



## **Mga Post na may mga Video ng mga Tutang Mukhang Ibinebenta** **2025-054-FB-UA, 2025-055-FB-UA**

### **Buod**

Sinuri ng Oversight Board ang dalawang Facebook post na may mga video ng mga tutang mukhang ibinebenta, at ayon dito, na naipataw nang wasto ng kumpanya ang mga patakarang nakalaan upang payagan ang lehitimong komersiyo sa platform habang pinoprotektahan ang mga user laban sa panloloko. Gayunman, napag-alaman ng Board na dapat ay mas linawin ng Meta sa mga user na ginawa ang patakaran sa mga pinaghihigpitang produkto at serbisyo upang partikular na ipagbawal ang peer-to-peer na pagbebenta ng mga hayop. Tinutulan ng Board ang orihinal na desisyon ng Meta na tanggalin ang content sa isang kaso at sinang-ayunan naman nito ang desisyon ng Meta na tanggalin ito sa isa pang kaso.

### **Tungkol sa Kaso**

Noong Marso 2025, dalawang Facebook user ang nag-post ng mga video ng mga tuta. Ang unang post, na mula sa Australia, ay mayroong video na nagpapakita ng dalawang tuta sa isang kulungan na may caption tungkol sa kanilang breed. Inulit ang caption sa text na naka-overlay sa video, na may kasamang Instagram handle. Ayon sa page kung saan naka-post ang mga video, isang espesyalista sa pagpapalahi ng mga aso ang user at may nakalagay ritong pangalan at address ng negosyo, at iba pang detalye.

Ang ikalawang post, na mula sa Pilipinas, ay mayroong mga video ng anim na tuta, na may caption na nagsasabing "naghahanap ng mga furparent (looking for furparents)" ang user at "puwede nang ipareserba (open for reservation)" ang anim na tutang may purong lahi, na may kasamang medikal na impormasyon, mga petsa ng kapanganakan at kung kailan sila magiging available. Mayroong imbitasyong makipag-ugnayan sa user para sa iba pang detalye.

Ang unang post ay online nang apat na araw at nagkaroon ng wala pang 10 view bago ito tinanggal ng mga classifier ng Meta dahil sa paglabag sa Pamantayan ng Komunidad sa mga Pinaghihigpitang Produkto at Serbisyo ng Meta, na ipinagbabawal ang pagbebenta ng mga hayop na hindi nanganganib na maubos.



Ang ikalawang post ay online nang anim na araw at nagkaroon ng wala pang 5,000 view, nang tanggalin ito ng mga classifier ng Meta dahil sa paglabag sa patakaran ding iyon.

Sa unang kaso, umapela ang user sa Meta at matapos panindigan ng kumpanya ang desisyon nito, umapela ang user sa Board. Nang pinili ng Board ang kaso, sinuri ng Meta ang orihinal nitong desisyon at ibinalik ang post. Sa ikalawang kaso, umapela rin ang user sa Meta. Isinara ang apela nang hindi pa nasusuri at umapela ang user sa Board.

### **Mga Pangunahing Napag-alaman**

Tama ang Meta sa desisyon nitong ibalik ang unang post matapos piliin ng Board ang kaso dahil hindi ito lumalabag sa patakaran ng kumpanya sa pagbebenta ng mga hayop na hindi nanganganib na maubos. Pinapayagan ang post sa ilalim ng eksepsyong nagpapahintulot sa pagbebenta ng matatagal nang negosyong “brick-and-mortar” o may pisikal na tindahan, habang ipinagbabawal naman ang peer-to-peer na pagbebenta, na madalas na pinagmumulan ng panloloko online.

Gayunpaman, totoo ngang nilabag ng ikalawang post ang patakaran. Bagaman walang senyales ng pagtatangkang manloko, isa itong pagtatangkang magbenta nang peer-to-peer at walang indikasyong nagpapatakbo ang user ng lehitimong negosyo. May katwiran ang Meta sa pagtanggag sa post bilang bahagi ng pagsisikap ng kumpanya na protektahan ang mga user laban sa mga posibleng scam.

Napag-alaman ng Board na dapat linawin ng Meta ang paraan kung paano nito inilalarawan ang eksepsyon sa patakaran. Ang “brick-and-mortar” ay luma nang parirala na hindi nauunawaan sa lahat ng lugar. Magiging mas malinaw para sa mga user, kabilang na rito ang mga lehitimong negosyong responsableng pinatatakbo sa mga platform ng Meta, kung ipahahayag lang sa patakaran na ipinagbabawal ang peer-to-peer na pagbebenta. Dapat ding suriin ng Meta ang bilis ng paggana ng mga angkop na classifier upang tiyaking hindi nababalewala ang mga layunin ng patakaran dahil sa atrasadong pagsusuri ng content.

### **Ang Desisyon ng Oversight Board**



Tinututulan ng Board ang orihinal na desisyon ng Meta na tanggalin ang content sa unang kaso at pinaninindigan naman nito ang desisyon ng kumpanya na tanggalin ang content sa ikalawang kaso.

Inirerekomenda rin ng Board na gawin ng Meta ang sumusunod:

- Linawing ipinagbabawal ang peer-to-peer na pangangalakal ng mga hayop na hindi nanganganib na maubos at tanggalin ang mga pagbanggit ng “mga brick-and-mortar na entidad” sa bahaging ito ng patakaran. Sa halip, dapat ay ipahayag sa patakaran na gumagamit ang Meta ng multi-factor test upang tukuyin kung ano ang maituturing na matagal nang negosyong pinahihintulatang magbenta sa platform ng mga hayop na hindi nanganganib na maubos, at dapat ay ilista nito ang ilan sa mga nauugnay na salik.

\*Ang mga buod ng kaso ay nagbibigay ng pangkalahatang-ideya sa mga kaso at hindi magsisilbing batayan sa mga katulad na kaso sa hinaharap.

## **Buong Desisyon sa Kaso**

### **1. Paglalarawan at Background ng Kaso**

Noong Marso 2025, dalawang Facebook user ang nag-post ng content na may mga video ng mga tuta. Sa unang kaso, isang administrator ng isang pampublikong Facebook page na nakabase sa Australia ang nag-post ng maikling video na nagpapakita ng dalawang tuta sa isang kulungan na may caption tungkol sa breed ng mga tuta. Inulit ang mga salitang iyon nang may kasamang Instagram handle sa text na naka-overlay sa video. Ayon sa page kung saan na-share ang content, isang espesyalista sa pagpapalahi ng mga aso ang user at may nakalagay ritong pangalan at address ng negosyo, pangalan, oras ng negosyo at iba pang detalye. Ang post ay online nang apat na araw at na-view nang wala pang 10 beses bago ito tinukoy at tinanggal ng mga classifier ng Meta dahil sa paglabag sa prohibisyon sa [Pamantayan ng Komunidad sa mga Pinaghihigpitang Produkto at Serbisyo](#) ng Meta tungkol sa pagbebenta ng mga hayop na hindi nanganganib na maubos. Umapela ang user sa Meta at matapos panindigan ng kumpanya ang desisyon nito, umapela ang user sa Board. Pagkatapos piliin ng Board ang kaso, sinuri ng Meta ang desisyon nito at napagpasyahang hindi nilabag ng post ang mga patakaran nito, kaya ibinalik ito sa



platform.

Sa ikalawang kaso, isang Facebook user sa Pilipinas, na nagpapakilala bilang “digital creator” sa kaniyang profile, ang gumawa ng post na naglalaman ng anim na video ng mga tuta sa timeline ng kaniyang pampublikong profile. Ayon sa caption ng post, “naghahanap ng mga furparent (looking for furparents)” ang user at mayroon siyang anim na tutang may purong lahi na “puwede nang ipareserba (open for reservation).” Inilista ng user ang medikal na impormasyon tungkol sa mga tuta, ang kanilang petsa ng kapanganakan, ang kanilang lokasyon, at kung kailan sila magiging available. Walang binanggit na presyo o pakikipagpalitan ng pera, pero iniimbitahan ang mga tao na magpadala ng mensahe sa nag-post na user para sa iba pang detalye. Nagpapakita ng isang tuta ang bawat video, na nagpapakilala sa kanilang mga pangalan. Na-view ang post nang wala pang 5,000 beses. Tinukoy at tinanggal ito ng mga classifier ng Meta anim na araw matapos itong i-post nang may dahilang gaya rin ng sa unang kaso. Umapela ang user sa Meta at matapos isara ang apela nang hindi pa nasusuri, umapela ang user sa Board.

Sa paggawa ng mga desisyon nito tungkol sa mga kasong ito, nauunawaan ng Board ang [mga balita](#) tungkol sa lumalalang paglaganap ng mga scam sa social media kaugnay ng pagbebenta ng mga alagang hayop, [partikular na](#) sa [mga platform ng Meta](#). Ang mga mapanlokong alok na magbenta ng mga hayop ay isang [karaniwang](#) uri ng scam na tumindi noong [2020](#), kung saan naglalaho na lang bigla ang mga maysala kapag natanggap na nila ang pera ng biktima o kaya naman ay nagbibigay sila ng ibang hayop kaysa sa mismong naka-advertise. Mayroon ding [mga alalahanin](#) hinggil sa pagtrato at kapakanan ng mga hayop na iniaalok na ibenta online. Ang mga pampublikong komentong natanggap ng Board ay nagpaabot din ng mga alalahanin tungkol sa posibilidad na ma-scam at sa hindi mabuting pagtrato sa mga hayop na ipinagbibili sa social media.

## **2. Mga Pagsusumite ng User**

Sa unang kaso, naipahayag ng user sa kaniyang apela sa Board na nakakikita siya ng maraming page sa mga platform ng Meta na nagsho-showcase ng mga tuta at ang karamihan sa mga ito ay hindi ginagawa ng mga negosyo, kabilang na rito ang mga post na nag-a-advertise ng mga tutang ibinebenta nang may mga nakalistang



presyo.

Sa ikalawang kaso, inamin ng user na sinubukan niyang ibenta ang mga tuta pero ipinaliwanag niya na gusto niyang mahanapan sila ng mga mapagmahal na tahanan sa paraang ligtas at responsable. Ayon sa kaniya, napakahalagang makahanap siya ng mga bagong tahanan para sa mga aso at nakatutulong ang Facebook bilang resource para sa mga taong naghahangad na mag-ampon ng mga alagang hayop.

### **3. Mga Patakaran at Pagsusumite sa Content ng Meta**

#### *1. Mga Patakaran sa Content ng Meta*

Upang “mahikayat ang kaligtasan at mapigilan ang mga posibleng mapaminsalang gawain,” ipinagbabawal sa patakaran sa [Mga Pinaghihigpitang Produkto at Serbisyo](#) ng Meta ang “mga pagtatangka ng mga indibidwal, tagamanupaktura at tagatingi na bumili, magbenta, magpa-raffle, magregalo, magpasa o mangalakal ng ilang partikular na produkto at serbisyo” sa Facebook at Instagram. Naglalaman ang rationale ng patakaran ng isang listahan ng mga pinaghihigpitang produkto at serbisyo na saklaw ng mga panuntunang ito, kung saan kasama, bukod sa iba pang mga bagay, ang droga, armas, bahagi ng katawan, at “species na nanganganib nang maubos at pinoprotektahan (wildlife at mga halaman).”

Bagaman hindi binabanggit sa rationale ng patakaran ang mga hayop na hindi nanganganib na maubos, idinedetalye sa isa sa mga panuntunang naitakda sa ibaba na hindi pinapayagan ng Meta ang “content na nagtatangkang bumili, magbenta o mangalakal ng mga buhay na hayop na hindi nanganganib na maubos” maliban na lang kung kabilang ito sa isa sa hanay ng mga nakalistang eksepsyon. Pinapayagan sa eksepsyong pinakaangkop sa mga kasong ito ang mga post “ng isang page, group, o Instagram profile na kumakatawan sa mga lehitimong brick-and-mortar na entidad, kabilang na rito ang mga negosyong tingian, lehitimong website, brand o rehoming shelter, o isang pribadong indibidwal na nagbabahagi ng content sa ngalan ng mga lehitimong brick-and-mortar na entidad.” Sa isa pang eksepsyon, pinapayagan ang content na “na-post sa konteksto ng pag-aampon, pagreregalo, paghingi, pag-donate o pag-rehome ng mga live na hayop na hindi nanganganib na maubos, kasama na rito ang mga bayad sa pag-rehome para sa mga peer-to-peer na pag-aampon,” na hindi gaya ng sa mga peer-to-peer na pagbebenta. Nauunawaan



ng Board na ipinagbabawal sa [Mga Patakaran sa Komersiyo](#) ng Meta ang lahat ng pagbebenta ng hayop sa alinman sa mga serbisyo nito na nakalaan para sa komersiyo, kabilang na rito ang [Facebook Marketplace](#). Ang mga produktong nakalista upang ibenta sa Marketplace ay dapat sumunod sa Mga Patakaran sa Komersiyo pati na rin sa Mga Pamantayan ng Komunidad at sa mga panuntunan ng platform na partikular na nagsasabing ipinagbabawal ang pagbebenta ng mga hayop.

## *II. Mga Pagsusumite ng Meta*

Ayon sa Meta, isinasaalang-alang nito ang pagkakaiba sa pagitan ng “mga brick-and-mortar na entidad” at peer-to-peer na pagbebenta upang “makagawa ng balanse sa pagitan ng pagbibigay-daan sa lehitimong komersiyo at ng pagprotekta sa mga hayop at user mula sa posibleng kapahamakang maaaring idulot ng pagbebenta nang walang regulasyon.” Ipinaliwanag ng Meta na ang mga scam na may kinalaman sa peer-to-peer na pagbebenta ng hayop online ay pangkaraniwan na at layon nitong bawasan ang posibilidad na makabenta ng mga hayop sa “paraang hindi awtorisado o hindi ligtas o upang lumala pa ang online na panloloko” sa pamamagitan ng paghihigpit sa pagbebenta para lang sa mga negosyo gaya ng mga lisensiyadong nagpapalahi ng mga alagang hayop pati na rin sa iba pang “mga brick-and-mortar na entidad.”

Ipinaliwanag ng Meta na naghahanap ang mga moderator at classifier nito ng mga senyales upang malaman kung may ina-advertise na content na may indikasyong nagbebenta nang peer-to-peer o kung angkop ang eksepsyon para sa “brick-and-mortar.” Puwedeng makita ang mga senyales na ito sa mismong content, sa page kung saan ito na-post, o sa account ng taong nag-post nito, kasama na rito ang impormasyon ng biyograpiya at bansa. Kasama sa mga senyales ng pagbebenta ng isang lehitimong negosyo “ang pagkakaroon ng pangalan ng negosyo, pagbanggit ng pisikal na tindahan at ang paglalagay ng impormasyon sa pakikipag-ugnayan sa negosyo,” at iba pang salik. Ipinaliwanag ng Meta na ang peer-to-peer na pagbebenta ay kadalasang walang ganitong mga senyales at gumagamit ng mas hindi pormal na pananalita.

Ayon sa Meta, hindi nilabag ng unang kaso ang patakaran dahil walang malinaw na indikasyong ibinebenta ang mga tutang nasa video. Bukod pa rito, naitala ng Meta na kahit na nag-a-advertise ang post ng mga tutang ibinebenta, pahihintulutan ito



dahil ginagawa ang alok ng isang “lehitimong brick-and-mortar na negosyo.” Sa ebalwasyon nito, nalaman ng Meta na kumakatawan ang page sa isang nagpapalahi ng mga hayop dahil mayroong karagdagang impormasyon gaya ng pangalan ng negosyo, pisikal na address, link papunta sa website ng negosyo, email address ng negosyo at oras ng negosyo.

Gayunman, sa ikalawang kaso, ipinaliwanag ng Meta na ang content at ang page na nag-post nito ay mayroong indikasyon ng peer-to-peer na pagbebenta ng mga hayop na hindi nanganganib na maubos sa halip na pagbebenta ng “brick-and-mortar” na entidad. Ayon sa Meta, ang mga pahayag sa caption na “puwede nang ipareserba (open for reservation),” “naghahanap ng mga furparent (looking for furparents)” at “magpareserba na ng sa iyo (reserve yours now),” at imbitasyong magpadala ng pribadong mensahe sa user, ay mga indikasyon ng intensyong ibenta ang mga tuta. Ayon din sa Meta, inilarawan ng user ang sarili niya sa kaniyang profile bilang “digital creator” na walang indikasyon ng anumang kaugnayan sa isang nagpapalahi ng mga hayop o iba pang kaugnay na negosyo.

Nagtanong ang Board sa Meta ng mga bagay tungkol sa kung paano gumagana ang patakaran sa Mga Pinaghihigpitang Produkto at Serbisyo, kung paano binuo ng Meta ang patakaran, at kung paano ito ipinatutupad. Sinagot ng Meta ang lahat ng tanong.

#### **4. Mga Komento ng Publiko**

Nakatanggap ang Oversight Board ng apat na komento mula sa publiko na nakatugon sa [mga tuntunin para sa pagsusumite](#). Dalawa sa mga komento ang isinumite mula sa Europe at dalawa mula sa Estados Unidos at Canada. Upang mabasa ang mga komento ng publiko na isinumite nang may pagpayag na mailathala ang mga ito, i-click [ito](#).

Nakapailalim ang mga pagsusumite sa mga sumusunod na tema: ang mapaminsalang epekto sa kapakanan ng mga hayop dahil sa pagpayag na magbenta ng mga hayop sa social media, ang mga link sa pagitan ng mga social media advertisement para sa mga alagang hayop at mga scam, ang pagiging mahirap na kilalanin ang mga responsableng nagbebenta ng mga alagang hayop online at ang pangangailangan ng Meta na mapabuti ang pagpapatupad nito sa patakaran nito.



## **5. Pag-aanalisa ng Oversight Board**

Pinili ng Board ang kasong ito upang masimulang tasahin ang mga isyung kinahaharap ng maliliit na negosyo na gumagamit ng mga platform ng Meta. Nakatatanggap ang Board ng maraming apelang naglalarawan sa masamang epekto ng maling pag-moderare sa content sa kabuhayan ng mga nasabing user. Inanalisa ng Board ang mga desisyon ng Meta sa mga kasong ito batay sa mga patakaran sa content, bagay na pinahahalagahan at tungkulin para sa mga karapatang pantao ng Meta. Tinasa rin ng Board ang mga implikasyon ng kasong ito para sa mas malawak na pamamaraan ng Meta sa pangangasiwa ng content.

### **5.1 Pagsunod sa Mga Patakaran sa Content ng Meta**

#### *Mga Panuntunan sa Content*

Napag-alaman ng Board na ang content sa unang kaso ay hindi lumalabag sa prohibisyon sa patakaran sa Mga Pinaghihigpitang Produkto at Serbisyo sa pagbebenta ng mga hayop na hindi nanganganib na maubos. Hindi naglaman ang post ng tahasang alok na ibenta ang mga tutang ipinakita sa video. Ang tanging indikasyong maaaring ibinebenta ang mga tuta ay ang paglalagay ng Instagram handle na mukhang pangalan ng isang negosyo. Kahit na hindi nagpapahayag ang post ng pagtatangkang ibenta ang mga tuta, nagkaroon pa rin ng sapat na mga senyales (gaya ng pangalan, address, impormasyon sa pakikipag-ugnayan, at oras ng pagbubukas ng negosyo) sa impormasyon ng page upang makabuo ng kongklusyon ang classifier o isang moderator na kumatawan ang page sa isang kwalipikadong “brick-and-mortar” na entidad sa ilalim ng patakaran ng Meta.

Napag-alaman ng Board na ang content sa ikalawang kaso ay lumalabag sa patakaran. Tulad ng naging kongklusyon mismo ng Meta, ang post, na nagbibigay ng impormasyong aasahan sa isang advertisement ng isang posibleng bumili, ay isang malinaw na pagtatangkang ibenta ang mga tutang ipinakikita sa mga video. Bukod pa rito, hindi kabilang ang post sa alinman sa mga eksepsyon kung saan pinapayagan ang pagbebenta sa platform ng mga hayop na hindi nanganganib na maubos. Walang indikasyon sa content na ang user ay kinatawan ng isang “lehitimong brick-and-mortar” na entidad o may kaugnayan sa ganitong entidad. Sa halip, gumagamit ang post ng mga personal na panghalip at humihiling sa mga





viewer na magpadala ng pribadong mensahe para sa iba pang detalye tungkol sa mga tuta, na indikasyong ginawa ang advertisement ng isang pribadong indibidwal sa halip na sa ngalan ng isang matagal nang negosyo. Ipinapahayag sa profile ng user na isa siyang “digital creator” at walang ibinibigay na indikasyong nauugnay siya sa anumang uri ng “lehitimong brick-and-mortar” na entidad tulad ng isang nagpapalahi ng mga hayop o rehoming shelter.

Napag-alaman din ng Board na hindi kabilang ang content sa ikalawang eksepsyon sa prohibisyon para sa pag-aampon, pagreregalo, pag-donate, o pag-rehome. Hinihiling ng post na “magpa-reserve” ang mga viewer ng bagong silang na tutang may purong lahi. Tulad ng kinumpirma ng user sa kaniyang apela sa Board, iminumungkahi ng mga salita sa post na na-post ang content upang pangasiwaan ang bentahan ng mga tuta.

Ayon sa Board, kung ang rationale at mga paliwanag sa patakaran ng Meta ay nagsasaad ng pagnanais na bawasan ang posibilidad na magamit ang mga platform nito para sa panloloko, hindi nasuportahan ang intensyong ito dahil sa naging mabagal na pagpapatupad ng patakaran sa mga kasong ito. Bukod pa sa pagiging pangkaraniwan na sa mga platform ng Meta, [mabilis](#) na pinagagana ang mga scam upang malinlang ang mga biktima na sumali at maglipat ng pera bago pa sila magkaroon ng tsansang matasa nang maayos ang sitwasyon o mapagtantong niloloko lang sila. Ang content sa unang kaso ay nasa Facebook nang apat na araw bago ito natukoy at nasuri ng mga classifier ng Meta, at ang content sa ikalawang kaso ay online nang anim na araw. Bagaman walang indikasyon na ang mga user sa mga kasong ito ay nagtangkang makapanloko, dahil sa atrasadong proseso ng pagtatasa at pagpapatupad ng Meta, nanganganib na mabalewala ang mga layunin ng patakarang ito.

## **5.2 Pagsunod sa mga Tungkulin para sa mga Karapatang Pantao ng Meta**

Bagaman may mga alalahanin ang Board tungkol sa pagiging malinaw ng mga panuntunan ng Meta, napag-alaman nito na ang pagpapanatili ng content sa unang kaso at ang pagtanggali ng content mula sa platform sa ikalawang kaso ay nakaayon sa mga tungkulin para sa mga karapatang pantao ng Meta.

*Kalayaan sa Pagpapahayag (Artikulo 19 ICCPR)*



Ang Artikulo 19 ng International Covenant on Civil and Political Rights ([ICCPR](#)) ay naglalaan ng malawak na proteksyon sa pagpapahayag, kabilang na rito ang “kalayaang maghangad, makatanggap at magbahagi ng iba't ibang uri ng impormasyon at ideya.” Inililista ng United Nations (UN) Human Rights Committee ang mga partikular na paraan ng pagpapahayag na nakapailalim sa pamprotektang saklaw ng Artikulo 19 at ayon dito, maaaring kasama sa karapatan sa kalayaan sa pagpapahayag ang komersiyal na advertising ([Pangkalahatang Komento Blg. 34](#), talata 11). Nagpatuloy pa itong banggitin nang positibo ang tungkol sa pag-aanalisa sa nauna nitong kaso kung saan nagbigay-proteksyon ang Artikulo 19 sa komersiyal na pananalita. (Id., talata 33).

Kapag nagpataw ang isang estado ng mga restriksyon sa pagpapahayag, dapat nitong matugunan ang mga kinakailangan sa legalidad, lehitimong layon, at pangangailangan at kaakmaan (Artikulo 19, talata 3, ICCPR). Kadalasang tinutukoy ang mga kinakailangang ito bilang “pagsusuring may tatlong bahagi (three-part test).” Ginagamit ng Board ang balangkas na ito upang bigyang-kahulugan ang mga tungkulin para sa mga karapatang pantao ng Meta kaugnay ng Mga Panggabay na Prinsipyo ng UN sa Negosyo at mga Karapatang Pantao, na pinaninindigan ng Meta sa Pangkumpanyang Patakaran sa mga Karapatang Pantao nito. Ginagawa ito pareho ng Board kaugnay ng desisyon sa indibidwal na content na sumasailalim sa pagsusuri at ng sinasabi nito tungkol sa mas malawak na pamamaraan ng Meta sa pangangasiwa ng content. Ayon sa sinabi ng UN Special Rapporteur sa kalayaan sa pagpapahayag, bagaman “walang obligasyon ang mga kumpanya sa Mga Pamahalaan, dahil sa epekto ng mga ito, kinakailangan nilang tasahin ang parehong uri ng mga tanong tungkol sa pagprotekta sa karapatan ng mga user sa kalayaan sa pagpapahayag” ([A/74/486](#), talata 41).

#### *I. Legalidad (Pagiging Malinaw at Accessible ng mga Panuntunan)*



Ang prinsipyo ng legalidad ay nangangailangan ng accessible at malilina na panuntunang naglilimita sa pagpapahayag, nang sa gayon ay matulungan nito ang isang indibidwal na mapangasiwaan ang kaniyang asal nang naaayon (Pangkalahatang Komento Blg. 34, talata 25). Bukod pa rito, ang mga panuntunang ito ay “hindi maaaring magpataw ng walang kontrol na paghuhusga hinggil sa paghihigpit sa kalayaan sa pagpapahayag sa mga napapailalim sa pagpapatupad [sa mga ito]” at dapat “magbigay ng sapat na patnubay sa mga napapailalim sa pagpapatupad sa mga ito upang mabigyang-daan sila na matiyak kung anong mga uri ng pagpapahayag ang wastong pinaghihigpitan at kung ano ang hindi” (ibid). Ayon sa UN Special Rapporteur sa kalayaan sa pagpapahayag, kapag ipinataw sa pamamahala ng mga pribadong aktor sa online na pananalita, dapat ay malinaw at partikular ang mga panuntunan (A/HRC/38/35, talata 46). Ang mga taong gumagamit ng mga platform ng Meta ay dapat magkaroon ng access at pag-unawa sa mga panuntunan, at ang mga tagasuri ng content ay dapat magkaroon ng malinaw na patnubay hinggil sa pagpapatupad sa mga ito.

Bagaman nakasapat ang pagsubok sa legalidad (test of legality) ayon sa pagkakaugnay nito sa mga kasong ito, napag-alaman ng Board na makakatulong pa rin kung mabibigyang-lina pa ang prohibisyon sa mga pagtatangkang bumili, magbenta o mangalakal ng mga buhay na hayop na hindi nanganganib na maubos sa patakaran sa Mga Pinaghihigpitang Produkto at Serbisyo. Pinapayagan ng eksepsyon ang “mga lehitimong brick-and-mortar na entidad” na gawin ang mga pagtatangkang iyon. Kung isasagawa ito, ipapatupad ang patakaran sa paraang naipapataw lang ang prohibisyon sa peer-to-peer na pagbebenta. Sa mga salitang ginamit sa eksepsyon, ang “mga brick-and-mortar na entidad” ay pinalalawig gamit ang hindi kumpletong listahan ng mga halimbawa nang “kasama ang mga tingiang negosyo, lehitimong website, brand o rehoming shelter, o isang pribadong indibidwal na nagbabahagi ng content sa ngalan ng mga lehitimong brick-and-mortar na entidad.” Bilang sagot sa mga tanong mula sa Board, ipinaliwanag ng Meta na intensyon ng eksepsyong ito na ipakita ang legal na kinakailangan sa ilang hurisdiksyon na ang isang entidad na nagbebenta ng mga hayop ay dapat may lisensiya at nakatutugon sa mga kinakailangan para sa kapakanan ng mga hayop.



Bagaman ginagamit ng Meta ang terminong “brick-and-mortar” sa kabuoan ng patakaran sa Mga Pinaghihigpitang Produkto at Serbisyo, napag-alaman ng Board na ang paggamit nito sa kontekstong ito ay hindi malinaw at hindi nakatutugon sa layon ng Meta. Halimbawa, ang mga hayop na hindi nanganganib na maubos ay maaaring palakihin sa isang tahanan o bilang libangan ng isang lisensiyadong nagpapalahi ng mga hayop o ibenta sa pamamagitan ng isang lehitimong negosyong nakikitulungan sa marami pang katulad na nagpapalahi ng mga hayop. Posibleng ang mga user na nasa ganoong mga sitwasyon ay lumabas sa Meta bilang mga peer-to-peer na tagabenta (nang walang “brick-and-mortar” na tindahan) sa kabila ng kanilang pagsunod sa lahat ng lokal na legal na kinakailangan hinggil sa pagbebenta ng mga hayop. Ang terminong “brick-and-mortar,” na hindi pangkaraniwang idyoma sa lahat ng wika at kultura, ay tumutukoy sa isang luma nang pananaw tungkol sa ganitong negosyo at hindi ito malinaw na proxy para sa intensyon ng Meta na i-reference ang mga lisensiyado o lehitimong negosyo. Bukod pa rito, ang paggamit ng Meta sa terminong “brick-and-mortar” ay hindi nakaayon sa listahan ng mga lehitimong entidad na iniaalok nito bilang mga halimbawa kung saan kasama ang mga negosyo na walang pisikal na nasasakupang lugar. Dahil sa kasalukuyang kakulangan ng linaw tungkol dito, ang ilang negosyong dapat makinabang sa eksepsyon ay maaaring hindi mabigyang-daan na maipakilala nang maayos ang kanilang mga page at ma-curate ang kanilang mga post. Nang walang mas matinding transparency tungkol sa kinakailangan ng patakaran, maaaring bumaba ang posibilidad na maglagay ang mga negosyo ng impormasyong hinahanap ng Meta upang matukoy kung dapat pahintulutan ang pagtatangkang mangalakal ng mga hayop na hindi nanganganib na maubos (gaya ng impormasyon ng negosyo, kabilang na ang pisikal na address) kapag ipinapatupad ang patakarang ito.



Magiging mas malinaw kung ipahahayag ng Meta na ang panuntunan ay isang prohibisyon sa mga pagtatangkang peer-to-peer na bumili, magbenta, o mangalakal ng mga hayop na hindi nanganganib na maubos upang kumita. Dapat ipakahulugan ang salitang peer-to-peer nang hindi kasali ang mga negosyong kasalukuyang nakalista sa eksepsyong “brick-and-mortar” at dapat linawin ng Meta sa patakaran na intensyon nitong payagan lang ang matatagal nang negosyo upang magtangkang bumili, magbenta o mangalakal ng mga hayop na hindi nanganganib na maubos. Dapat ipagpatuloy ng Meta ang pagpapatupad sa panuntunang ito sa pamamagitan ng pagsusuri sa mga senyales na nagbibigay-indikasyon kung ang negosyo ay mayroong malinaw na ipinahayag na pangalan, address, impormasyon sa pakikipag-ugnayan o iba pang salik. Kapag binago ang mga salita sa patakaran, mas magiging madaling maunawaan ang panuntunan at mabibigyang-linaw rin ang intensyon ng Meta na limitahan ang pangangalakal ng mga hayop sa mga negosyong puwedeng makaugnayan at hingan ng remedyo kung kailangan, na makatutulong na makaiwas sa mga scam at panloloko.

Panghuli, napag-alaman ng Board na dapat ding linawin ang rationale ng patakaran. Naglalaman ito ng isang listahan ng mga categoryang saklaw ng patakaran, na hindi kinabibilangan ng mga hayop na hindi nanganganib na maubos, na sa halip ay tumutukoy sa “mga nanganganib na maubos at pinoprotektahang species (wildlife at mga halaman).” Dahil dito, maaaring ipagpalagay ng mga user na nakabasa sa rationale ng patakaran na hindi saklaw sa patakarang ito ang mga hayop na hindi nanganganib na maubos.

## *II. Lehitimong Layon*

Ang anumang paghihigpit sa kalayaan sa pagpapahayag ay dapat ding magkaroon ng isa o higit pa sa mga lehitimong layong nakalista sa ICCPR, kung saan kasama ang pagprotekta sa mga karapatan at reputasyon ng iba. Sa mga kasong ito, napag-alaman ng Board na ang prohibisyon ng Meta sa peer-to-peer na pagbebenta ng mga alagang hayop ay mayroong lehitimong layon sa pamamagitan ng paghahangad na protektahan ang mga tao laban sa mga scam at panloloko at ang kanilang epekto sa kaayusan ng publiko (Artikulo 19(3) ICCPR; [Pangkalahatang Komento 34](#), talata 31; [Pangkalahatang Komento 37](#), talata 44 pati na rin Artikulo 17, [Universal Declaration of Human Rights](#), tingnan ang desisyon sa [Video na Nagsusulong ng Pagsusugal na Minanipula ng AI](#))).

## *III. Pangangailangan at Kaakmaan*



Sa ilalim ng Artikulo 19(3) ng ICCPR, ang pangangailangan at kaakmaan ay nag-aatas na ang mga paghihigpit sa pagpapahayag ay “angkop dapat upang makamit ang silbi nito bilang tagapagprotekta; ang mga ito ay instrumento dapat na pinakahindi nanghihimasok mula sa lahat ng maaaring magsilbi bilang tagapagprotekta; akma dapat ang mga ito sa interes na maprotektahan” (Pangkalahatang Komento Blg. 34, talata 34). Napag-alaman ng Human Rights Committee na totoo ito sa usapin ng mga paghihigpit sa komersiyal na advertising (op. cit., sa talata 33), kung saan naitala na ang isang paghihigpit sa komersiyal na pananalita “ay labag sa pagsubok sa pangangailangan (test of necessity) kung makakamit ang proteksyon sa ibang mga paraang hindi naghihigpit sa kalayaan sa pagpapahayag.”

Nauunawaan ng Board na hindi malawak ang pagkakagawa sa panuntunan. Tina-target lang nito ang natatanging kategorya ng mga post sa punto ng paggawa ng alok na mangalakal ng mga hayop upang kumita sa mga peer-to-peer na sitwasyon at hindi nito pinaghihigpitan ang iba pang mga paraan ng pagpapahayag, adbokasiya o komentaryo. Dati nang napag-alaman ng Board na ang pagtanggag ng content upang maprotektahan ang mga user laban sa mga scam ay puwedeng parehong kinakailangan at akma (tingnan ang desisyon sa [Video na Nagsusulong ng Pagsusugal na Minanipula ng AI](#)). Ang content sa unang kaso ay inilathala ng isang negosyong nakakatugon sa mga pamantayan para sa eksepsyon ng Meta at wastong naibalik sa platform. Napag-alaman ng Board na ang pagtanggag ng content sa ikalawang kaso ay parehong kinakailangan at akma. Bagaman walang indikasyon na ang user sa ikalawang kaso ay nagsagawa ng panloloko, nang walang anumang kapansin-pansing link papunta sa isang lehitimong negosyo, walang katiyakan na ang mga tutang nakatampok sa content ay nasa pag-aari nga ng user, tulad ng paglalarawan sa mga ito, o aktuwal na available na maibenta. Dahil isa itong karaniwang paraan ng scam, napag-alaman ng Board na puwedeng wastong tanggalin ng Meta ang nasabing content mula sa mga platform nito upang maprotektahan ang mga user laban sa mga scam, at ang nasabing pagpapatupad sa patakaran ay nakaayon sa mga responsibilidad ng Meta sa usapin ng pangangailangan at kaakmaan.

## **6. Ang Desisyon ng Oversight Board**



Tinututulan ng Oversight Board ang orihinal na desisyon ng Meta na tanggalin ang content sa unang kaso at pinaninindigan naman ang desisyon nito na tanggalin ang content sa ikalawang kaso.

## **7. Mga Rekomendasyon**

### Patakaran sa Content

1. Upang higit na mabigyang-linaw sa mga user kung ano ang pinapayagan sa ilalim ng patakaran sa Mga Pinaghihigpitang Produkto at Serbisyo, dapat linawin ng Meta na ang peer-to-peer na pangangalakal ng mga hayop na hindi nanganganib na maubos upang kumita ay ipinagbabawal at dapat nitong tanggalin ang pagbanggit sa "mga brick-and-mortar na entidad" mula sa bahaging ito ng patakaran. Sa halip, dapat ay ipahayag sa patakaran na gumagamit ang Meta ng multi-factor test upang tukuyin kung ano ang maituturing na matagal nang negosyong pinahihintulutang magbenta sa platform ng mga hayop na hindi nanganganib na maubos, at dapat ay ilista nito ang ilan sa mga nauugnay na salik.

Isasaalang-alang ng Board na naipatupad na ang rekomendasyong ito kapag in-update na ang patakaran tulad ng inilalarawan sa itaas sa Mga Pamantayan ng Komunidad ng Meta.

### **\*Tala ukol sa Pamamaraan:**

- Ang mga desisyon ng Oversight Board ay ginagawa ng mga panel na binubuo ng limang Miyembro at inaaprubahan ayon sa pagboto ng mayorya ng buong Board. Ang mga desisyon ng Board ay hindi kailangang kumakatawan sa mga pananaw ng lahat ng Miyembro.
- Sa ilalim ng [Karta](#) nito, maaaring suriin ng Oversight Board ang mga apela mula sa mga user na may content na tinanggal ng Meta, mga apela mula sa mga user na nag-ulat ng content na hindi tinanggal ng Meta, at ang mga desisyong ni-refer ng Meta rito (Artikulo 2, Seksyon 1 ng Karta). Ang Board ay mayroong awtoridad na may legal na bisa upang panindigan o tutulan ang mga desisyon sa content ng Meta (Artikulo 3, Seksyon 5 ng Karta; Artikulo 4 ng Karta). Maaaring mag-isyu ang Board ng mga rekomendasyong walang legal



na bisa na kinakailangang tugunan ng Meta (Artikulo 3, Seksyon 4; Artikulo 4 ng Karta). Kung mangangako ang Meta na kikilos ito ayon sa mga rekomendasyon, susubaybayan ng Board ang kanilang pagpapatupad.