso dirigido a una persona, la apropiación de nombres, la realización de *spam* con invitaciones, la venta de nombres de usuario, la suplantación de identidad, el envío de *spam* a través de la plataforma y el uso de imágenes pornográficas como perfil, encabezado o fondo de una cuenta.

Respecto al grado de censura que puede ejercer Twitter como entidad a los usuarios, sin atender a las limitaciones expuestas anteriormente, la empresa sostiene que (Twitter, 2012) debido a las diferentes nociones de libertad de expresión existentes en determinados países y culturas, y sobre todo debido a la legislación local de cada país, ciertos contenidos son retenidos bajo petición de una entidad autorizada^{viii}. Desde 2012, en lugar de eliminar estos contenidos de toda su red, Twitter retiene el tuit o la cuenta específica que vulnera la ley de un país sólo en el país que haya solicitado su eliminación. El contenido sigue estando disponible en el resto del mundo y si se accede desde el país en concreto aparece un aviso de que han restringido el acceso a ese contenido.

Twitter apuesta por una política de transparencia. Por esta razón, elabora desde 2012 informes de transparencia, en los cuales especifica las solicitudes de información que ha recibido por parte de los gobiernos, las solicitudes de eliminación por parte de un gobierno o por un requerimiento legal y los avisos de infracción de derechos de autor.

Desde el primer informe de 2012 hasta el primer informe de 2014, Twitter ha retenido un total de 559 tuits y 33 cuentas de Twitter. Aunque la retención de tuits aumenta cada año y cada vez son más los países que realizan solicitudes para censurar contenidos -en 2012 comenzaron a solicitarlo trece países y en 2014 ya son 28 los que han acudido a la empresa para retirar el contenido-, en comparación con los 500 millones de tuits publicados cada día (Twitter, 2014b), no hay un grado elevado de censura.

En el siguiente gráfico se puede observar la evolución de las retenciones de contenido que han realizado desde el segundo informe de 2012, que es cuando se implanta esta medida. Podemos observar cómo en el último periodo han sido retenidos un total de 251 tuits, siendo la mayoría de Turquía -183 tuits-, Francia -30 tuits-, Japón -24 tuits- y Corea del Sur -11 tuits- (Twitter, 2014c).

Gráfico 1
Contenido total retenido por Twitter
(2012-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de Twitter (2012-2014a).

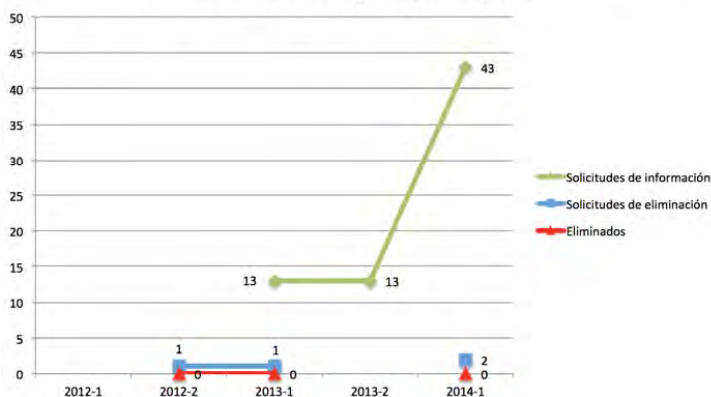
Destaca de los informes la participación ya de 54 países para solicitar información a Twitter, principalmente por razones policiales, siendo EEUU el más inquisitivo -sólo sus peticiones suponen el 61% de todas las que se reciben-. En lo referente a las solicitudes de eliminación de contenido, que han subido un 14% en este último informe, la mayoría de estas solicitudes provienen de Turquía (186), Francia (108) y Rusia (32).

Finalmente, si nos centramos en el caso de España, como podemos observar en los siguientes gráficos, las solicitudes totales para la eliminación de contenido en estos dos años han sido cuatro, de las cuales ninguna ha conseguido su propósito. Sin embargo, sí que ha crecido la demanda de información por parte del gobierno y entidades autorizadas, llegando a un máximo de 43 solicitudes en 2014. No obstante, en lo referente a la eliminación de contenido por motivos de vulneración de los derechos de autor, España ha llegado a un máximo de 45.958 (30.870 tuits y 15.088 cuentas). Cabe mencionar que hay algunos informes en los cuales no se recogió la

información de España en ciertos apartados, como es el caso de las solicitudes de información en los dos primeros informes de 2012; o de las solicitudes de eliminación y su posterior resultado en el primer informe de 2012 y el segundo de 2013.

Gráfico 2

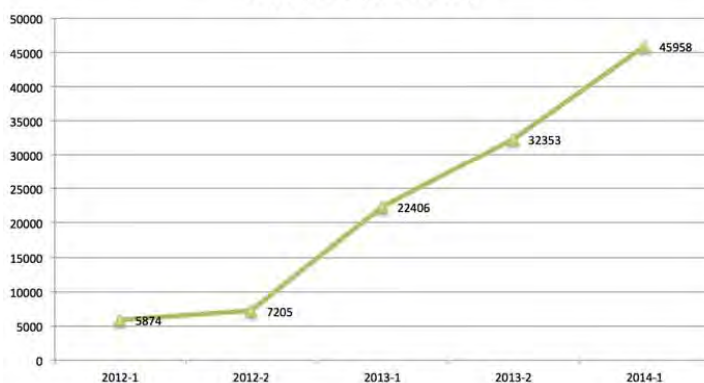
Solicitudes de información y de eliminación de contenido en Twitter en España (2012-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de Twitter (2012-2014b)

Gráfico 3

Eliminación de contenido en Twitter por derechos de autor en España (2012-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de Twitter (2012-2014b)

3.2.2. Políticas de Facebook (Enero 2015) y sus informes de transparencia

En los Principios de Facebook (2009) se establece que uno de los propósitos de la empresa es promover “la sinceridad y la transparencia, ofreciendo a los individuos un mayor poder para compartir y conectarse”. Entre sus principios destaca como beneficio para la libertad de expresión la libertad para compartir y conectarse y el

flujo de libre información, y como límites a ésta la propiedad y control de la información, donde especifica que las personas deben ser propietarias de la información que publican.

Se pueden dividir en dos grupos los límites de la libertad de expresión que se extraen de los documentos oficiales de Facebook, tanto de su política de privacidad como de otros textos de carácter normativo de la plataforma. Por un lado, vinculados a los derechos de la personalidad abordados anteriormente, encontramos tanto la protección que la plataforma ofrece al usuario con las medidas de privacidad como las herramientas para reportar el contenido. Por otro lado, la libertad de expresión queda limitada o censurada a partir de las peticiones que determinados gobiernos realizan a la plataforma para eliminar contenido que consideran inapropiado.

El tipo de protección que se le ofrece al usuario es más específica que la que hemos visto en Twitter, pero esto es debido también a la complejidad que presenta Facebook, con la gran cantidad de variables de datos que debe controlar una persona. Facebook permite realizar un control de la audiencia a la que va dirigida cada post mediante una segmentación estandarizada (“Público”, “Amigos” o “Sólo yo”) o personalizada, en la que el usuario crea listas de distribución a su antojo. Además, una de las novedades que ha implantado Facebook con la actualización de su política de privacidad es la creación de un portal web^{ix} en el que se desarrollan sencillas guías explicativas sobre la privacidad en la plataforma. En los textos se advierte explícitamente en diversas ocasiones a los usuarios de lo importante que es la privacidad y de que deben pensar antes de publicar.

Como la mayoría de redes sociales que son conscientes de la importancia de la privacidad, ponen a disposición del usuario herramientas que puedan utilizar para reivindicar sus derechos relativos a la personalidad (Tourinho, 2014), es decir, que puedan solicitar la eliminación de cierto contenido en la red que les perjudica o que ha sido publicado sin su consentimiento. En Facebook los usuarios pueden reportar desde un perfil hasta un post. Esa denuncia se estudia por el equipo de Facebook y sólo se borra el contenido si infringe las normas comunitarias de Facebook^x y/o las Condiciones de Facebook^{xi}. Estas normas, similares a las de Twitter, establecen los límites de la libertad de expresión en los ataques personales por motivos de raza, etnia, nacionalidad, religión, sexo, identidad de género, orientación sexual, discapacidad o enfermedad. Además, también prohíbe la exhibición de desnudos, el acoso, la violencia o el spam.

Por otra parte, a nivel gubernamental, pueden realizarse solicitudes a Facebook tanto para obtener información como para retirar un contenido^{xii}. La plataforma se compromete a notificar a las personas afectadas antes de proporcionar su información, a no ser que por cuestiones legales o casos especiales sea contraproducente hacerlo. A diferencia de Twitter, si se retira un contenido de Facebook se retira de toda la red y no aparece ninguna notificación que informe sobre el secuestro.

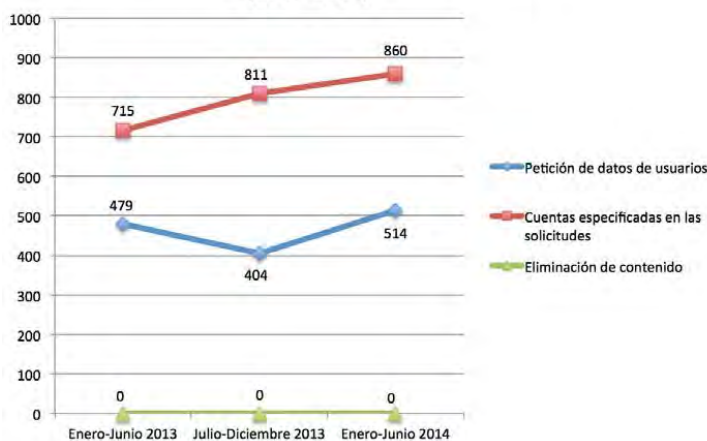
Sin embargo, Facebook también afirma estar a favor de la transparencia y realiza desde 2013 informes en los que muestra la cantidad de solicitudes recibidas por parte

de cada gobierno^{xiii}. Actualmente, lleva realizados 3 informes, en los cuales India, Turquía y Paquistán son los países que más contenido eliminan de Facebook. Estados Unidos, sin embargo, aparece como uno de los países que más a menudo suele solicitar información sobre los usuarios. Recibe una media de respuesta del 80% de todas sus peticiones. Aunque, a diferencia de Twitter, lo que sí destaca -por su ausencia- en los informes de Facebook es la falta de un desglose de información que aclare cuántas de esas solicitudes de información son pedidas con una orden judicial, qué agencias gubernamentales son las que realizan esas peticiones, cuántas páginas son eliminadas por peticiones gubernamentales o qué tipo de motivos utilizan los gobiernos para eliminar un contenido.

El último informe destaca por el incremento de un 24% de las peticiones de información por parte de los gobiernos y de un 19% de eliminación de contenido de Facebook respecto al anterior. Aunque Facebook sólo ha eliminado contenido de 15 de los 83 países que aparecen en el informe. Si nos centramos en España, podemos comprobar cómo las demandas de los gobiernos han aumentado, aunque estas peticiones no son siempre satisfechas. En el último informe de España figura que sólo un 36'58% de las peticiones fueron aceptadas. Y respecto a la eliminación de contenido, Facebook afirma no haber retirado ningún elemento durante el periodo de tiempo que reflejan los informes.

Gráfico 4

España - Informe de Transparencia de Facebook (2013-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de Facebook (2013-2014)

4. Conclusiones

Tanto Facebook como Twitter buscan evitar cualquier asunción de responsabilidad respecto de los contenidos que los usuarios publiquen en sus redes. Ambas plataformas aseguran estar a favor de la libertad de expresión y mantienen unas

normas idénticas referentes a la prohibición de ciertos contenidos como pornografía, incitación a la violencia, etc.

No obstante, sí que vislumbramos diferencias en lo que respecta al grado de censura. Twitter retiene el contenido solicitado por el gobierno de un país (si cumple con la normativa local de esa región) sólo en esa zona legal y siendo visible para el resto de la red. Además, en esos casos se encarga de publicar un tuit avisando de que ha borrado contenido para asegurarse de que los ciudadanos son conscientes de la intervención que se ha producido. En el caso de Facebook, retiene los contenidos para toda la red y no emite ningún tipo de anuncio que diga que ha retirado el contenido. La censura es mucho más invisible.

Además, la ventaja que proporciona la retención de contenido por país de Twitter es que, de este modo, el país que quiere retener un contenido lo realiza sin necesidad de bloquear el acceso a toda la plataforma, sin restringirla. Asimismo, los ciudadanos pueden encontrar otras formas de expresarse o de comunicarse mediante la misma plataforma, evitando ser censurados. Como afirma Tufekci (2012), con esta medida Twitter está luchando por la libertad de expresión.

En conclusión, Facebook otorga al usuario más herramientas para proteger su privacidad y controlar el público que tiene acceso a los contenidos publicados. A pesar de eso, las normas que establecen tanto Facebook como Twitter como límites de la libertad de expresión son muy similares. El grado de intervención que tienen en las publicaciones de sus usuarios está muy condicionado, pues depende del reporte de un usuario o una agencia gubernamental para examinar el contenido. No obstante, el grado de actuación que tienen después es absoluto, ya que pueden decidir eliminar el contenido sin ni siquiera notificarlo a los usuarios.

Existe una cuestión de fondo que por las limitaciones de esta investigación no podemos abordar. ¿Reflejan la realidad estos informes que realizan las empresas de comunicación? Es decir, ¿son estos datos fidedignos con las situaciones de censura reales? Desde FACUA^{xiv} -ONG defensora de los derechos de los consumidores- han lanzado una campaña para fomentar que los usuarios afectados por la censura de Twitter denuncien el hecho. Afirman que “Twitter está suspendiendo unilateralmente los perfiles de numerosos usuarios por difundir imágenes o informaciones que la compañía considera ilícitas, cuando en realidad se trata de contenidos que no vulneran legislación alguna”. Este tipo de iniciativa, teniendo en cuenta que Twitter declara que en España no ha intercedido, supone un cuestionamiento de la veracidad de los informes que las empresas publican en nombre de la *transparencia*. Esta cuestión será abordada en una futura investigación.

Bibliografía

- ABRIL, P. S. y PIZARRO, E. (2014) La intimidad europea frente a la privacidad americana. *InDret. Revista para el Análisis del Derecho*, 1 [Recuperado el 14/03/14 de <http://www.indret.com/pdf/1031.pdf>]
- COTINO HUESO, L. (ed.). (2011). *Libertades de expresión e información en Internet y las redes sociales: ejercicio, amenazas y garantías*. Valencia: PUV (Publicaciones de la Universidad de Valencia). Disponible en: www.derechotics.com/congresos/2010-libertades-y-20/e-libro-e-libertades-2010
- FACEBOOK (2009). *Principios de Facebook*. Disponible en: https://www.facebook.com/note.php?note_id=183542805300
- FACEBOOK (2013-2014). *Informe sobre solicitudes gubernamentales*. Disponible en: <https://govtrequests.facebook.com>
- GOZAÍNI, O. A. (2011). *Derecho Procesal Constitucional. Hábeas data : protección de datos personales : doctrina y jurisprudencia*. Santa Fe: Rubinzal Culzoni Editores
- JACKSON, B. F. (2014). Censorship and Freedom of Expression in the Age of Facebook. *New Mexico Law Review*, 44(1).
- JUST, N., & PUPPIS, M. (Eds.). (2012). *Trends in Communication Policy Research: New Theories, Methods and Subjects*. Bristol: Intellect Books.
- MURILLO, P. L. (2007). Perspectivas del derecho a la autodeterminación informativa. *Revista de Internet, Derecho y Política*, 5, 18-32.
- TOURIÑO, A. (2014). *El Derecho al olvido y a la intimidad en Internet*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- TUFEKCI, Z. (2012, 27 de enero). *Why Twitter's new policy is helpful for free-speech advocates* [mensaje en un blog] Recuperado el 4 de febrero de 2015 de: <http://technosociology.org/?p=678>
- TWITTER (2012-2014a). *Reporte de transparencia*. Disponible en: <https://transparency.twitter.com/es> [Consultada por última vez el 4 de febrero de 2015]
- TWITTER (2012-2014b). *Spain*. Disponible en: <https://transparency.twitter.com/country/es> [Consultada por última vez el 4 de febrero de 2015]
- TWITTER (2012). *Tweets still must flow*. [Mensaje en un blog] Recuperado el 4 de febrero de 2015 de: <https://blog.twitter.com/2012/tweets-still-must-flow>
- TWITTER (2014a). *Política de Privacidad de Twitter*. Disponible en: <https://twitter.com/privacy> [Consultada por última vez el 4 de febrero de 2015]

TWITTER (2014b). *Próximamente en Twitter*. [Mensaje en un blog] Recuperado el 4 de febrero de 2015 de: <https://blog.twitter.com/es/2014/pr-ximamente-en-twitter>

TWITTER (2014c). *Informe más reciente: requerimientos de eliminación*. Disponible en: <https://transparency.twitter.com/es/removal-requests/2014/jan-jun>
[Consultada por última vez el 4 de febrero de 2015]