

CIVIC COMPASS

Un programa de CIVIC HOUSE

Regulando el contenido en plataformas de participación cívica en línea:

¿Deberían los policymakers discriminar entre plataformas digitales de impacto social frente a las "Big Tech"?

Introducción ²

Las plataformas de redes sociales se han convertido en una parte integral de la sociedad moderna, con miles de millones de personas en todo el mundo usando plataformas como Facebook, Twitter e Instagram para conectarse con otros, compartir información y participar en comunidades en línea. En los últimos años, las plataformas de redes sociales también han surgido como herramientas poderosas para promover el cambio social, con activistas, organizaciones sin fines de lucro y otros grupos que utilizan plataformas para crear conciencia, movilizar partidarios y abogar por el cambio de políticas.

Si bien las plataformas de redes sociales ofrecen muchas oportunidades para promover el cambio social, también presentan desafíos y riesgos. Por ejemplo, las plataformas de redes sociales se pueden utilizar para difundir contenido dañino, como el discurso de odio y la desinformación.

Este artículo explora las oportunidades y los desafíos asociados con el uso de las plataformas de redes sociales para promover el cambio social, centrándose en el papel de las plataformas comerciales de redes sociales como Twitter, Facebook e Instagram y similares plataformas de cambio social como Change.org, MoveOn y Avaaz. ³

El artículo comienza examinando las diferentes políticas de contenido utilizadas por las plataformas de impacto social y cómo se comparan con las plataformas "Big tech". A continuación, nos centramos en los retos y riesgos asociados con la regulación existente y potencial de las plataformas de redes sociales sobre contenidos, y cómo los responsables de diseñar políticas públicas deben ser conscientes de las diferencias entre la regulación de las plataformas comerciales, donde el contenido se monetiza, frente a las plataformas de impacto social donde el contenido se utiliza principalmente para aumentar la participación cívica, las autoridades de petición y el ejercicio de los derechos civiles.

Por último, el documento concluye con un debate sobre las mejores prácticas para el uso de las plataformas de medios sociales para promover el cambio social y recomendaciones para los responsables políticos y otras partes interesadas sobre cómo maximizar el potencial de estas plataformas y reducir al mínimo los riesgos de regulación que podría reducir el espacio cívico digital o la libertad de expresión.

¹ Quiero agradecer a Maricel Lonati, Marco Di Natale y Cecilia Galván de Civic House por su apoyo durante la investigación como así también por el tiempo dedicado a la lectura de versiones anteriores al presente. Gastón Wright es el director de Civic Compass, la unidad de investigación y políticas públicas de Civic House. Es además profesor de la materia "La economía política de internet, Regulación y Políticas Públicas" de la universidad Torcuato Di Tella y de Política Subnacional en la Universidad de Buenos Aires.

² Queremos reconocer la indispensable contribución de Guillermina Mayorca, Agustina Acosta, Stefanía Di Módica y Juan Martín Marinangeli de la Universidad Torcuato Di Tella, quienes trabajaron como asistentes de investigación durante el proceso de producción del artículo. Sus tareas incluyeron la recolección de datos, revisión de literatura, y las entrevistas a expertos y trabajadores de distintas plataformas. Su expertise en los temas de este artículo, combinado con su rigurosa atención a los detalles y firme compromiso con la excelencia, fueron fundamentales para la finalización exitosa de este proyecto. Extendemos nuestro más sincero agradecimiento a Guillermina, Agustina y Stefania por su destacado trabajo y dedicación a esta investigación.

³ El artículo usará también el término "plataformas de impacto social o social change platforms" para referirse a plataformas no comerciales o plataformas digitales cívicas.

Plataformas de Impacto Social y Plataformas "Big Tech": ¿Por qué son diferentes?

La distinción entre las plataformas comerciales de redes sociales, generalmente llamadas "Big tech", y las plataformas de impacto social como Change.org, Avaaz o MoveOn es sin duda importante, y es poco probable que los tomadores de decisiones sean conscientes de esta diferencia al tratar de regular las "plataformas".

La regulación de las plataformas de redes sociales es un tema complejo que requiere la consideración de una serie de factores, incluyendo el tamaño y el alcance de las plataformas, sus modelos de negocio, y el daño potencial que suponen para los usuarios y la sociedad. Es poco probable que los tomadores de decisiones sepan que las plataformas comerciales de redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram son mucho más grandes y más complejas que las plataformas de impacto social como Change.org, MoveOn o Avaaz. Pueden representar diferentes tipos de daño para los usuarios y la sociedad. Tampoco hay una comprensión clara de las amenazas a la libertad de expresión y al pluralismo democrático en la era digital.

Además, mientras que el contenido en las plataformas comerciales se trata como un activo para su modelo de ingresos, las plataformas de impacto social tratan el contenido como un impulsor de la responsabilidad política y la participación cívica. Esto plantea un debate fundamental sobre la regulación de los contenidos y la naturaleza misma de estas plataformas.

Recientemente, ha habido una creciente preocupación por el papel de las plataformas de redes sociales en la difusión de contenidos dañinos, como el discurso de odio y la desinformación (Calvo & Aruguete, 2020). Esto ha llevado a un mayor escrutinio de estas plataformas por parte de los reguladores, los legisladores y el público, y se han presentado una serie de propuestas para abordar estas cuestiones (Green, 2018).

Si bien las plataformas de impacto social como Change.org, Avaaz o MoveOn pueden no estar sujetas al mismo nivel de escrutinio que las plataformas comerciales, los responsables de la toma de decisiones pueden estar considerando cómo regular estas plataformas para asegurarse de que no contribuyan a difundir contenidos dañinos u otros resultados sociales adversos.

En algunos aspectos, plataformas como Change.org y Facebook son similares en tanto permiten contenido generado por el usuario y pueden potencialmente propagar contenido dañino, incluyendo discursos de odio, desinformación y contenido violento. Sin embargo, también hay diferencias significativas entre los dos tipos de plataformas.

Por ejemplo, Facebook es una plataforma mucho más grande y compleja que Change.org, con miles de millones de usuarios y varios servicios y características. El modelo de negocio de Facebook también se basa en gran medida en la publicidad dirigida, que puede exacerbar algunos de los daños asociados a la plataforma, como la difusión de la desinformación.

En contraste, Change.org es una plataforma más pequeña y enfocada principalmente en la promoción del cambio social a través de peticiones y otras formas de activismo. Si bien Change.org también puede difundir contenido dañino, como peticiones que fomentan el discurso de odio o la discriminación, es probable que el alcance y el impacto de estos daños sean más limitados que en una plataforma como Facebook. Además, el modelo de negocio de Change.org se sustenta completamente en donaciones o apoyo a las causas sociales promovidas en la plataforma.

Change.org utiliza diversas estrategias para orientar eficazmente las peticiones y maximizar su impacto. Aquí hay algunas formas en que abordan la segmentación de peticiones, como las peticiones generadas por los usuarios: *“La plataforma permite a los usuarios crear peticiones sobre cualquier tema que consideren necesario. Al empoderar a los usuarios para iniciar peticiones sobre las causas que les importan, la plataforma garantiza que se cubra una amplia gama de temas y permite el activismo de base. Otra forma de crear engagement es compartir en redes sociales: se anima a los usuarios a compartir peticiones a través de sus redes sociales, incluyendo plataformas como Facebook, Twitter, correo electrónico y Whatsapp. Este intercambio social ayuda a que las peticiones lleguen a un público más amplio y aumenta las posibilidades de obtener firmas y apoyo”.*⁴

Otras estrategias incluyen la *identificación y promoción de tendencias y peticiones populares*. La organización cuenta con una forma de identificar las peticiones más populares y las tendencias en su plataforma. Estas peticiones a menudo se destacan en función del número de firmas, la actividad reciente o la atención de los medios. Esto ayuda a llamar la atención sobre las peticiones con un impacto potencialmente alto o un atractivo generalizado. Las *recomendaciones personalizadas* utilizan algoritmos para proporcionar recomendaciones a los usuarios. Estas recomendaciones se basan en las acciones anteriores del usuario, sus intereses y las peticiones que ha firmado o en las que ha mostrado interés. Al adaptar las recomendaciones, la plataforma puede sugerir peticiones relevantes a los usuarios, aumentando la probabilidad de participación.⁵

El objetivo geográfico es otra forma de aumentar el *engagement*. Esto permite a los usuarios especificar el público objetivo para sus peticiones en función de la ubicación, y ayuda a que las peticiones se centren en áreas geográficas específicas o comunidades directamente afectadas por el problema. Por último, la cobertura de los medios de comunicación y las noticias es fundamental para lograr una tracción significativa o alcanzar hitos. La cobertura de los medios de comunicación puede amplificar el mensaje de la petición y generar una mayor conciencia, lo que podría influir en los encargados de adoptar decisiones y atraer más firmas.

⁴ Entrevista con un ex trabajador de Change.Org (12/06/2023)

⁵ Entrevista con un ex trabajador de Change.Org (12/06/2023)

Mediante el empleo de estas estrategias de focalización, Change.org pretende garantizar que las peticiones reciban la visibilidad y el apoyo necesarios para lograr un impacto. La amplia base de usuarios y las capacidades de intercambio social de la plataforma desempeñan un papel crucial en la ampliación del alcance de las peticiones y la movilización de las comunidades en torno a cuestiones urgentes.⁶

Otras plataformas de impacto social utilizan modelos de ingresos similares. Por ejemplo, Avaaz declara un "modelo financiado por miembros"⁷, donde no hay interferencia de patrocinio corporativo o gobiernos en sus fondos. Esto, según Avaaz, contribuye a la independencia y responsabilidad de la plataforma. Se basan en las donaciones de sus miembros, nombrando las donaciones "*inversión con rendimientos de cambio social permanente*"⁸. También afirman ser auditados regularmente como un requisito de la ley, fiscalmente responsables, y 100% independientes. Aunque recibieron subvenciones iniciales de organizaciones asociadas, ahora solo confían en pequeñas donaciones en línea para seguir sólo "la agenda de la gente"⁹.

Por otro lado, MoveOn tiene dos canales separados para aceptar donaciones. Los miembros pueden donar a Acción Cívica o Acción Política. Para estas dos plataformas, hay una política de aceptación de regalos. Los recursos financieros recibidos "deben ser consistentes con los valores de MoveOn". En primer lugar, afirman que sólo reciben apoyo para proyectos coherentes con la misión del Ministerio. Ellos no "*aceptan ninguna donación que comprometa la independencia de MoveOn, o que genere cualquier influencia de los donantes sobre la misión de MoveOn, objetivos y campañas*". La plataforma también revela todos los contribuyentes a MoveOn, Acción Cívica y Acción Política que donaron US\$ 5000 o más anualmente. También declaran no aceptar dinero de "*corporaciones con fines de lucro o entidades gubernamentales, así como entidades formadas fuera de los Estados Unidos*"¹⁰.

Tanto MoveOn como Avaaz afirman estar profundamente preocupados por mantener la transparencia e independencia de la plataforma para mantener el poder en "el pueblo" y evitar la influencia de las grandes corporaciones o gobiernos.

Dadas estas diferencias, puede ser apropiado regular las plataformas de impacto social como Change.org y Facebook de manera diferente dependiendo de su tamaño, alcance y daños potenciales. Las plataformas más pequeñas pueden estar sujetas a una regulación menos estricta que las plataformas más grandes. Las plataformas que dependen en gran medida de la publicidad dirigida pueden estar sujetas a una regulación adicional para

⁶ Una vez que una persona firma la petición, la plataforma permite a los usuarios compartir el contenido a través de WhatsApp, Facebook, Twitter o email.

⁷ Principios de operación de Avaaz (Revisados el 3 de julio de 2023)

⁸ ¿Por qué donar a Avaaz? (Sitio visitado el 3 de julio de 2023)

⁹ Sostenibilidad fiscal de Avaaz (Sitio visitado el 3 de julio de 2023)

¹⁰ Política de aceptación de regalos o presentes de Avaaz (Sitio visitado el 3 de julio de 2023)

abordar los daños asociados con este modelo de negocio. Pero, ¿Están alertados los responsables de la toma de decisiones de estas diferencias? ¿Cómo podría la digitalización y la transición de las organizaciones de cambio social a plataformas desafiar la libertad de expresión y un espacio cívico saludable mientras se regula el contenido digital?

La investigación académica no ha abordado la regulación de contenidos de plataformas cívicas ni el tremendo crecimiento del espacio digital en el sector ciudadano. La literatura académica sobre plataformas de participación cívica clasifica en dos grupos a estas plataformas: plataformas de participación cívica creadas por gobiernos y movimientos de organizaciones fuera de línea con compromiso digital de los ciudadanos.

La primera perspectiva se centra en cómo los gobiernos toman la iniciativa de crear plataformas donde la gente pueda dar su opinión sobre los proyectos que el propio gobierno presenta, como lo ven Gilman (2017) o Rodríguez Bolívar (2015). Otros autores se centran en plataformas que permiten a las personas discutir iniciativas gubernamentales a pesar de no ser propiedad de los gobiernos. La perspectiva general de la literatura que examina las plataformas cívicas es una comprensión del compromiso cívico como las *"oportunidades para que los miembros del público participen en el proceso político, no sólo votando sino también examinando los puntos de vista propios y ajenos"* (Nelmarkka et. al, 2014: p.2). Como consecuencia de esta perspectiva, el contenido no se examina ya que se deriva de iniciativas presentadas por representantes de los gobiernos.

El segundo grupo de artículos escritos sobre plataformas cívicas se centra en cómo las organizaciones que existen offline crean una estrategia de engagement online. Esta literatura analiza el contenido de las plataformas cívicas, no desde una perspectiva regulatoria, sino con la intención de entender qué organizaciones eligen comunicarse en línea y cómo logran el compromiso con los ciudadanos utilizando mecanismos digitales (Skaržauskienė & Monika, 2020).

En cuanto al contenido, la investigación, al igual que la regulación, no ha distinguido entre plataformas comerciales y no comerciales. La mayor parte de lo que se ha escrito aborda las preocupaciones de contenido político que surgieron debido al escándalo de Cambridge Analytica durante las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 (MacKinnon y Pakzad, 2018). En consecuencia, el enfoque se pone en las plataformas de redes sociales como Facebook y Twitter.

Como hemos visto, la investigación académica sobre las plataformas de impacto social solo se centra en las estrategias de estas plataformas para aumentar la participación. La investigación de la regulación de contenidos se lleva a cabo únicamente en términos de plataformas de redes sociales, ignorando el impacto de este tipo de regulaciones en las plataformas de impacto social. La revisión de la literatura ha demostrado que no se ha hecho ninguna investigación específica sobre cómo la regulación de contenidos afecta a las plataformas de impacto social, la diferencia entre ellas y las plataformas comerciales, y cómo esa diferenciación importa cuando se trata de regular.

Las plataformas de impacto social y la emergencia de los ciudadanos digitales

La aparición de estas plataformas en el contexto del activismo digital puede atribuirse a varios factores. En primer lugar, el auge de Internet y los medios sociales proporcionó nuevas vías para la comunicación y la organización. Estas plataformas aprovecharon el poder de la tecnología para conectar a las personas a nivel mundial, lo que les permitió colaborar y tomar medidas colectivas de formas que antes no eran posibles.

El activismo digital, a menudo llamado "activismo en línea" o "e-activismo", ganó prominencia a finales de 1990 y principios de 2000. Este período vio la proliferación del uso de Internet y el crecimiento de las comunidades en distintas plataformas digitales. Como resultado, los activistas comenzaron a aprovechar el potencial de internet para crear conciencia, movilizar apoyo y abogar por el cambio social (Castells, 2012).¹¹

Change.org, fundada en 2007, surgió durante este período de transformación. Aprovechó la idea de que las peticiones en línea podían movilizar efectivamente a la gente y amplificar sus voces. Mediante la creación de una plataforma fácil de usar para las campañas de petición, Change.org permitió a las personas iniciar y promover causas que les importaban, atrayendo una amplia gama de usuarios y problemas¹². Ben Rattray, CEO de Change, y Mark Dimas, Chief Technology Officer de la compañía, comenzaron la organización con el objetivo principal de la plataforma cuando se creó para conectar a los usuarios con las causas sociales que les apasionan. De acuerdo con su definición, la misión de Change.org es capacitar a las personas de todo el mundo para hacer los cambios que quieren ver¹³. Se describen a sí mismos como una plataforma abierta porque cuando individuos con diversas experiencias y diferentes perspectivas pueden participar en la conversación, pueden ocurrir más cambios. Su objetivo es amplificar las voces de las personas y ayudarles a impulsar un cambio significativo mediante la movilización de partidarios y la creación de conciencia pública a través de sus campañas de petición en línea. Según el Director Ejecutivo de Argentina Change.org, América Latina tiene 98 millones de usuarios.¹⁴

Avaaz también compartió una visión similar de aprovechar la tecnología para el activismo global. Lanzado en 2007, por Ricken Patel, Tom Pravda, Tom Perriello, Eli Pariser, David Madden, Jeremy Heimans y Andrea Woodhouse,¹⁵ con una simple misión democrática:

¹¹ En este libro, Castells explora el rol del internet y las redes digitales en los movimientos sociales contemporáneos, dentro de las cuales sitúa al activismo online.

¹² Change.Org | <https://www.change.org/>

¹³ Declaración de la misión de la plataforma Change.Org (Sitio visitado el 3 de julio de 2023)

¹⁴ Entrevista con el director de Change.Org en Argentina, Leandro Asensos

¹⁵ Puntos destacados sobre la fundación de Avaaz (Sitio visitado el 3 de julio de 2023)

organizar a los ciudadanos de todas las naciones para cerrar la brecha entre el mundo que tenemos y el mundo que la mayoría de la gente en todas partes quiere.¹⁶ Reúne a una comunidad global de activistas y los moviliza por diversas causas, incluidos los derechos humanos, el cambio climático, la corrupción y la justicia social.

Sus fundadores reconocieron el potencial de las redes en línea para conectar a activistas de todo el mundo e impulsar el cambio a nivel internacional. Avaaz se centró en los derechos humanos, la protección ambiental y la justicia social, proporcionando una plataforma para que las personas participen en campañas, firmen peticiones y coordinen acciones. La plataforma no informa sobre el número de usuarios.

MoveOn, fundada en 1998, es anterior a Change.org y Avaaz, pero es crucial para sentar las bases del activismo digital.¹⁷ Se originó como una campaña de petición por correo electrónico para oponerse al juicio político del presidente Bill Clinton, demostrando el poder de la organización y movilización en línea. MoveOn se convirtió en un grupo de defensa progresista, utilizando herramientas digitales para movilizar partidarios e influir en los resultados políticos.

Estas plataformas contribuyeron colectivamente al crecimiento del activismo en línea y remodelaron el panorama de los movimientos de cambio social. Al proporcionar herramientas de participación accesibles y fáciles de usar, empoderaron a las personas para que se convirtieran en participantes activos en la promoción y facilitaron la formación de comunidades mundiales en torno a causas específicas.

Vale la pena mencionar que estas plataformas operan como intermediarios, conectando a las personas con organizaciones sin fines de lucro establecidas o facilitando la comunicación directa con los legisladores.¹⁸ Actúan como catalizadores del cambio, salvando la brecha entre individuos e instituciones y proporcionando una infraestructura digital para la acción colectiva.

La aparición de plataformas de impacto social como Change.org, Avaaz y MoveOn fue una respuesta a las oportunidades que presentan las tecnologías digitales y la necesidad de nuevos modelos de activismo en la era digital. Revolucionaron la forma en que las personas se involucran con los problemas sociales, democratizando el proceso de promoción, amplificando las voces de millones de personas en todo el mundo y desarrollando nuevos mecanismos de responsabilidad digital (Earl & Kimport, 2011).¹⁹

¹⁶ [Avaaz.org](https://secure.avaaz.org/page/en/) | <https://secure.avaaz.org/page/en/>

¹⁷ MoveOn.org. (2021). Ballotpedia. <https://ballotpedia.org/MoveOn.org>

¹⁸ En el caso de Change.Org hay una funcionalidad que permite a los policy-makers responder a las peticiones enviando mensajes a todos sus firmantes.

¹⁹ En este libro, los autores examinan el impacto de las tecnologías digitales en el activismo y los movimientos sociales, centrándose en el surgimiento del activismo online durante finales de la década de 1990 y principios del siglo XXI.

La evolución de las políticas de contenidos en las plataformas de impacto social

Change.org, MoveOn y Avaaz son plataformas en línea que permiten a los usuarios crear y firmar peticiones relacionadas con diversos temas sociales, políticos y ambientales. Si bien las tres plataformas comparten objetivos similares, hay algunas diferencias en sus políticas de contenido.

Estas son algunas diferencias clave entre las políticas de contenido de Change.org, MoveOn y Avaaz según un análisis preliminar de sus términos de uso:

1. Change.org:²⁰ tiene una amplia política de contenido que permite a los usuarios crear peticiones sobre cualquier tema siempre que no viole las pautas de la comunidad de la plataforma. Estas pautas prohíben el discurso de odio, el acoso y los llamamientos a la violencia. Change.org también tiene reglas estrictas sobre el uso de material protegido por derechos de autor en las peticiones.
2. MoveOn:²¹ tiene una política de contenido más estrecha que se centra en causas progresistas. La plataforma alienta a los usuarios a crear peticiones sobre democracia, derechos humanos, justicia social y medio ambiente. La política de contenido de MoveOn prohíbe las peticiones que promuevan el discurso de odio, la discriminación o la violencia.
3. Avaaz:²² tiene una política de contenido estricta que prohíbe las peticiones relacionadas con campañas políticas partidistas o temas no relacionados con cuestiones sociales, políticas o ambientales globales. La plataforma también prohíbe las peticiones que promuevan el discurso de odio, la violencia o la discriminación.

En cuanto al tipo de contenido permitido en cada plataforma, Change.org tiene la política de contenido más permisiva, mientras que Avaaz tiene la más restrictiva. MoveOn se encuentra en algún punto intermedio, centrándose en causas progresivas pero con una política de contenido más permisiva que Avaaz. Llamaremos la atención sobre esta clasificación inicial en los siguientes párrafos.

²⁰ Condiciones de uso de Change.org (visitado el 3 de julio de 2023)

²⁰¹ Términos de uso de MoveOn (visitado el 3 de julio de 2023)

²² Términos de uso de Avaaz (visitado el 3 de julio de 2023)

Vale la pena señalar que las tres plataformas dependen de la moderación de la comunidad para hacer cumplir sus políticas de contenido. Los usuarios pueden reportar peticiones que violen las políticas y los moderadores de la plataforma revisarán los reportes y tomarán las medidas apropiadas. Las diferencias entre las políticas de contenido de Change.org, MoveOn y Avaaz reflejan las diferentes misiones y objetivos de cada plataforma. Si bien los tres tienen como objetivo promover el cambio social a través de peticiones en línea, abordan este tema de manera diferente.

Sin embargo, es fundamental incluir un análisis más detallado de los términos y condiciones establecidos por estas plataformas. En la siguiente sección, veremos la redacción específica de los términos y condiciones publicados por Change.org, Avaaz y MoveOn.

El uso de las Redes Sociales por las Plataformas de Impacto Social

La presente sección explora la evolución de la dinámica del activismo y la participación cívica en la era digital, analizando la forma híbrida del activismo transnacional. En esta parte del documento, nos centraremos en cómo Avaaz utiliza las plataformas de redes sociales tradicionales para involucrar a las ONG y los ciudadanos comunes. También destaca el papel de los medios digitales como canal para lograr apoyo social, fomentar grupos liderados por ciudadanos y abordar los desafíos del compromiso cívico en los procesos políticos contemporáneos.

Como muestra Kavada (2012) en su artículo "Engagement, bonding, and identity across multiple platforms: Avaaz on Facebook, YouTube, and MySpace", Avaaz encarna una forma híbrida de activismo transnacional. A diferencia de la generación anterior de activismo caracterizada por objetivos políticos claros y redes centralizadas, Avaaz combina elementos de activismo de segunda generación con organizaciones tradicionales de defensa de causas. Avaaz se involucra en políticas impulsadas por la participación ciudadana e influencia internacional aprovechando el poder de Internet y múltiples plataformas. Cada plataforma, incluyendo el sitio web de Avaaz, Facebook y YouTube, ofrece posibilidades distintas para la participación, la conexión y la construcción de identidad. Al utilizar redes sociales preexistentes, sus usuarios pueden convertirse fácilmente en el objetivo de esfuerzos de movilización cuando "amigos" reenvían o difunden mensajes sobre campañas específicas." (p.31) Por lo tanto, Avaaz moviliza a los usuarios a través de sus conexiones y los empodera para contribuir directamente a la agenda de la organización. Aunque las voces individuales están presentes, la organización mantiene el control sobre su imagen y conexiones a través del diseño, reglas y regulaciones de cada plataforma. La voz dominante siempre es la de Avaaz, lo que garantiza una imagen uniforme en todas las plataformas.

No obstante, no debe pasarse por alto que "moderar los comentarios y gestionar la interacción en diferentes plataformas también es un proceso que requiere muchos recursos e imposible de mantener para algunas organizaciones". (p.32) Sin embargo, los críticos expresan su preocupación por la superficialidad de las acciones en línea, la posible dilución de los mensajes organizacionales y la priorización de las voces individuales sobre la creatividad colectiva.

En "Impulsar la participación cívica a través de las redes sociales", Williamson (2011) examina la evolución de la participación social en los procesos de toma de decisiones en la era de las redes sociales. En cuanto a la importancia general de las redes sociales como elemento de movilización social, el autor destaca que la importancia de la innovación

tecnológica radica en cómo facilita nuevas formas de participación y apoyo a las redes sociales y las agendas temáticas. Williamson encuentra que las ONG tradicionales a finales del siglo XX pasaron por procesos de profesionalización que las acercaron a las discusiones tecnocráticas gubernamentales pero las dejaron fuera de lugar para una era en la que es difícil mantener el compromiso. Como consecuencia del cambio de perfil de las ONG, Williamson identifica un cambio en la perspectiva de cómo construyen su relación con la sociedad.²³

El análisis desarrollado por el autor es similar a lo que escriben Liste y Sorensen (2015) sobre el comportamiento de los gobiernos en su relación digital con los ciudadanos. En un estudio de caso de los sitios web del gobierno noruego, Liste y Sorensen encuentran que los gobiernos crean una relación de consumidor, ciudadano o cliente con los ciudadanos a través de los sitios web. Lo visto por Williamson en el análisis del cambio en las relaciones ONG-ciudadano coincide con la perspectiva del consumidor descrita por los autores. En este tipo de relación, se informa a las personas sobre cosas que sucedieron y se les da información sobre las actividades de los gobiernos. En este caso, las ONG participan pero no participan en el proceso de toma de decisiones.

Debido a este proceso, la participación ciudadana en los procesos políticos es cada vez más difícil, sobre todo cuando se busca fomentarla con las estrategias tradicionales utilizadas en el siglo XX. En este contexto, Williamson (2011, p.2) argumenta, siguiendo a Coleman (1998) y Putnam (2000), que “el capital social a menudo se materializa en las relaciones clave que existen entre individuos u organizaciones en la sociedad civil; el acceso a él, por lo tanto, se negocia a través de una variedad de factores de contexto que incluyen el estatus socioeconómico, las circunstancias geográficas, el origen étnico, la religión, la edad, el género y la orientación sexual”.

Desde que la relación entre las ONG y los ciudadanos se disolvió parcialmente a finales del siglo XX, los medios digitales se convirtieron en un canal para conseguir apoyo social. En este espacio surgieron grupos liderados por ciudadanos y se convirtieron en un espacio de resistencia. Sobre todo porque la sociedad ha demostrado interactuar en las redes sociales con personas de ideas afines. La naturaleza viral, rápida, emergente y conectada de la Web 2.0, entendida como páginas y plataformas impulsadas por los usuarios, es fundamental para replicar las dinámicas sociales fuera de línea y conectar redes de asociación sueltas como las que resultaron de la desconexión social de finales del siglo XX: plataformas como Change.org. Avaaz y MoveOn dependen en gran medida de las plataformas de redes sociales tradicionales de "Big tech". Por ejemplo, el 60% de las peticiones de Change.org en Argentina en 2022 provino de acciones en Whatsapp.²⁴

²³ Este proceso de pasar de ciudadanos a usuarios/consumidores ha sido objeto de una extensa literatura desde la década de 1990.

²⁴ Entrevista con un ex-trabajador de Change.Org en Argentina.

Términos y Condiciones en las Plataformas de Impacto Social

Los términos y condiciones de las tres plataformas no comerciales tienen varios puntos en común. Sin embargo, se puede establecer una diferencia en el caso de Change.org, identificándose como una plataforma más permisiva que Avaaz y MoveOn.

Tras los cambios en sus políticas de contenido en 2021, podemos afirmar que si bien las plataformas comparten similitudes en sus objetivos, difieren en sus políticas de contenido y el nivel de permisividad a la hora de albergar cierto tipo de peticiones. Por ejemplo, Change.org tiene un enfoque amplio, que permite a los usuarios crear peticiones sobre varios temas. Esta naturaleza permisiva significa que las peticiones sobre temas sociales, políticos y personales se alojan en la plataforma. Como resultado, el contenido de Change.org puede abarcar diversos temas, desde campañas políticas globales hasta llamamientos personales para causas locales o individuales. La plataforma prioriza las peticiones generadas por los usuarios y tiene una gran base de usuarios en diferentes países y culturas. También permite peticiones con contenido no social.²⁵

Avaaz es una plataforma de defensa que se enfoca principalmente en temas internacionales de derechos humanos, protección ambiental y justicia social. Es probable que las políticas de contenido de la plataforma sean más enfocadas y selectivas, con un mayor énfasis en los temas que se alinean con su misión principal, y la plataforma es más permisiva con las peticiones que abordan directamente preocupaciones globales apremiantes y campañas con un amplio impacto.²⁶

Finalmente, MoveOn es una organización y plataforma de defensa política progresista. Se centra más explícitamente en causas y campañas progresistas. El contenido de la plataforma puede centrarse en temas de política progresista, justicia social y activismo ambiental. Como resultado, la plataforma puede ser más permisiva con las peticiones que se alinean con valores y objetivos progresistas, pero muy restrictiva con las cuestiones generales.²⁷

Es esencial tener en cuenta que las políticas de contenido específico y la permisividad de estas plataformas pueden evolucionar y pueden diferir según las consideraciones regionales y los marcos legales.

²⁵ Términos de uso de Change.org (visitado el 16 de junio de 2023)

²⁶ Términos de uso de Avaaz (visitado el 16 de junio de 2023)

²⁷ Términos de uso de MoveON (visitado el 16 de junio de 2023)

¿Cómo funcionan los Lineamientos de la comunidad y los Términos de condiciones en las plataformas de impacto social?

En primer lugar, se aclara que ninguna de las plataformas establece explícitamente las modificaciones específicas realizadas al actualizar las pautas de la comunidad y los términos y condiciones. En la página oficial sólo se menciona la fecha de la última actualización.

Las pautas de la comunidad de Change.org, según su página, se actualizaron por última vez en junio de 2020. Determinan acciones específicas que no se deben hacer o que podrían llevar a la eliminación de peticiones o a que se limite el acceso a las cuentas.²⁸ Un miembro no debe, en su uso de la plataforma: generar violencia; o incitar al odio (mediante la publicación de contenido que ataque a cualquier persona en función de su: edad, color, discapacidad, origen étnico, género, nacionalidad, origen nacional, raza, religión, género, orientación sexual, condición médica o condición de veterano); incluir símbolos y logotipos de grupos de odio reconocidos o personas asociadas con ellos; engañar a otros; llevar a cabo el robo de identidad; violar la privacidad; realizar agresiones e intimidaciones; incluir contenido explícito innecesario; daño a los niños; correo basura; compartir información personal; realizar actividades ilícitas.

Si el contenido viola los Lineamientos de la comunidad o es inapropiado u objetable, pueden eliminarlo de la plataforma o editarlo para garantizar el cumplimiento de las reglas. En la mayoría de los casos, notificarán al miembro de su infracción y tratarán de trabajar con ellos para resolver el problema antes de tomar cualquiera de estas medidas (sin embargo, reiteran que no están obligados a hacerlo).²⁹

En cuanto a los estándares de contenido, Avaaz tiene una política más estricta en comparación con Change.org. Se muestra en el sitio web oficial actualizado por última vez en abril de 2019. Al igual que Change.org, los usuarios no deben usar esta plataforma para engañar a ninguna persona; promover cualquier actividad ilegal, o defender, promover o ayudar a cualquier acto ilegal; hacerse pasar por cualquier persona; promover material sexualmente explícito o pornográfico, violencia o discriminación por motivos de raza, sexo, religión, nacionalidad, discapacidad, orientación sexual o edad.

²⁸ Según una entrevista con un ex miembro del personal de Change.org, esto se observa caso por caso. Afirman crear un contexto lo más objetivo posible sobre si el texto infringe las pautas de la comunidad.

²⁹ Según una entrevista con un ex miembro del personal de Change.org, si cierto contenido viola los términos de uso y no hay respuesta del usuario o hay una respuesta pero sigue siendo una violación de los términos de uso, se eliminará. Sin embargo, no ha habido ningún caso en el que un usuario haya sido baneado de la plataforma.

Además, añaden otras normas. Las contribuciones realizadas por los usuarios en la plataforma no deben contener ningún material que sea falso, difamatorio, obsceno, indecente, abusivo, ofensivo, acosador, violento, odioso, incendiario, que ponga en peligro la misión más amplia de Avaaz o que sea objetable de cualquier otro modo. Además, el contenido no debe infringir ninguna patente, marca registrada, secreto comercial, derechos de autor u otros derechos de propiedad intelectual de cualquier otra persona; violar los derechos legales (incluidos los derechos de publicidad y privacidad) de otros o contener cualquier material que pueda dar lugar a responsabilidad civil o penal en virtud de las leyes o reglamentos aplicables o que de otro modo pueda estar en conflicto con los Términos de uso y la Política de privacidad. Además, se incluye que el contenido no debe involucrar actividades comerciales o ventas, como concursos, sorteos y otras promociones de ventas y publicidad, ni aparentar que provienen de la plataforma o de cualquier otra persona/entidad si no es ese el caso.

Por último, los usuarios no deben usar esa plataforma de ninguna manera que viole cualquier ley o regulación nacional, regional, federal, estatal, local o internacional aplicable; explotar, dañar o intentar explotar o dañar a menores de cualquier manera exponiéndolos a contenido inapropiado, solicitando información de identificación personal o de otra manera; para transmitir o procurar el envío de cualquier material publicitario o promocional, incluido cualquier "correo basura", "carta en cadena", "spam" o cualquier otra solicitud similar; para recolectar o recopilar direcciones de correo electrónico u otra información de identificación personal de los usuarios de este sitio por medios electrónicos o de otro tipo para cualquier propósito; participar en cualquier otra conducta que restrinja o inhiba el uso o disfrute de este sitio por parte de cualquier persona, o que, según lo determinemos nosotros, puede dañar a Avaaz o a los usuarios del sitio o exponerlos a responsabilidad; o para cualquier propósito comercial.

La regulación de contenidos de MoveOn puede considerarse un término medio entre Change.org y las políticas de contenidos de Avaaz. Se muestra en el sitio web oficial que se actualizó por última vez en abril de 2022.³⁰ Si hay contenido inapropiado en el sitio web, se eliminará a discreción exclusiva de MoveOn.

MoveOn enfatiza enfáticamente que la plataforma está diseñada únicamente para crear, difundir y firmar peticiones no comerciales y crear conciencia sobre temas de política pública, políticas y legislación. Las peticiones, los comentarios, las imágenes y el texto aceptables cargados o agregados al sitio deben ser coherentes con el diseño del sitio. Se pueden eliminar si son incompatibles con dicho diseño o violan los Términos de uso.³¹

³⁰ Términos de uso de Avaaz (visitado el 3 de julio de 2023)

³¹ Privacidad y términos de servicio de MoveOn (visitado el 3 de julio de 2023)

Al igual que Change.org y Avaaz, los usuarios no deben, en su uso de la plataforma: promover y/o alentar actividades ilegales o ilícitas en ningún país; abogar por el odio, la violencia, el abuso, las amenazas o el daño contra cualquier grupo, individuo o entidad; acosar o animar a otros a acosar a cualquier grupo, individuo o entidad; incluir contenido vulgar, obsceno, profano, pornográfico y/u ofensivo de otro modo; divulgar información confidencial, privada o secreta comercial de terceros.

Al igual que Avaaz, en ningún caso se puede utilizar esta plataforma para fines o fines comerciales o lucrativos; o para solicitar fondos o contribuciones a cualquier candidato, grupo, organización, comité o entidad de cualquier tipo. Además, el contenido no debe ser difamatorio o calumnioso. Además, el contenido aportado a la plataforma no debe infringir ni violar los derechos de terceros, incluidos los derechos de propiedad intelectual, los derechos de privacidad o los derechos de publicidad de otros, incluida la publicación o el suministro de enlaces a copias no autorizadas del trabajo protegido por derechos de autor de otros.

En conclusión, Change.org tiene la política de contenido más permisiva de las tres plataformas no comerciales. Su política de contenido prohíbe la violencia, la incitación al odio, incluidos los símbolos y logotipos de grupos de odio reconocidos o personas asociadas con ellos, el engaño a otros, el robo de identidad, la violación de la privacidad, la agresión y la intimidación, incluido el contenido explícito innecesario, el daño a los niños, el correo no deseado, el intercambio de información personal y la realización de actividades ilegales.

En segundo lugar, la política de contenido de MoveOn es muy detallada pero menos restrictiva que la de Avaaz. Comparte puntos críticos específicos con la política de contenido de Change.org, pero es más completo en dichas descripciones. En la plataforma, los usuarios no deben: promover y/o alentar actividades ilegales o ilícitas en ningún país; abogar por el odio, la violencia, el abuso, las amenazas o el daño contra cualquier grupo, individuo o entidad; acosar o animar a otros a acosar a cualquier grupo, individuo o entidad; incluir contenido vulgar, obsceno, profano, pornográfico y/u ofensivo de otro modo; o divulgar información confidencial, privada o secreto comercial de terceros. También agrega que el contenido no debe ser difamatorio, calumnioso o calumnioso.

Además, la política de contenido de MoveOn es más estricta, ya que esta plataforma no se puede utilizar con fines comerciales o lucrativos. Por lo tanto, debe utilizarse para la creación, difusión y firma de peticiones no comerciales y para crear conciencia sobre temas relacionados con cuestiones de política pública, políticas y legislación. Por último, el contenido no debe infringir ni violar los derechos de terceros, incluidos los derechos de

propiedad intelectual, los derechos de privacidad o los derechos de publicidad de otros, incluida la publicación o el suministro de enlaces a copias no autorizadas del trabajo protegido por derechos de autor de otra parte.

Avaaz es la más restrictiva de las tres plataformas no comerciales mencionadas. Al igual que Change.org y MoveOn, esta plataforma no debe utilizarse para engañar o engañar a ninguna persona; promover cualquier actividad ilegal, o defender, promover o ayudar a cualquier acto ilegal; hacerse pasar por cualquier persona; promover material sexualmente explícito o pornográfico, violencia o discriminación por motivos de raza, sexo, religión, nacionalidad, discapacidad, orientación sexual o edad. Al igual que MoveOn, el contenido de la plataforma no debe contener ningún material que sea falso, difamatorio, obsceno, indecente, abusivo, ofensivo, acosador, violento, odioso, incendiario, que ponga en peligro la misión más amplia de Avaaz o que sea objetable de otro modo; infringir o violar los derechos de terceros; o involucren actividades comerciales o ventas, tales como concursos, sorteos y otras promociones de ventas, trueque o publicidad. Además, a diferencia de las políticas de contenido de otras empresas, el contenido no debe dar la impresión de que emana de la empresa o de cualquier otra persona o entidad si este no es el caso. Adicionalmente, incluye que los usuarios no deben usar esta plataforma de ninguna manera que viole cualquier ley o regulación nacional, regional, federal, estatal, local o internacional aplicable; explotar, dañar o intentar explotar o dañar a menores de cualquier manera exponiéndolos a contenido inapropiado, solicitando información de identificación personal o de otra manera; para transmitir o procurar el envío de cualquier material publicitario o promocional, incluido cualquier "correo basura", "carta en cadena", "spam", o cualquier otra solicitud similar; recolectar o recopilar direcciones de correo electrónico u otra información personal identificable de los usuarios de este sitio mediante medios electrónicos u otros, con cualquier propósito; participar en cualquier otra conducta que restrinja o inhiba el uso o disfrute de este sitio por parte de cualquier persona, o que, según lo determinemos, pueda perjudicar a Avaaz o a los usuarios del sitio, o exponerlos a responsabilidad.

Plataformas de impacto social y eliminación de contenido

El proceso para eliminar contenido dañino o contenido que viola las pautas de la comunidad puede variar según la plataforma. Sin embargo, la literatura académica y los profesionales están de acuerdo en que el procedimiento implica los siguientes pasos antes del desmontaje:

- 1. Identificación de infracciones: Moderadores de la plataforma o contenido de sistemas automatizados que pueden infringir las pautas de la comunidad de la plataforma. Esto podría incluir contenido que incite al odio, incite a la violencia, promueva el terrorismo o sea sexualmente explícito.*
- 2. Revisión: los moderadores de la plataforma o los sistemas automatizados luego revisan el contenido identificado para determinar si viola las pautas de la comunidad. Esto incluye un proceso interno en el que se consulta a las diferentes partes interesadas. A veces, se requiere la intervención de un representante local para proporcionar contexto y una interpretación local de la posible infracción de contenido.*
- 3. Decisión: en función de la revisión, la plataforma decidirá si eliminar el contenido, dejarlo con una advertencia o etiqueta, o tomar otras medidas.*
- 4. Notificación: si se elimina el contenido, se notifica al usuario que lo publicó sobre la eliminación y el motivo.*
- 5. Apelación: los usuarios pueden apelar la eliminación de su contenido si creen que se eliminó por error o si la decisión de la plataforma fue injusta.*

Las plataformas también pueden tener diferentes procesos para manejar tipos específicos de violaciones o para tratar con infractores reincidentes. Esto también podría prohibir a los usuarios continuar publicando contenido en las plataformas. Además, algunas plataformas pueden usar algoritmos de aprendizaje automático para identificar y marcar contenido potencialmente dañino, lo que puede acelerar el proceso de revisión (Change.org).

Change.org tiene más de 450 millones de usuarios en todo el mundo.³² Sus políticas de contenido han evolucionado desde el lanzamiento global de la plataforma en 2007.³³ En los últimos años, la plataforma ha aumentado el número de empleados que trabajan en

³² Según el sitio de estadísticas <https://expandedramblings.com/index.php/changeorg-facts-statistics/>

³³ Ha habido cambios sustanciales en la política de contenido desde su creación original. Según una entrevista con un ex miembro del personal de Change.org, la política de contenido se centró en si el contenido infringía los términos de uso, mientras que ahora hay un mayor énfasis en quién creó la petición.

Políticas, lo que dio lugar a políticas de contenido más específicas y completas. Change.org tiene una Política de contenido que es relativamente fácil de encontrar en la plataforma en la sección Políticas. La sección describe los tipos de contenido que no están permitidos en la plataforma, como la incitación al odio, las amenazas, el acoso y la promoción de la violencia. Cuando los usuarios reportan contenido que creen que viola la política, el equipo de moderación de Change.org lo revisará y determinará si debe eliminarse.

Según Change.org, los empleados de Change.org siguen un proceso de cinco pasos para eliminar contenido dañino y hacer cumplir las pautas de su comunidad.

1. Informes de usuario: los usuarios pueden informar contenido haciendo clic en el botón "Informar" en la página donde aparece el contenido. Esto es fácil de encontrar en una "página de petición".
2. Revisión de moderación: el equipo de moderación de Change.org revisará el contenido denunciado para determinar si infringe la Política de contenido. La intervención de los representantes locales es fundamental para tomar decisiones sobre el contenido.
3. Decisión de eliminación: según la revisión, el equipo de moderación decidirá si eliminar el contenido, dejarlo con una advertencia o etiqueta, o tomar otras medidas.
4. Notificación: si se elimina el contenido, se notifica al usuario que lo publicó sobre la eliminación y el motivo. Los equipos locales también desempeñan un papel en la notificación y el suministro de información sobre por qué se eliminó el contenido.
5. Apelaciones: los usuarios pueden apelar la eliminación de su contenido si creen que se eliminó por error o si la decisión del equipo de moderación fue injusta.

Change.org también utiliza algoritmos de aprendizaje automático para ayudar a identificar contenido potencialmente dañino y marcarlo para que lo revise el equipo de moderación. Además, cuentan con un equipo de moderadores humanos que revisan el contenido denunciado para asegurarse de que cumple con sus políticas. El equipo global y el personal local interactúan con los equipos de políticas globales para abordar posibles infracciones de contenido. Según el personal, los representantes locales desempeñan un papel fundamental para proporcionar una comprensión local de la posible violación. Este es un desafío para una plataforma multilingüe con menos recursos para monitorear contenido que plataformas comerciales como Facebook, Twitter o Instagram.

Por ejemplo, en el caso de que un grupo de supremacistas blancos o neonazis cree una petición, esta será revisada.

³⁴ Según el sitio web de Avaaz: <https://avaaz.org/page/en/about/>

Avaaz es una organización cívica global que se enfoca en el cambio climático, los derechos humanos y la democracia. Tienen 69 millones de usuarios en todo el mundo³⁴ y 24 millones en América Latina. La estricta política de contenido de Avaaz prohíbe el contenido dañino o abusivo, incluido el discurso de odio, las amenazas y la información errónea. También cuentan con lineamientos que prohíben contenidos que promuevan la violencia, el acoso o la discriminación por motivos de raza, género, orientación sexual, religión o cualquier otra característica. Esto hace que Avaaz sea una plataforma menos abierta en comparación con Change.org.

Avaaz utiliza una combinación de tecnología y revisión humana para hacer cumplir sus políticas de contenido. Emplean herramientas automatizadas para buscar contenido dañino, como el discurso de odio. También cuentan con un equipo de moderadores que revisan el contenido marcado para determinar si infringe sus políticas. Avaaz alienta a sus miembros a reportar contenido dañino.

Cuando Avaaz identifica contenido dañino, lo elimina rápidamente de su plataforma. Según la gravedad de la infracción, Avaaz puede emitir una advertencia, suspender una cuenta o expulsar permanentemente a un usuario de la plataforma. También trabajan en estrecha colaboración con las agencias de aplicación de la ley para abordar la actividad ilegal en su plataforma.

En conclusión, Avaaz tiene una sólida política de contenido que prioriza la seguridad y el bienestar de sus usuarios. Utilizan la tecnología y la revisión humana para hacer cumplir las políticas y tomar medidas rápidas para eliminar el contenido dañino de su plataforma. Si bien tanto Avaaz como Change.org son plataformas digitales que permiten a las personas crear peticiones y campañas sobre varios temas, sus políticas de contenido difieren en algunas formas clave.

Una de las principales diferencias entre las dos plataformas es el tipo de contenido que permiten. Change.org tiene una política de contenido más permisiva que permite una gama más amplia de temas y puntos de vista, incluso los controvertidos, siempre que no violen sus pautas sobre discursos de odio, acoso y violencia.

Por otro lado, Avaaz tiene una política más estricta que prohíbe el contenido dañino o abusivo, incluidos los discursos de odio, las amenazas y la información errónea. Además, Avaaz sólo permite peticiones con un claro objetivo de cambio social, mientras que Change.org tiene un enfoque abierto donde cualquier petición, incluso aquellas sin un claro impacto de cambio social. Esto se basa en su filosofía de ser una plataforma verdaderamente abierta. Esta declaración desafía debates apasionantes sobre el papel de

las plataformas de impacto social y la libertad de expresión. Para una explicación más detallada de estos desafíos, el trabajo de Leidner y George y la evolución del activismo digital ha hecho importantes aportes (Leidner y George, 2019).

Otra diferencia está en la aplicación de sus políticas de contenido. Change.org se basa principalmente en los informes de los usuarios y en la identificación de contenido dañino, mientras que Avaaz usa herramientas automatizadas y revisión humana para buscar y eliminar contenido dañino.

Además, el enfoque de Change.org para eliminar contenido dañino es más reactivo, mientras que Avaaz adopta un enfoque más proactivo al buscar contenido dañino antes de que se convierta en un problema. Además, como política interna, Avaaz elimina las peticiones de cambios no sociales.

Si bien tanto Avaaz como Change.org están comprometidos con promover el cambio social y empoderar a las personas para que marquen la diferencia, tienen diferentes enfoques para la moderación de contenido y para garantizar la seguridad de sus usuarios. Las diferencias en sus políticas de contenido pueden atraer a diversas audiencias y servir para otros propósitos, según el tipo de campaña o petición que se cree. Avaaz atiende a actividades y problemas más globales, mientras que Change.org es más local y se enfoca en ciudadanos comunes.

MoveOn es un ejemplo interesante de una plataforma de impacto social con campañas sobre varios temas basados en la premisa de "defender los valores progresistas".

Moderación y eliminación de contenido de "Big Tech"

La moderación del contenido es crucial en las plataformas de redes sociales, ya que garantiza que el contenido generado por el usuario se alinee con las pautas y estándares de la comunidad. Esta parte del documento examina las políticas de moderación de contenido de tres plataformas de redes sociales prominentes: Facebook, Twitter e Instagram.

Facebook ha desarrollado un conjunto integral de Normas comunitarias que definen el contenido aceptable en la plataforma. Estos estándares cubren varias categorías, incluido el discurso de odio, la violencia, la desnudez y el contenido gráfico. Por ejemplo, Facebook prohíbe la incitación al odio dirigida a personas en función de su raza, etnia, religión y orientación sexual. Las violaciones de estas políticas pueden resultar en la eliminación de contenido y restricciones de cuenta de usuario.

Para hacer cumplir la moderación de contenido, Facebook emplea una combinación de informes de usuarios, algoritmos de inteligencia artificial y procesos de revisión humana. Cuando los usuarios denuncian contenido, pasa por un proceso de revisión para determinar si cumple con los Estándares de la comunidad. Facebook también utiliza algoritmos de inteligencia artificial para detectar y eliminar proactivamente el contenido infractor, aunque el sistema no está exento de errores y se basa en la revisión humana para una toma de decisiones precisa.³⁵

Facebook tiene un enfoque multifacético para la eliminación de contenido, que emplea una combinación de informes de usuarios, algoritmos de inteligencia artificial (IA) y procesos de revisión humana. Aquí hay una explicación ampliada del enfoque y el proceso de eliminación de contenido de Facebook:

- 1. Informes de usuario: Facebook alienta a los usuarios a denunciar contenido que viole los Estándares comunitarios de la plataforma. Los usuarios pueden denunciar publicaciones individuales, comentarios, fotos, videos y perfiles o páginas completas. La función de denuncia permite a los usuarios seleccionar la categoría de infracción específica que mejor se adapte al contenido, como incitación al odio, violencia gráfica, desnudez o acoso.*
- 2. Detección de IA: Facebook emplea algoritmos avanzados de inteligencia artificial para detectar e identificar de manera proactiva el contenido potencialmente infractor. Estos algoritmos utilizan técnicas de aprendizaje automático y reconocimiento de*

³⁵ Se puede encontrar una mirada más cercana a los esfuerzos de Facebook en la moderación de contenido en el Informe anual de derechos humanos de la compañía. <https://derechoshumanos.fb.com/>

patrones para escanear y analizar el vasto contenido publicado en la plataforma. Los sistemas de IA están entrenados en grandes conjuntos de datos de contenido informado y moderado previamente para mejorar su precisión con el tiempo.

- 3. Proceso de revisión: El contenido denunciado y marcado se revisa para determinar si cumple con los Estándares comunitarios de Facebook. El proceso de revisión involucra a moderadores humanos que evalúan el contenido denunciado según las pautas proporcionadas por Facebook. Estos moderadores están capacitados para aplicar un juicio coherente y justo al evaluar el contenido informado.^{36 37}*
- 4. Escalamiento y apelaciones: En casos de ambigüedad o desacuerdo sobre si el contenido denunciado infringe las Normas comunitarias, Facebook ofrece un proceso de escalamiento y apelación. Los moderadores de nivel superior pueden revisar el contenido informado o someterse a una revisión secundaria para garantizar una toma de decisiones justa. Además, Facebook ofrece un proceso de apelación en el que los usuarios pueden impugnar la eliminación de contenido o las restricciones de cuenta si creen que se ha producido un error.*
- 5. Mejora continua: Los comentarios de los usuarios y la información obtenida del proceso de revisión se utilizan para refinar los algoritmos de IA y mejorar la eficiencia y precisión de la moderación de contenido. Facebook también invierte en capacitar a sus moderadores humanos para garantizar la aplicación constante de los estándares comunitarios.*

Es importante tener en cuenta que la moderación de contenido en una plataforma tan amplia como Facebook presenta desafíos importantes. El gran volumen de contenido generado por los usuarios y la necesidad de una revisión oportuna a veces pueden generar errores o demoras en la eliminación del contenido.

Las políticas de moderación de contenido de Twitter se describen en sus Reglas, que abordan varios problemas, como el acoso, la incitación al odio, la información errónea y el comportamiento abusivo.³⁸ La plataforma es sólida contra el acoso y el abuso dirigidos, e impone sanciones estrictas a los usuarios que se comportan de esa manera. La desinformación, en particular con respecto a la salud pública y la integridad electoral, es otra área en la que Twitter participa activamente en la moderación de contenido.³⁹

³⁶ Meta, "Cómo revisamos el contenido" | <https://about.fb.com/news/2020/08/how-we-review-content/>

³⁷ Facebook Oversight Board <https://about.fb.com/news/2020/05/welcoming-the-oversight-board/>

³⁸ Pautas de uso de la plataforma, Twitter. (Visita el 3 de julio de 2023)

³⁹ Política sobre desinformación, Twitter. (Visita el 3 de julio de 2023)

Los usuarios pueden reportar tweets y cuentas por violar las reglas de Twitter. Twitter emplea sistemas automatizados y moderadores humanos para revisar el contenido denunciado y tomar las medidas adecuadas, incluidas las eliminaciones de contenido y las suspensiones de usuarios. Sin embargo, Twitter ha enfrentado críticas por inconsistencias en la moderación de contenido, y algunos usuarios alegan la aplicación sesgada de políticas basadas en afiliaciones políticas o ideológicas.

Twitter proporciona a los usuarios un mecanismo de denuncia para marcar contenido que infrinja sus Reglas. Los usuarios pueden denunciar tweets individuales, perfiles, mensajes directos u otras formas de contenido. Twitter permite a los usuarios especificar la categoría de la infracción, como acoso, incitación al odio, amenazas violentas o información errónea.⁴⁰

Además, la empresa emplea algoritmos de inteligencia artificial para ayudar en la moderación del contenido. Estos algoritmos utilizan técnicas de aprendizaje automático para analizar e identificar contenido potencialmente infractor. Los algoritmos consideran varias señales, incluidas las palabras clave, el contexto y los patrones de comportamiento del usuario, para detectar y priorizar el contenido que puede requerir revisión humana.⁴¹

El uso de informes manuales también es esencial para Twitter. El contenido denunciado se somete a revisión humana por parte de moderadores capacitados. Estos moderadores toman decisiones sobre eliminaciones de contenido, advertencias o suspensiones de cuentas.

En cuanto al proceso de apelaciones para el deseo de contenido que se eliminó, Twitter ofrece un proceso de apelaciones para los usuarios que creen que su contenido se marcó incorrectamente o que se suspendió su cuenta. Los usuarios pueden enviar una apelación a través de los canales designados de la plataforma y un equipo diferente de moderadores revisará el contenido o la cuenta para garantizar una reconsideración justa.

Instagram mantiene sus políticas de moderación de contenido a través de sus Lineamientos de la comunidad. Enfatiza la desnudez, las autolesiones, la intimidación y el discurso de odio. La plataforma prohíbe la desnudez explícita pero permite la desnudez artística y no sexual.

La moderación de contenido en Instagram implica una combinación de algoritmos de inteligencia artificial, informes de usuarios y moderación humana. La plataforma utiliza tecnología de IA para detectar y eliminar contenido potencialmente infractor de forma

⁴⁰ Reportar incumplimientos, Twitter. (Visita el 3 de julio de 2023)

⁴¹ Funcionalidades para reportar contenido, Twitter. (Visita el 3 de julio de 2023)

⁴² ¿Cómo utiliza Instagram la inteligencia artificial para moderar el contenido? Instagram (visitado el 3 de julio de 2023).

⁴³ Abuso y spam. Instagram (visitado el 3 de julio de 2023).

proactiva. Los usuarios pueden denunciar el contenido que creen que infringe las directrices, y los moderadores humanos revisan estos informes para tomar decisiones finales sobre la eliminación de contenido y las acciones de la cuenta.⁴²

Instagram ofrece herramientas de informes para que los usuarios marquen contenido que infrinja sus Lineamientos de la comunidad. Los usuarios pueden denunciar publicaciones individuales, comentarios, historias, perfiles o mensajes directos. Instagram ofrece opciones de informes para infracciones como desnudez, intimidación, incitación al odio, autolesiones o violencia gráfica.⁴³

Dado que la plataforma es parte de META, Instagram utiliza tecnología de inteligencia artificial para ayudar en la moderación del contenido. Los algoritmos de IA detectan y eliminan automáticamente el contenido infractor, incluidas las imágenes explícitas o confidenciales.

Los algoritmos están capacitados para identificar patrones y contextos indicativos de infracciones de políticas, lo que ayuda en la revisión y eliminación eficientes del contenido. Además, Instagram cuenta con un equipo de revisores de contenido que evalúan el contenido denunciado y toman decisiones con respecto a eliminaciones, advertencias o acciones de la cuenta. La moderación humana ayuda a garantizar un juicio matizado en casos complejos que requieren un análisis específico del contexto.⁴⁴

La moderación de contenido plantea desafíos importantes para estas plataformas. Lograr el equilibrio adecuado entre la libertad de expresión y limitar el contenido dañino sigue siendo un desafío constante. La gran cantidad de contenido generado por los usuarios dificulta la identificación y eliminación de infracciones.

Además, las plataformas enfrentan críticas con respecto a los sesgos percibidos en sus prácticas de moderación de contenido, a menudo acusadas de ser demasiado restrictivas o de no hacer lo suficiente para combatir el contenido dañino.

El debate sobre el papel y la responsabilidad de las plataformas de redes sociales en la moderación de contenido continúa. Las plataformas deben navegar por la delgada línea entre salvaguardar la seguridad del usuario y mantener un entorno abierto para diversas perspectivas y discusiones. Desarrollar políticas de moderación de contenido transparentes y consistentes mientras se abordan las preocupaciones de sesgo y responsabilidad es un desafío crucial.

Facebook, Twitter e Instagram han implementado políticas integrales de moderación de contenido para fomentar entornos en línea seguros e inclusivos, como se establece en sus

⁴⁴Regulación de contenidos, Instagram (Visitado el 3 de julio de 2023).

Lineamientos de la comunidad o Términos de uso. Estas plataformas emplean una combinación de informes de usuarios, algoritmos de inteligencia artificial y moderación humana para hacer cumplir sus pautas. Sin embargo, persisten los desafíos para lograr el equilibrio adecuado y abordar las preocupaciones de sesgo y consistencia.

A medida que evoluciona la moderación de contenido, las plataformas de redes sociales enfrentarán nuevos desafíos. Los esfuerzos de colaboración que involucren tecnología, comentarios de los usuarios y mejoras continuas en las políticas serán cruciales para adaptarse a un panorama en constante cambio (Gillespie, 2018).

Mientras que las plataformas comerciales como Facebook, Twitter e Instagram tienen políticas de moderación de contenido bien definidas, las plataformas de impacto social como Change.org, Avaaz y MoveOn abordan la moderación de contenido de manera diferente. A diferencia de las plataformas comerciales, que se enfocan principalmente en hacer cumplir los estándares de la comunidad para mantener un entorno seguro e inclusivo, las plataformas de impacto social a menudo priorizan la amplificación de voces diversas y la promoción del activismo. La moderación del contenido en las plataformas de impacto social garantiza que las campañas y las peticiones se alineen con la misión y los valores de la plataforma en lugar de controlar el contenido generado por los usuarios. Estas plataformas tienen como objetivo fomentar un espacio donde las personas puedan expresar libremente sus opiniones y movilizarse por causas sociales. Esta distinción refleja el debate en curso en torno a la moderación de contenido, destacando las diferentes prioridades y enfoques entre las plataformas comerciales y las plataformas dedicadas al cambio social.

Sin embargo, existe un punto de convergencia entre los mecanismos de regulación de contenidos empleados por las plataformas de impacto social y las plataformas comerciales. Por ejemplo, Meta (anteriormente conocido como Facebook) se asocia con organizaciones de la sociedad civil en todo el mundo para informar su proceso de desarrollo de políticas. Han establecido un "Programa de socios de confianza" destinado a colaborar con organizaciones locales para mejorar su capacidad de monitorear las redes sociales. Este programa abarca 400 organizaciones no gubernamentales, incluidas agencias humanitarias y de derechos humanos, que abarcan 113 países.⁴⁵ El objetivo principal es obtener información más profunda sobre las tendencias de contenido problemático, priorizar la seguridad en línea y promover políticas transparentes. Meta enfatiza que estos socios de confianza desempeñan un papel doble, informan sobre el contenido y brindan comentarios cruciales sobre las políticas de contenido de la empresa. Al incorporar reguladores externos con perspectivas imparciales, las empresas comerciales buscan garantizar que sus pautas de contenido no se vean influenciadas únicamente por consideraciones monetarias.

⁴⁵Centro de Transparencia, Meta. <https://transparency.fb.com/>

Regulación del contenido: los desafíos de centrarse solo en plataformas comerciales

Como se discutió en este artículo, la distinción entre plataformas cívicas y comerciales es extremadamente borrosa y los formuladores de políticas no la abordan debido a la falta de comprensión de la transición masiva de la participación cívica al espacio digital.

Durante la primera era de Internet, las leyes se centraban principalmente en proteger los datos de las personas mientras navegaban por la web. Sin embargo, los reguladores ahora están dirigiendo cada vez más su atención hacia la regulación del contenido que circula en Internet. Aunque solo unos pocos países han aprobado leyes para controlar el contenido de las plataformas, este artículo propone una discusión de varias leyes y proyectos que buscan hacerlo. Específicamente se discutirá lo siguiente: El proyecto del Senador Girardi desde Chile⁴⁶, proyecto del senador Rodríguez Saá desde Argentina⁴⁷, el proyecto "Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet" de Brasil⁴⁸, el reglamento "Ley de Servicios Digitales" de la UE⁴⁹, y la "Network Enforcement Act" de Alemania.⁵⁰

Aunque cada proyecto o ley tiene definiciones de plataformas ligeramente diferentes, todos comparten una comprensión común de las plataformas como proveedores de servicios que permiten a los usuarios compartir información con otros a través de Internet. Esta definición se aplica a cualquier servidor de servicios de Internet que permita a los usuarios publicar y compartir contenido con otros y ver el contenido compartido por otros.

El proyecto brasileño se destaca porque busca regular los servicios de redes sociales y mensajería privada, incluida la mensajería cifrada, como WhatsApp.⁵¹ Lo que el proyecto pretende regular en los servicios de mensajería privada es la cantidad de veces que se comparte la información, por lo que requiere que los servicios de mensajería desarrollen

⁴⁶ El proyecto del Senador Girardi fue presentado el 1 de septiembre de 2021 y se puede descargar en: <https://www.camara.cl/legislacion/ProyectosDeLey/tramitacion.aspx?prmID=15047&prmBOLETIN=14561-19>

⁴⁷ El proyecto del Senador Rodríguez Saá fue presentado el 6 de mayo de 2020 y se puede descargar en: <https://www.senado.gov.ar/parlamentario/comisiones/verExp/848.20/S/PL>

⁴⁸ El proyecto de Brasil fue presentado el 20 de junio de 2020. Puede descargarse en: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1909983

⁴⁹ La Ley de Servicios Digitales fue aprobada el 22 de abril de 2022 y puede descargarse en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32022R2065&qid=1666857835014>

⁵⁰ La Network Enforcement Act fue aprobada en junio de 2017. El texto original puede descargarse de: https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/NetzDG_engl.pdf;jsessionid=0906A0DC0C2E9320001E64096948A257.2_cid297?__blob=publicationFile&v=2

⁵¹ Las redes sociales y los servicios de mensajería privada se definen en el art. 5°.

funcionalidades que limiten la cantidad de veces que se puede reenviar un mensaje. El proyecto también otorga a los servicios de mensajería la responsabilidad de notificar al organismo de control cada vez que un usuario comparte contenido que se considera ilegal en los términos de esta ley específica; algo que las empresas de mensajería encriptada no pueden hacer ya que no acceden al contenido de los mensajes compartidos entre usuarios. Un último requisito que estipula el proyecto para los servicios de mensajería es desactivar la configuración predeterminada para la creación de chats grupales, reemplazándola con una función que solicita el consentimiento de los usuarios antes de permitir que otros usuarios los incluyan en los chats grupales. Para empresas de mensajería privada y plataformas de redes sociales, se estipula la creación de un equipo específico dedicado a la revisión de contenido. Este equipo está a su vez a cargo de la notificación allí donde encuentre contenido ilegal.

Una diferencia significativa entre los proyectos es cómo clasifican las plataformas alcanzadas por las regulaciones. Algunos proyectos imponen un umbral de usuarios, mientras que otros se aplican a todas las plataformas que operan dentro del territorio. Alemania (2 millones)⁵², Brasil (2 millones)⁵³, y Argentina (1 millón)⁵⁴ limitar la aplicación en función del número de usuarios. En cambio, los proyectos de Chile y regulaciones en la UE⁵⁶ no diferencian en función del número de usuarios y se aplican a todas las plataformas.

Sin embargo, lo que resulta evidente desde una perspectiva más amplia es que ninguno de los proyectos distingue entre plataformas cívicas y comerciales. Plataformas como Facebook, Twitter, Change.org y Avaaz se tratan como entidades equivalentes para estas regulaciones.

En consecuencia, la normativa impone a todos las mismas obligaciones. Cabe señalar que el caso de Chile es excepcional, ya que la regulación pretende aplicarse a todas las plataformas con actividad en el país.

Curiosamente, si bien los reguladores presentan el proyecto como una respuesta a la necesidad de regular el contenido de las plataformas de redes sociales que no tienen capacidad de autorregulación, estas empresas quedan exentas de cualquier responsabilidad con respecto al contenido que los usuarios suben a sus servidores. Las

⁵² *Network Enforcement Act. Sección 1, párrafo 2.*

⁵³ *Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Art. 1º.*

⁵⁴ *Proyecto Rodríguez Saá, Argentina. Art. 3º.*

⁵⁵ *Proyecto Girardi, Chile. Art. 2º.*

⁵⁶ *Ley de Servicios Digitales. Capítulo 1, art. 1º.*

⁵⁷ *Proyecto Girardi, Chile. Art. 6º.*

plataformas deben ser neutrales con respecto al manejo de contenido al identificar contenido ilegal en lugar de eliminar contenido considerado ilegal. A diferencia de otros proyectos, este no obliga a las plataformas a tener equipos de revisión de contenido dedicados ni especifica qué oficina o autoridad pública debe ser responsable de hacer cumplir la ley.⁵⁷

Argentina tiene un proyecto de ley, presentado en 2020, que ofrece mejores definiciones en términos de alcance y objetivos, pero genera preocupaciones en cuanto a la libertad de expresión. La normativa propuesta exige que las plataformas incorporen una herramienta visible que permita a los usuarios denunciar contenidos ilegales. La ley define los contenidos ilícitos de la siguiente manera: 1) Las noticias falsas carentes de veracidad y transmitidas a través de diversos portales de comunicación o redes sociales con la intención principal de deshonrar o desacreditar intencionalmente a una persona, acusar falsamente a una persona de un delito específico y circunstancial, o incitar al pánico, la angustia o promover conductas incorrectas durante una pandemia, epidemia o brote de enfermedad; 2) Discurso de odio, que incluye expresiones o mensajes destinados a intimidar, discriminar o incitar al odio y la violencia contra personas o grupos por motivos de raza, religión, nacionalidad, género, orientación sexual discapacidad, o alguna otra característica.⁵⁸

La decisión sobre la ilegalidad de los contenidos denunciados se delega en un equipo de expertos que deben constituir las plataformas. Este equipo evalúa si las publicaciones denunciadas violan las normas de contenido, archiva los informes en un archivo y protege la información relacionada con los informes.⁵⁹

⁵⁸ Proyecto Rodríguez Saá, Argentina. Art. 1°.

⁵⁹ Proyecto Rodríguez Saá, Argentina. Art. 5°.

Conclusión

En conclusión, las plataformas de redes sociales se han convertido en herramientas poderosas para promover el cambio social, lo que permite a las personas y organizaciones crear conciencia, movilizar a los partidarios y abogar por el cambio de políticas. Sin embargo, el uso de las redes sociales para el cambio social también presenta desafíos y riesgos, como la difusión de contenido dañino como el discurso de odio y la desinformación. Además, la presión de la sociedad civil y los reguladores para ampliar definiciones vagas de discurso de odio y desinformación crea una tensión directa con derechos fundamentales como la libertad de expresión y las autoridades de petición.

Además, este documento llama la atención sobre las diferencias significativas entre las plataformas de redes sociales comerciales como Facebook, Twitter e Instagram y las plataformas de impacto social no comerciales como Change.org, Avaaz y MoveOn. Las plataformas comerciales se enfocan principalmente en monetizar el contenido, mientras que las plataformas de impacto social ven el contenido como un medio para impulsar la responsabilidad política y la participación cívica.

La regulación de las plataformas de impacto social debe considerar su tamaño, alcance y daños potenciales al tiempo que considera las consecuencias que esto podría tener sobre los derechos civiles y políticos fundamentales. Las plataformas más pequeñas como Change.org pueden requerir una regulación menos estricta que las plataformas más grandes como Facebook. Además, las plataformas que dependen en gran medida de la publicidad dirigida pueden requerir una regulación adicional para abordar los daños asociados.

El surgimiento de plataformas de impacto social está estrechamente relacionado con la era digital y el auge del activismo digital (Kaun & Uldam, 2018). Plataformas como Change.org, Avaaz y MoveOn aprovechan la tecnología para conectar a las personas a nivel mundial, permitiéndoles tomar medidas colectivas y amplificar sus voces. Estas plataformas actúan como intermediarios, cerrando la brecha entre individuos e instituciones y brindando una infraestructura digital para el compromiso colectivo. Este paso de los mecanismos tradicionales de "rendición de cuentas formal" a los de "rendición de cuentas digital" crea desafíos para los reguladores. Existe la necesidad de explorar más este proceso y abordar cómo el sistema político incorpora la tecnología para canalizar las demandas sociales de las plataformas de participación cívica en línea.

En la era digital, las plataformas de impacto social utilizan plataformas de redes sociales tradicionales para mejorar su alcance y participación. Las plataformas como Avaaz aprovechan múltiples canales, incluidos Facebook y YouTube, para movilizar a los usuarios, crear conexiones y amplificar sus mensajes. Sin embargo, la moderación y el

mantenimiento de un control organizativo constante en todas las plataformas pueden requerir muchos recursos, y los responsables de la toma de decisiones deben abordar esto al desarrollar nuevas regulaciones de contenido orientadas a la "gran tecnología".

Las plataformas de impacto social han transformado el panorama del activismo, empoderando a las personas para que participen en la promoción y dando forma a los movimientos de cambio social. La regulación de estas plataformas debe considerar sus características únicas, políticas de contenido y el equilibrio entre minimizar el contenido dañino y preservar la libertad de expresión y el espacio cívico (Earl & Kimport, 2011).

Investigaciones adicionales podrían explorar el impacto de las leyes y regulaciones de moderación de contenido en las plataformas de impacto social. A medida que los gobiernos y los organismos reguladores proponen y promulgan cada vez más leyes de moderación de contenido, es esencial comprender cómo estas regulaciones afectan las operaciones y la eficacia de las plataformas de impacto social. Esta investigación podría explorar cómo las leyes de moderación de contenido afectarán la naturaleza de estos nuevos mecanismos de "responsabilidad digital" y los derechos de los ciudadanos para interactuar con los legisladores. También podría investigar los desafíos y las implicancias de cumplir con estas leyes, incluida la tensión potencial entre el cumplimiento normativo y las misiones de la plataforma de promover el cambio social y la participación cívica.

Además, la investigación futura podría examinar cómo el cambio social utiliza diferentes estrategias para mantener un espacio cívico digital abierto e inclusivo mientras cumple con los requisitos legales. Además, la investigación podría explorar el impacto potencial de las leyes de moderación de contenido en la capacidad de las plataformas de impacto social para amplificar las voces marginadas y facilitar diversas perspectivas, asegurando que estas regulaciones no sofoquen sin darse cuenta o afecten de manera desproporcionada las iniciativas de cambio social (Klonick, 2018).

Como dijimos antes, las leyes de moderación de contenido pueden plantear desafíos legales y regulatorios para las plataformas de impacto social, principalmente las plataformas no comerciales. La investigación podría investigar las implicaciones legales y las cargas de cumplimiento que enfrentan plataformas como Change.org, Avaaz y MoveOn a medida que navegan por las regulaciones de moderación de contenido. Esto podría implicar analizar los marcos legales y las obligaciones impuestas a estas plataformas, examinar las posibles limitaciones de recursos y los desafíos operativos asociados con el cumplimiento, y explorar estrategias para abordar estos desafíos de manera efectiva. Comprender el panorama legal y las complejidades regulatorias que rodean a las plataformas de impacto social proporcionaría información valiosa para los operadores de plataformas, los encargados de formular políticas y las partes interesadas para garantizar un entorno equilibrado y propicio para las iniciativas de cambio social.

Al incorporar el impacto de las leyes de moderación de contenido en la investigación sobre

Referencias

Sobre nosotros. Avaaz. Visitado el 3 de julio de 2023.

<https://web.archive.org/web/20230703213450/https://secure.avaaz.org/page/en/about/>

Abuso y spam. Instagram. Visitado el 3 de julio de 2023.

<https://web.archive.org/web/20230703222251/https://help.instagram.com/165828726894770>

Avaaz Gastos e Información Financiera. Avaaz. Visitado el 3 de julio de 2023.

https://web.archive.org/web/20230703213925/https://secure.avaaz.org/campaign/en/avaaz_expenses_and_financial_information/?reasonstodonate

Llevando el contexto local a nuestros estándares globales | Centro de Transparencia. Visitado el 3 de julio de 2023.

<https://web.archive.org/web/20230703222523/https://transparency.fb.com/policies/improving/bringing-local-context/>

Calvo, E. y Aruguete, N. (2020). **Fake News, Trolls y otros Encantos.** Editorial Siglo XXI, Buenos Aires.

Castells, M. (2012). **Redes de Indignación y Esperanza: Movimientos Sociales en la Era de Internet.** (2ª ed.). Polity Press.

Estadísticas de Change.org, número de usuarios y hechos (2023)

[.https://web.archive.org/web/20230703220558/https://expandedramblings.com/index.php/changeorg-facts-statistics/](https://web.archive.org/web/20230703220558/https://expandedramblings.com/index.php/changeorg-facts-statistics/)

Coleman, JS (1988). **Capital social en la creación del capital humano.** American Journal of Sociology, Suplemento 94, S95-S120.

Comunidad. Change.org. Visitado el 3 de julio de 2023.

<https://web.archive.org/web/20230703215851/https://www.change.org/policies/community>

Regulación de contenidos. Instagram. Visitado el 3 de julio de 2023. (2023).

https://web.archive.org/web/20230703221941/https://help.instagram.com/477434105621119?ref=igtos&helpref=faq_content

Crisis de desinformación. Twitter. Visitado el 3 de julio de 2023.

<https://web.archive.org/web/20230703220838/https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/crisis-misinformation>

Earl, J. y Kimport, K. (2011). **Cambio social habilitado digitalmente: activismo en la era de Internet.** Prensa del MIT.

Gillespie, T. (2018). **Custodios de Internet: plataformas, moderación de contenido y las decisiones ocultas que dan forma a las redes sociales.** Prensa de la Universidad de Yale.

Gilman, H. R. (2017). **Tecnología cívica para la gobernanza colaborativa urbana. PS: Ciencias Políticas y Política**, 50 (3), 744-750.

Green, L. (2018). **Silicon States: El poder y la política de las grandes tecnologías y lo que significa para nuestro futuro.** Contrapunto, Berkeley.

¿Cómo utiliza Instagram la inteligencia artificial para moderar el contenido? Instagram.

Visitado el 3 de julio de 2023.

<https://web.archive.org/web/20230703222100/https://help.instagram.com/423837189385631>

Cómo denunciar infracciones de las Reglas de Twitter y los Términos de servicio. Twitter.

Visitado el 3 de julio de 2023.

<https://web.archive.org/web/20230703221116/https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/twitter-report-violation>

Kaun, A. y Uldam, J. (2018). **Activismo digital: Después del bombo publicitario. Nuevos medios y sociedad,** 20 (6), 2099-2106.

Kavada, A. (2012). **Compromiso, vinculación e identidad en múltiples plataformas: Avaaz en**

Facebook, YouTube y MySpace. *MedieKultur: Revista de investigación de medios y comunicación,* 28 (52), 21-p. <http://dx.doi.org/10.7146/mediekultur.v28i52.5486>

Klonick, K. (2018). **Los nuevos gobernadores: las personas, las reglas y los procesos que rigen el discurso en línea.** *Harvard Law Review,* 131(6), 1598-1683.

Leidner, D & George, J. (2019), **Del clicktivismo al hacktivismo: comprensión del activismo digital.** *Información y Organización,* V. 3.

Liste, L y Sørensen, K (2015). **¿Creencias sobre los valores democráticos? Comportamiento Político. ¿Consumidor, cliente o ciudadano? Cómo los gobiernos locales noruegos domesticar la tecnología de sitios web y configuran a sus usuarios.** *Información, Comunicación y Sociedad,* vol. 18 N7.

Mackinnon, R. y Pakzad, R. (2018). **Funciones y responsabilidades del sector privado: protección de la calidad del discurso, la diversidad del contenido y la participación cívica en las plataformas digitales y las redes sociales.** *Innovación en la gobernanza para un mundo conectado,* 37.

Política de uso indebido de funciones de informes | Ayuda de Twitter. Visitado el 3 de julio de 2023.

<https://web.archive.org/web/20230703221328/https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/misuse-of-reporting-features>

Política de aceptación de obsequios de MoveOn.org Civic Action y MoveOn.org Political Action. MoveOn: Progreso impulsado por las personas. Visitado el 3 de julio de 2023.

https://web.archive.org/web/20230703214128/https://front.moveon.org/moveon-org-policy/?content=mo_nav

Nelimarkka, M.; Nonnecke, B.; Krishnan, S.; Aitumurto, T.; Catterson, D.; Crittenden, C., et al. (2014). **Comparación de tres plataformas de participación cívica en línea utilizando el espectro**

de participación pública. UC Berkeley: Centro para la Investigación de Tecnologías de la Información en Interés de la Sociedad (CITRIS). Obtenido de <https://escholarship.org/uc/item/0bz755bj>

Pedro, M. (2015). **La influencia de los factores políticos en las percepciones de los formuladores de políticas sobre la implementación de tecnologías Web 2.0 para la participación ciudadana y el intercambio de conocimientos en la entrega del sector público.** Prensa IOS.

Términos de la plataforma - Meta para desarrolladores.(2023). Visitado el 3 de julio de 2023. <https://web.archive.org/web/20230703221809/https://developers.facebook.com/terms>

Centro de prensa: Avaaz Facts. Avaaz. Visitado el 3 de julio de 2023. <https://web.archive.org/web/20230703215558/https://secure.avaaz.org/page/en/pressfaq/>

Política de privacidad y condiciones de uso. Avaaz. Visitado el 3 de julio de 2023. <https://web.archive.org/web/20230523193400/https://secure.avaaz.org/page/en/privacy/>

Política de privacidad.MoveOn: Progreso impulsado por las personas. Visitado el 3 de julio 2023. https://web.archive.org/web/20230703220052/https://front.moveon.org/privacy-policy/?content=mo_footer

Putnam, RD (2000). **Bowling alone: el colapso y el renacimiento de la comunidad estadounidense.** Nueva York: Simon & Schuster.

Rodríguez Bolívar, diputado (2015). **Ciudades inteligentes: ¿Grandes ciudades, gobernanza compleja?. Transformando los gobiernos de las ciudades para ciudades inteligentes exitosas, 1-7.**

Reglas y Políticas. Twitter. Visitado el 3 de julio de 2023. <https://web.archive.org/web/20230703220736/https://help.twitter.com/es/rules-and-policies>

Skaržauskienė, A. y Mačiulienė, M. (2020). **Mapeo de plataformas internacionales de tecnologías cívicas. En Informática** (Vol. 7, No. 4, p. 46). MDPI.

La plataforma mundial para el cambio.Change.org. (2023). Change.org. <https://web.archive.org/web/20230703215033/https://www.change.org/about>

¿Por qué donar a Avaaz?.Avaaz. Visitado el 3 de julio de 2023. https://web.archive.org/web/20230603015358/https://secure.avaaz.org/campaign/en/why_donate_to_avaaz/?aboutus

Williamson, A. (2011). **Impulsando la participación ciudadana a través de las redes sociales.** Taller europeo: Perspectivas de la Web (Vol. 2).

CIVIC COMPASS  Un programa de
CIVIC HOUSE