

La CEO de YouTube le asegura a las élites de Davos que “continuarán controlando la narrativa”

Por: Tyler Durden. 06/06/2022

Otra historia más de Davos que pasó casi desapercibida para los medios mainstream: la directora ejecutiva de YouTube, Susan Wojcicki, abordó los problemas de lo que llaman “desinformación” en Internet [en el Foro de Davos](#) y cómo la plataforma de contenido planea “abordarlo”.

Como todos sabemos, el concepto de “desinformación” es tratado arbitrariamente por las grandes corporaciones tecnológicas de acuerdo con cualquier narrativa que los oligarcas corporativos y los gobiernos quieran impulsar en ese momento. Si ud. está confundido en cuanto a lo que ellos consideran que es la desinformación, simplemente tome cualquier hecho, evidencia u opinión que sea contraria a la narrativa principal del día y asuma que ahora es “desinformación”. Es tan simple como eso.

Vimos esto con dolorosa claridad a lo largo de la campaña de miedo Covid de los últimos dos años. Cualquier discusión sobre hechos médicos que no respaldaran las afirmaciones de los CDC, la OMS o Anthony Fauci de que deberíamos vivir aterrorizados se eliminó rápidamente de las redes sociales. Mientras tanto, los medios de comunicación hegemónicos de las empresas pasaron a primer plano y se promovieron ampliamente a pesar de la falta de apoyo de la audiencia.

¿Y qué hay de la historia de la computadora portátil Biden? Oh sí, eso también se llamó “desinformación”, aunque era un [hecho concreto](#).

Wojcicki ha dejado pocas dudas de que, a pesar de que YouTube fue sorprendido en numerosas ocasiones etiquetando erróneamente la verdad como información errónea, la empresa continuará exactamente en el mismo camino y servirá a los intereses del establishment.

La CEO sugirió en la conferencia de Davos la semana pasada que la plataforma trabajaría con más fuerza para eliminar los incentivos para la publicación de “información errónea”. El Foro de Davos hizo esta consulta durante la entrevista:

Foro de Davos: “Así que suena como, enterrar, en la medida de lo posible, las cosas que no son fuentes creíbles y no se recomiendan. Pero también suena como un trabajo en progreso, ¿crees que siempre será un trabajo en progreso?”

Wojcicki: “Creo que siempre habrá trabajo que tenemos que hacer porque siempre habrá incentivos para que las personas creen información errónea... El desafío será seguir adelantándonos a eso... Creo que siempre habrá ese trabajo. Pero después de todo este trabajo que hemos realizado, esta ha sido una gran iniciativa para nosotros durante al menos cinco, seis años. Creo que hemos recorrido un largo camino. si vas y miras y haces una búsqueda o miras tu página de inicio en términos de lo que estás viendo cuando se trata de temas delicados, verás que provienen de fuentes más autorizadas”.

Más allá de la supresión de fuentes de medios alternativos con hechos inconvenientes, Wojcicki señaló que los términos de servicio de YouTube se adaptarían a los eventos. A pesar de que YouTube aún permite que las noticias rusas operen en el sitio, la narrativa aún podría moderarse, lo que sugiere que las críticas a la narrativa de Ucrania ahora podrían considerarse una violación.

Wojcicki: “...Lo que vimos fue que si había negación o banalización asociada con el conflicto, con la guerra en Ucrania, eso también se convertiría en una violación. Entonces, lo primero y lo más importante para nosotros fue centrarnos realmente en la responsabilidad, descubrir cómo podríamos ser buenos jugadores para asegurarnos de que los usuarios puedan obtener la información correcta y autorizada. Y lo que realmente estamos viendo en este conflicto es que la información juega un papel clave, que la información puede convertirse en un arma”.

Por supuesto, la militarización de la información es exactamente en lo que se han involucrado últimamente las plataformas de redes sociales, incluido YouTube. Esto se puede hacer mediante la supresión de fuentes honestas tanto como mediante la censura.

A medida que los medios establecidos continúan tambaleándose y perdiendo su audiencia ante los medios alternativos, la narrativa establecida debe ser alentada por otros medios. Las plataformas de Big Tech han tomado el manto de la propaganda, afirmando que la información ahora debe ser filtrada por las “autoridades” en lugar de permitir que se propague libremente. Según YouTube y otras empresas, la gente promedio no es capaz de deliberar sobre los datos y la información por sí misma y sacar sus propias conclusiones. Aparentemente, esto es demasiado peligroso para permitirlo.

Pero, ¿quién determinó que las corporaciones de Big Tech están calificadas para dictar qué es fáctico y qué es información errónea? Nadie votó por ellos para hacer el trabajo y muy pocas personas quieren que hagan el trabajo. [Según las encuestas](#), alrededor del 75 % de los estadounidenses no confían en las redes sociales para tomar decisiones justas de moderación de contenido. Si bien el 63% de las personas dicen que apoyan la “eliminación de la información errónea”, la mayoría de las personas no pueden ponerse de acuerdo sobre qué es realmente la información errónea. En la mente de los burócratas del establishment y Big Tech, ellos son los que deciden qué es. En otras palabras, etiqueta la verdad como una amenaza y luego ofrezca ser un moderador de esa amenaza y, al hacerlo, gane poder de la nada

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Noticias holísticas

Fecha de creación

2022/06/06