



Kaso ng mga Post na may mga Tutang Mukhang Ibinebenta

2025-054-FB-UA, 2025-055-FB-UA

Sabay na tutugunan ng Oversight Board ang dalawang kaso sa ibaba, kung saan pagpapasyahan nila kung dapat bang panindigan o bawiin ang mga desisyon ng Meta depende sa bawat kaso.

Pumili ang Board ng dalawang kasong may kinalaman sa pag-advertise ng mga alagang hayop sa Facebook. Sa unang kaso, isang administrator ng isang Facebook page ang nag-post ng maikling video noong Marso 2025 na nagpapakita ng dalawang tuta sa isang kulungan na may caption tungkol sa breed ng mga tuta. Inulit ang mga salitang iyon sa text na nakapatong sa video, na may kasamang Instagram handle. Ayon sa pampublikong page kung saan ibinahagi ang content, ang user ay isang espesyalistang breeder ng aso. Na-view ang post nang wala pang 10 beses.

Sa pangalawang kaso, isang Facebook user na nagpapakilala bilang “digital creator” sa profile niya ang gumawa ng post noong Marso 2025 na naglalaman ng anim na video ng mga tutang ibinebenta sa timeline ng [BEGIN CONF] pampublikong [END CONF] profile niya. Ayon sa post, “naghahanap ng furparents” ang user at mayroon siyang anim na pure-breed na tuta na “puwedeng ipa-reserve.” Inilista ng user ang ilang medikal na impormasyon tungkol sa mga tuta, ang kanilang petsa ng kapanganakan, kanilang lokasyon, at kung kailan sila available. Walang binanggit na presyo o pakikipagpalitan ng pera, pero iniimbitahan ang mga user na mag-message para sa iba pang detalye. Sa bawat isa sa anim na video, isang tuta ang ipinakikita kung saan ipinakilala sila gamit ang kanilang pangalan. Na-view ang post nang wala pang 5,000 beses.

Napansin ng mga classifier ng Meta ang parehong post at inalis nila ang mga ito sa platform dahil sa paglabag sa Pamantayan sa Komunidad ng Meta tungkol sa [Mga Ipinagbabawal na Produkto at Serbisyo](#). Ipinagbabawal sa nasabing patakaran ang



content na “nagtatangkang bumili, magbenta, o makipagpalitan ng mga hayop na hindi nanganganib” maliban kung napapailalim ito sa ilan sa mga nabanggit na eksepsiyon. Pinapayagan sa isa sa mga eksepsiyong iyon ang content na “na-post ng isang Page, group, o Instagram profile na kumakatawan sa mga lehitimong brick-and-mortar entity, kabilang na ang mga negosyong retail, lehitimong website, brand o rehoming shelter, o isang pribadong indibidwal na nagbabahagi ng content sa ngalan ng mga lehitimong brick-and-mortar entity.” Inapela ng mga user sa parehong kaso ang pag-alis ng Meta sa kanilang content at, pagkatapos panindigan ng Meta ang mga desisyon nito, umapela naman sa Board ang parehong user.

Pagkatapos piliin ng Board ang unang kaso, napagpasyahan ng Meta na hindi nito dapat inalis ang content at ibinalik ito sa platform dahil walang nakasaad sa post na nagbebenta ito, at kung mayroon man, may mga senyales na nauugnay ang page sa isang brick and mortar entity. Ang mga senyales na tinukoy ng Meta ay ang page na nagbibigay ng “pangalan at address para sa isang pisikal na lokasyon ng negosyo, link sa website ng negosyo, email address ng negosyo, at oras ng pagbubukas at pagsasara ng negosyo.”

Pinanindigan naman ng Meta ang pag-alis nito sa content sa pangalawang kaso. Ayon sa kumpanya, ang pahayag na “puwedeng ipa-reserve” ang mga tuta at ang panawagang “magpa-reserve na ng sa iyo” ay hayagang nag-a-advertise na ibinebenta ang mga tuta, at ayon sa pagsusuri sa profile ng user, wala itong kaugnayan sa isang breeder o lehitimong pet store. Ayon sa Meta, tinutukoy nito ang pagkakaiba sa pagitan ng pagbebenta ng mga brick-and-mortar entity at ng mga indibidwal sa paraang peer-to-peer “para balansehin ang pagtulong sa lehitimong komersiyo at ang pagprotekta sa mga hayop at user mula sa posibleng panganib kaugnay ng mga pagbebenta nang walang regulasyon.”

Sa pahayag niya sa Board, binanggit ng user sa unang kaso na talamak sa Facebook ang mga post na nag-a-advertise ng mga tutang ibinebenta. Inamin naman ng user sa pangalawang kaso na sinusubukan niyang ibenta ang mga tuta sa labas ng Facebook. Ipinaliwanag niya na sinusubukan niya itong gawin sa paraang ligtas at responsable,



at tinangka niyang magbahagi ng mahalagang impormasyon sa kaniyang post. Ayon sa user, mahalaga ang pagbabahagi ng ganitong impormasyon sa Facebook para sa mga taong sinusubukang mangasiwa ng etikal na pag-aampon ng mga alagang hayop.

Malugod na tatanggapin ng Board ang mga komento mula sa publiko tungkol sa sumusunod:

- Mga alalahanin tungkol sa kapakanan ng mga hayop mula sa pagbebenta ng mga alagang hayop sa mga social media platform, lalo na ng mga hayop na mukhang bini-breed para ibenta.
- Ang epekto sa maliliit na negosyo ng requirement ng Meta na nauugnay dapat ang pagbebenta ng mga hayop sa “mga lehitimong brick-and-mortar entity, kabilang na ang mga negosyong retail, lehitimong website, brand o rehoming shelter, o isang pribadong indibidwal na nagbabahagi ng content sa ngalan ng mga lehitimong brick-and-mortar entity.”
- Ang pagiging talamak ng mga scam na may kinalaman sa pagbebenta ng mga hayop sa social media.
- Kung paano nakaaapekto sa maliliit na negosyo ang patakaran ng Meta sa Mga Pinaghihigpitang Produkto at Serbisyo.

Batay sa mapagpapasyahan nito, puwedeng mag-isyu ang Board sa Meta ng mga rekomendasyon para sa patakaran. Bagaman hindi mandatory ang pagpapatupad sa mga rekomendasyon, dapat sagutin ng Meta ang mga ito sa loob ng 60 araw. Dahil dito, tumatanggap ang Board ng mga komento mula sa publiko na nagpapanukala ng mga rekomendasyong angkop sa mga kasong ito.