

Youtube filtrando las búsquedas de Brie Larson y Capitana Marvel nos enseña un posible futuro de internet

Hasta hace un par de días, para las búsquedas de “**Brie Larson y Capitana Marvel**” Youtube ofrecía como respuesta una pléyade de vídeos en los que se reclamaba el boicot a la película, ataques a la actriz y a Disney a lo “estáis arruinando Marvel” y diversas opiniones desde esa corriente “de la pastilla roja”.

Hoy, al menos en la versión estadounidense del sitio, los resultados son bastante diferentes. Entertainment Tonight, ABC, CBS, CNN, BuzzFeed, Wired... todos vídeos de medios profesionales, ninguno de canales amateur o de típicos *youtubers*. Google decidió que Brian Larson es un “término de búsqueda de interés informativo” y eso significa que para posicionarse en tan cotizada búsqueda tendrás que estar en una lista blanca de Youtube como un medio “fiable” según sus criterios.

Nostalgia de la moderación

Llevamos unos años en los que el tecno-optimismo sobre la apertura del debate público a más voces en internet está dejando espacio a una suerte de tecno-pesimismo

¿Por qué apuntamos que con las búsquedas de [Capitana Marvel](#) – que no ha sido filtrado de igual manera – y Brie Larson – que en España no se ha cuidado tanto en Youtube – **podemos vislumbrar en parte el futuro de internet?**

Llevamos unos años en los que el tecno-optimismo sobre la

apertura del debate público a más voces en internet está dejando espacio a una suerte de tecno-pesimismo. El [caso de Cambridge Analytica](#), las elecciones del [brexit](#), el debate sobre la desinformación y los bulos o las crecientes corrientes como el [terraplanismo](#) y los [antivacunas](#) o la creciente percepción de que aumentan en visibilidad los mensajes extremos y de odio.

La visión más compartida de los primeros años de internet apuntaba a los beneficios que tendría para la sociedad el sumar voces al debate público. Desde las *news*, los foros y las comunidades tipo Barrapunto / Slashdot y la aparición de los blogs el coste para poder convertirte en emisor, comentador y distribuidor ha ido bajando hasta llegar a las redes sociales, Youtube e Instagram con los que la barrera de entrada casi ha desaparecido. Se esperaba la aparición de más voces originales, el disputar a los grandes medios con muchos recursos la capacidad de influir en la agenda pública y la transformación del ciudadano-receptor en un verdadero ciudadano participante en la esfera pública mejorase la sociedad.

Resulta llamativo como **la crítica al anterior statu quo procedía en el siglo XX sobre todo de la izquierda** (véase “El hombre unidimensional” de Marcuse, [Amazon](#), entre otros) bajo la tesis de que los medios de comunicación en los sistemas capitalistas eran agentes de control de la opinión, imponiendo categorías del sistema capitalista. Este análisis, si alguna vez fue certero, es muy difícil de considerar vigente: en la última década hay muchos contra ejemplos de que corrientes de opinión al margen de los grandes medios puede llegar a ser masivas, [con el 15M en España como uno de ellos](#).

Llamativo es que quien ha tornado como el gran crítico de la praxis y el poder de los mass media haya sido la llamada derecha populista. Eje claro de [la campaña Bannon-Trump](#) y de varios movimientos por todo el mundo que han seguido su estela, desde Bolsonaro a Salvini: los grandes medios

mientenn, manipulan y ocultan al servicio de oligarquías y contra los intereses del pueblo y sus genuinos representantes. Cabe subrayar que en la izquierda populista también el ataque a los medios de comunicación más leídos / vistos / escuchados es habitual.

Ambas corrientes políticas atacan lo que Google, Youtube, Facebook y Twitter están ahora mismo intentando gestionar: si con los mensajes extremos tenemos un problema de imagen y de negocio, ¿por qué no intentar ir a un escenario con mayor moderación? **Sería un viaje al pasado.** Internet ha conseguido que cualquiera pueda emitir, los sistemas meritocráticos (es decir, algoritmos de visibilidad y posicionamiento) de las diferentes plataformas han dado lugar a que cada una de ellas haya distintas crisis como las mencionadas anteriormente: desde campañas de desinformación a linchamientos varios.

Youtube y lo que va de Capitana Marvel a los antivacunas

En la gestión de esta situación hay dos factores ineludibles para los actores implicados. Una es que Youtube, Facebook, Twitter (y Reddit, Forocoches y cualquier otra) **deben su éxito al contenido de los usuarios, a los creadores genuinos de la plataforma.** Para las comunidades es fundamental que la plataforma sea neutral, es decir, que no estén las cartas marcadas y que no perciban que sus obras y mensajes van a ser penalizados frente a las grandes empresas de medios y contenidos. En el [pasado Rewind Youtube se desmarcó de los youtubers](#) y la respuesta a la contra dentro del sitio de vídeos fue tremenda. En su contra, claro

El otro factor es el de negocio. Si bien cada plataforma debe intentar conseguir incentivar a sus propios creadores, a la vez precisa cuidar el negocio. Y no me refiero tanto a que Disney sea un gran anunciante en Google, que lo es, sino que el ser asociado a contenidos polémicos es un repelente para

los grandes anunciantes. El [caso de Youtube con los contenidos pedófilos es un ejemplo](#), si analizamos la tipología de quien se anuncia en cada plataforma podremos observar una gran diferencia entre Forocoches e Instagram, por mucho que el primero tenga unos números excelentes en España.

Corremos el riesgo de que apoyar un filtrado y un control de la visibilidad de la información por parte de Google porque al penalizar a nuestros contrarios se nos presenta como un dictador bueno

Más allá de lo conveniente para Google y Youtube, es imperioso recuperar el debate sobre la información e internet con una perspectiva amplia. No es lo mismo un vídeo antivacunas – con su parte ideológica pero a la vez con un contenido objetivamente dañino y falso – que una opinión sobre la guerra cultural en el cine o los videojuegos. Corremos el riesgo de que apoyar un filtrado y un control de la visibilidad de la información por parte de Google porque al penalizar a nuestros contrarios se nos presenta como un dictador bueno.

La foto que tenemos delante nuestra es un internet en el que hay fuerzas reaccionarias en lo que al control de la información se refiere que luchan contra lo que entienden que son corrientes reaccionarias en lo ideológico. Son los grandes gigantes digitales tomando decisiones editoriales, sabedores que como intermediarios son quienes regulan la visibilidad de los mensajes. **Si Google, Facebook y Twitter están en una posición muy difícil de disputar en lo que a concentración de la atención y ya sea por convicción, ya sea por negocios, tornan de plataformas para la libertad de expresión a censores del mensaje no estamos sino ante una suerte de señores feudales.**

¿Alguna solución a la vista? Aunque es difícil medir el impacto real que tienen estas plataformas en nuestras democracias – hay quien duda de que éstas puedan resistir el cambio de modelo desde los mass media a los virales en

Facebook, otras veces cuestionan que haya un impacto significativo – uno se plantea si no sería mejor que sea la propia sociedad quien regule el equilibrio entre libertad de expresión, de información y toxicidad en los grandes agregadores de información y que Google, Facebook, Twitter y Forocoches simplemente cumplan la ley.

This content was originally published [here](#).