



## **Basta de violencia: Derechos de las mujeres y seguridad en línea**

### **Intermediarias de internet y violencia contra las mujeres en línea**

#### **Resumen ejecutivo y hallazgos**

*Carly Nyst*

*Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC)*

*Julio 2014*



Ministry of Foreign Affairs

*Esta investigación forme parte del proyecto "[Basta de violencia: Derechos de las mujeres y seguridad en línea](#)" de APC, financiado por el [Ministerio de Asuntos Exteriores de Holanda \(DGIS\)](#), y en base a una fuerte alianza con socios de siete países: Bosnia y Herzegovina, Colombia, República Democrática de Congo, Kenia, México, Pakistán y Filipinas. Para mayor información visite [GenderIT.org](#) y [iDominemos la tecnología!](#)*

**Índice de contenidos**

1.Introducción a la investigación.....3  
2.Temas y tendencias predominantes .....3  
3.Pasos y desarrollos positivos.....4  
4.Oportunidades para la incidencia.....5

## 1. Introducción a la investigación

Este estudio se concentra en las políticas de tres grandes empresas intermediarias de internet, Facebook, YouTube y Twitter, respecto de la violencia contra las mujeres en línea. El estudio busca describir las políticas corporativas de estas intermediarias que permiten la identificación, denuncia y reparación de incidentes de acoso o violencia contra las mujeres a través del servicio provisto por la intermediaria. Además de proveer un resumen detallado de las políticas de usuario/a relevantes para el tema, el estudio también compara el impacto y la eficacia de esas políticas contra el marco de los Principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos de la ONU. Está diseñado para proveer a defensoras y activistas con información detallada sobre las políticas relacionadas con violencia contra las mujeres con el propósito de que puedan utilizar, y criticar, esos mecanismos e interactuar con las intermediarias de internet sobre cómo mejorar los caminos de reparación ante la violencia relacionada con la tecnología.

## 2. Temas y tendencias predominantes

Los estudios de caso adjuntos proveen un análisis detallado de las políticas de usuario/a y los marcos de reparación de Facebook, YouTube y Twitter. De los estudios de caso se desprende que, aunque el abordaje de la violencia contra las mujeres difiere entre las tres empresas, hay un conjunto de temas y tendencias predominantes que la investigación condensa. Entre ellos:

1. Renuencia a asumir un compromiso directo ante la violencia contra las mujeres relacionada con la tecnología, hasta que se torna un problema de relaciones públicas.

Tanto en el caso de Twitter como de Facebook, no se dieron pasos concretos o genuinos para promover los derechos de las mujeres y abordar específicamente la violencia contra las mujeres hasta que surgieron escándalos públicos y campañas de perfil alto referidas a la intermediaria. YouTube todavía debe asumir una posición pública de compromiso directo con estos temas. Estas falencias sugieren una falta de valoración de la seriedad de la violencia contra las mujeres en línea y falta de reconocimiento de la responsabilidad de la intermediaria en adoptar medidas para mitigar la frecuencia y seriedad de las instancias de violencia y proveer reparación.

2. Falta de transparencia sobre los procesos de denuncia y reparación

El desafío principal que encontraron las investigadoras para realizar este estudio fue la falta de información disponible sobre los procesos de denuncia y reparación que están al alcance de las víctimas de violencia relacionada con la tecnología. Facebook es la que provee más información en línea sobre sus procesos de denuncia, pero hay serias lagunas en la información sobre el tratamiento que reciben esas denuncias y los umbrales de prueba que se les aplican. Twitter provee muy poca información sobre procesos de denuncia pero brinda información significativa sobre las circunstancias bajo las cuales cooperará con las

autoridades; esto contrasta con YouTube, que no brinda información sobre cooperación con las autoridades legales. YouTube fue la que mostró mayor disposición a comprometerse públicamente con la investigación, y de hecho fue la única empresa de las tres que acordó una entrevista con las investigadoras. Pero por otra parte, YouTube no provee información significativa sobre sus procesos de denuncia, la capacitación o apoyo con que cuenta el personal que trata las denuncias, ni los umbrales de prueba que se les aplican.

En general, las investigadoras hallaron dificultades para descubrir cómo funcionan los procesos de denuncias, qué tratamiento reciben, quién las procesa y qué capacitación o apoyo recibe, cuáles son los tiempos que insumen los procesos y si se elevan a las autoridades y bajo qué circunstancias lo hacen. Ninguna de las empresas suministró datos, desglosados o no, de la cantidad ni de los tipos de denuncias recibidas que resultaran relevantes a la violencia contra las mujeres.

3. Falta de compromiso con las perspectivas de mujeres no norteamericanas/europeas.

Existe una preocupación general referida a las tres empresas acerca de que los procesos relacionados con denuncias de violencia contra las mujeres no tienen en cuenta necesariamente las experiencias de mujeres no norteamericanas/europeas. Facebook y Twitter declaran interactuar con grupos de derechos de las mujeres, pero no parecen tener relaciones formales con grupos de derechos de las mujeres fuera de Europa y América del Norte. Las definiciones de "discurso que fomenta el odio", "comportamiento ofensivo", "individuo vulnerable" y "acoso" se emplean en las políticas de usuario/a sin que haya intención de elucidar su significado en determinados contextos sociales o culturales. Al no poder acceder a información alguna sobre la demografía del personal que trata las denuncias ni sobre su capacitación, resulta difícil saber su estimación de los marcos internacionales de derechos humanos y los marcos legales nacionales en relación con la violencia contra las mujeres.

4. Sin compromiso público con las normas de derechos humanos

Ninguna de las empresas realiza un compromiso público con las normas de derechos humanos ni con la promoción de derechos, excepto fomentar la libertad de expresión. Ninguna de las políticas disponibles se refiere explícitamente a acoso o violencia de género ni adopta una posición firme de respeto por la diversidad y los derechos de las mujeres. Todas las empresas podrían comprometerse de manera más explícita con una adopción integral de las normas de derechos humanos y un reconocimiento del rango de derechos afectados por los servicios que provee, más allá de la sola libertad de expresión.

### **3. Pasos y desarrollos positivos**

No obstante todo lo señalado, las intermediarias de internet han dado algunos pasos positivos en años recientes para mejorar su abordaje y reacción ante ocurrencias de violencia contra las mujeres en línea. Estos incluyen:

1. Compromiso con grupos interesados

Tanto Twitter como Facebook han mostrado disposición a abrir un diálogo con la comunidad de derechos de las mujeres a fin de recibir aportes al diseño de sus políticas y procesos relacionados con la violencia contra las mujeres en línea.

2. Mecanismos de denuncia simplificados y fácilmente accesibles

Las tres empresas han simplificado progresivamente sus mecanismos de denuncia, posibilitando que el contenido pueda ser denunciado desde la fuente (p. ej. mediante el uso de un botón de "reporte" o "marcar" colocado junto al contenido).

3. Pasos proactivos para erradicar la violencia contra las mujeres

YouTube puso a prueba un nuevo sistema llamado Programa de marcadores de confianza, en el que se invita a determinados/as usuarios/as, con un historial de denuncias acertadas de contenido ofensivo o inapropiado, a disponer de herramientas más avanzadas de marcado, que les permita marcar contenido en lote. YouTube comenzó a invitar a algunas organizaciones a probar el sistema, con la idea de que algunos grupos poseen conocimientos más específicos que ayudarían a marcar contenido. Hay posibilidades de que este sistema se abra a organizaciones de mujeres locales y otras parecidas. Esto permitiría que los grupos interesados den pasos proactivos para erradicar la violencia contra las mujeres relacionada con la tecnología.

### **4. Oportunidades para la incidencia**

De manera global, las intermediarias de internet analizadas en este estudio muestran varias falencias cuando se trata del reconocimiento del rol que juegan sus servicios en la facilitación de la violencia contra las mujeres y su responsabilidad de proveer caminos de reparación ante ese comportamiento. Sin embargo, es claro que muchas de estas falencias no surgen de una indiferencia maliciosa de los derechos de las mujeres, sino de la falta de conciencia sobre el tema y de qué pasos pueden darse para promover mejor los derechos de las mujeres en línea. Los grupos y activistas de los derechos de las mujeres pueden cumplir una función importante implicándose en esto e interactuando con las intermediarias de internet acerca del papel que pueden tener en la promoción de los derechos de las mujeres y los pequeños pasos que pueden dar para mejorar los

procesos de denuncia y reparación. En los estudios de caso se describen más pasos que una tarea de incidencia puede recomendar.

Por último, todas las empresas analizadas tienen una posición destacada sobre el derecho a la libertad de expresión, pero cuando se las confronta con preguntas complicadas sobre cómo harían para promover el acceso de las mujeres a la información y la expresión y a sus otros derechos humanos – como ser libres de discriminación y violencia – siempre prefieren enfatizar la expresión irrestricta, aún es desmedro de las mujeres. Es importante que las defensoras de los derechos de las mujeres, cuando interactúen con las intermediarias de internet, lo hagan en esos términos – reconociendo que la libertad de expresión es un pilar fundamental de una sociedad abierta y libre que estimula la realización de todos los derechos humanos, pero que aquella debe equilibrarse con otros derechos y libertades.

ISBN: 978-92-95102-21-7

APC-201407-WRP-R-ES-DIGITAL-212

Licencia Creative Commons: Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.es>