

X como megáfono neorreaccionario

Por: Pablo Elorduy. 15/11/2024

Las guerras que Elon Musk podría perder

X, ex-Twitter, acumula críticas por su transformación en la máquina de expansión de la ultraderecha internacional. Cada vez más, se discute la deriva de esta red social que se revuelve contra Elon Musk, pero las alternativas siguen siendo minoritarias. Con más de 250 millones de usuarios –entre los cuales hay presidentes, líderes políticos y periodistas– no es fácil, por el momento, encontrar un reemplazo.

«Internet es como el viejo Oeste. Creíamos ser los vaqueros, pero resulta que somos los búfalos». Esta cita que el autor neerlandés Geert Lovink atribuye al antropólogo autodenominado AnthroPunk en su *Tristes por diseño*¹ no parece aplicar a Elon Musk, el Liberty Valance que domina la pradera más influyente de la política internacional, como el bandido de *Un tiro en la noche* (1962) que asolaba el Lejano Oeste. Musk, el hombre de la fortuna de 221.000 millones de dólares, se ha convertido en una amenaza no únicamente para la izquierda y los movimientos sociales online, sino también para una parte fundamental del establishment. Musk es hoy el abanderado de la nueva extrema derecha, esa que en Estados Unidos se conoce como «Alt-Right», y ha sellado una alianza con Donald Trump, quien se propone regresar a la Casa Blanca.

Medios como *Financial Times*, *The Guardian* o *El País* han criticado duramente en los últimos tiempos al multimillonario dueño de X. Su proclama «es inevitable una guerra civil», a raíz de la oleada de pogromos islamófobos en Reino Unido promovida desde esa red social a comienzos de este mes, es de las que marca una época². Tampoco ha pasado desapercibida la entrevista-masaje al propio Trump en el antiguo Twitter³, el *deepfake* de Kamala Harris que difundió saltándose las normas de su propia plataforma⁴, o los intentos de la extrema derecha global de reproducir las algaradas de la extrema derecha británica en España tomando como pretexto una violación en Magaluf (Mallorca) y un asesinato en Mocejón (Toledo)⁵.

En otro tiempo mimado y tenido por un empresario innovador y seductor, un Iron Man de la vida real, hoy Musk es visto como alguien más parecido al Doctor Doom

y, ya en el plano de lo real, una amenaza para las democracias occidentales, merced a la deriva de X, la red social a la que primero fue adicto y de la que después fue dueño.

El empresario nacido en Pretoria, hijo espiritual del *apartheid* sudafricano, es al mismo tiempo un millonario en apuros, el hombre más rico y uno de los más influyentes del mundo, el propietario de la industria social que ha moldeado la política internacional en la última década, un troll que se autopercibe como alguien ingenioso, el nuevo líder de la extrema derecha «anti-woke»⁶, un fanfarrón que se ha tenido que retractar varias veces de sus metidas de pata, un *criptobro* y un paranoico con problemas de sueño y adicciones. «Quiere colonizar Marte y su ego es casi tan grande como el planeta rojo», concluye un artículo del historiador y escritor Derek Seidman en *Little Sis*⁷.

La deriva de X hacia la extrema derecha

Dos símbolos de exclamación (!!) se han convertido en el distintivo que usa el dueño de X para movilizar y propulsar a la extrema derecha internacional. «Es la marca de la bestia», resume Carlos Benítez, integrante del proyecto de análisis de *fake news* y redes sociales *Pandemia Digital*. Acostumbrado a contestar los mensajes de otros usuarios de su plataforma con un código lacónico basado en palabras y emojis (?, cool, wow, etc.), a través de las dos exclamaciones ha propulsado mensajes de cuentas antimigración como los de Tommy Robinson (Stephen Yaxley-Lennon) –antiguo líder de la Liga de Defensa Inglesa–, la cuenta *lamyesyouareno o*, en España, los mensajes de Rubén Pulido, analista en *La Gaceta*, medio de la Fundación Disenso, vinculada a Vox.

Benítez distingue dos tipos de aceleración en la expansión de contenidos de extrema derecha en X desde la compra por parte de Musk en octubre de 2022. Una vinculada a la expansión de las noticias falsas, los bulos, los discursos de odio de carácter racista, de odio religioso y lgbti-fóbico. «Han tocado el algoritmo: se muestran más porque es el objetivo que tiene Musk», resume este investigador. El otro momento de aceleración se conecta con la promoción, aparentemente casual, que el propio Musk, la persona con más seguidores en X (no sin trampas), hace de algunos de esos contenidos a través de las exclamaciones o de otro tipo de interacciones, de manera que «se dispara el rango de impresiones y de interacciones, tanto naturales, de personas a las que les llega esa información, como de cuentas automatizadas», indica Benítez.

Para la periodista Marta G. Franco, autora del reciente *Las redes son nuestras*⁸, Musk es posiblemente la mejor noticia que la extrema derecha ha tenido en este periodo histórico:

Es el brazo tecnológico de la derecha reaccionaria, una pieza más de la «Alt-Right», o como queramos llamar a esa mutación ultratóxica del capitalismo que surge como respuesta a la ola de movimientos de cambio que se articularon a través de internet en las dos décadas pasadas. Es un paso más de esa Internacional del Odio: primero comenzaron a invertir en bots, trolls a sueldo, webs de *fake news* e influencers afines, y con Musk les llegó la oportunidad de comprarse el propio medio para seguir distorsionando la conversación pública.

El analista Jonathan Freedland ha catalogado a Musk como «la figura más importante de la extrema derecha mundial» y recordado que «tiene el megáfono más grande del mundo»⁹. Lo cierto es que no está solo. A los «supercompartidores» como Robinson y los comentaristas e *influencers* de extrema derecha Andrew Tate o Ashley St Clair, y a las cuentas como «End Wokeness» y la antimusulmana «Europe Invasion», se le suma el propio Trump o el excéntrico británico Milo Yiannopoulos, ex-redactor de *Breitbart* de Steve Bannon, medio de comunicación oficioso del trumpismo 1.0, que fue expulsado de Twitter tras encabezar el acoso racista y gordofóbico a la actriz Leslie Jones¹⁰.

La llegada de Musk a la sala de mandos de X fue un jubileo para los ultras. Restauró las cuentas de Robinson, Trump, Yiannopoulos, la del ultra antitrans Graham Linehan y también la del rapero Kanye West –un conocido antisemita–, aunque este

último ha vuelto a renunciar a su cuenta. En un artículo de despedida a X, la columnista Katie Martin describía la deriva de la red social y cómo los abusos habían hecho suya la red a través de un «goteo de racismo casual, intolerancia de los *edgelords* [provocadores online], polémicas de mala fe, *dog-whistle* [silbato para perros]¹¹, desinformación grosera, pornbots dudosos, estafas cínicas, conspiraciones de sombreros de hojalata y tonterías cripto»¹².

Algoritmo y filosofía del fin de la especie

Los cambios, sin embargo, no se han ceñido a la eclosión de ese ecosistema de la Alt-Right internacional. La falta de transparencia ha sido la seña de identidad de X. Pese a que las vías de acceso al conocimiento de en qué se basaban las decisiones de Twitter respecto a su comunidad de usuarios ya estaban limitadas, Musk decidió cerrarlas todas. La interfaz de programación de aplicaciones (api, por sus siglas en inglés), que permitía conocer el impacto de las campañas, pasó a ser de pago, lo que influyó en que fuera mucho más difícil rastrear la expansión de la desinformación y las *fake news*. Además, Musk llevó a cabo una serie de cambios para potenciar su perfil, que se convirtió en el más seguido de la red solo después de su adquisición.

Benítez resume en pocas frases cómo se produjo esa ascensión:

Musk preguntó a los ingenieros de Twitter por qué sus contenidos no tenían más impacto. Y uno de ellos le respondió que eso se debía a que sus publicaciones no generaban interés: el algoritmo analiza ese interés mediante el tiempo de retención, cuánto tiempo te detienes al leer el tuit, las respuestas que tiene, los retuits, los «me gusta», los guardados, etc. ¿Cuál fue la respuesta? Despedir a ese ingeniero y pedir que su cuenta estuviera fuera del algoritmo para ser promocionada masivamente.

Literalmente, Musk se construyó su propio casino sobre la base de una serie de comunidades que habían crecido sin prestarle mucha atención. «Nos dejamos atrapar porque pensamos que nos salía a cuenta, de hecho, sigo pensando que durante varios años merecí la pena», señala la autora de *Las redes son nuestras*. Jack Dorsey, el anterior mandarín de Twitter, tenía un perfil afable, señala Marta G. Franco, «pero la llegada de Musk nos ha hecho recordar el problema inicial: no podemos darle tanto poder a nadie, no podemos depender del magnate de turno». En cualquier caso, nadie cuestiona que todo ha cambiado: «Pregúntate: si X se inventara en su forma actual hoy, ¿te apuntarías?», disparaba retóricamente Katie

Martin en su despedida de la plataforma.

Ernesto Hinojosa, uno de los tuiteros más populares de la historia de la red social en España y que la dejó poco después de la conversión de Twitter en X, abunda en esa apoteosis del narcisismo que ha acabado si no con la historia comercial de la red social, sí al menos con la anterior impresión de que era un terreno neutral:

Musk es lo que obtienes cuando juntas una crisis de mediana edad con 200.000 millones de dólares. Hay quien se compra un descapotable, él se compró una red social. Y el problema es que, precisamente, estar tanto tiempo enganchado a Twitter fue lo que hizo que mucha gente, que hasta entonces solo conocía la versión que la prensa había creado del sudafricano, una suerte de Tony Stark del mundo real, viera su verdadera personalidad de niño malcriado con muchísimo dinero. Y esto a Musk, que está obsesionado con su legado, no le sentó bien, precisamente, y fiel a lo que hace toda esta gente, le echó la culpa a «lo woke», y como los únicos que le ríen las gracias son los nazis y los trolls de extrema derecha, pues ahora tenemos la red social en el estado en que está^{[13](#)}.

Un episodio biográfico ¿la transición de género de su hija? es el hito al que Musk se remite para explicar su conversión en el principal agente de la extrema derecha contra lo que llama el «virus woke». Una serie de artículos de Émile P. Torres en la revista digital estadounidense *Salon*, sin embargo, han dado algo más de contexto y profundidad a la ideología elitista del sudafricano, alineada con una corriente llamada *longtermismo* (o largoplacismo), que plantea una solución eugenésica y malthusiana de reducción de la población humana y su sustitución por otro tipo de *sapiens* «mejorados» por la inteligencia artificial^{[14](#)}.

El autor de estos artículos define el *longtermismo* por el que Musk ha mostrado públicamente su interés como «una cosmovisión cuasirreligiosa, influida por el transhumanismo y la ética utilitarista, que afirma que podría haber tantas personas digitales viviendo en vastas simulaciones informáticas millones o miles de millones de años en el futuro que una de nuestras obligaciones morales más importantes hoy es tomar medidas que aseguren que exista la mayor cantidad posible de estas personas digitales». El filósofo sueco Nick Bostrom, defiende Torres, es el personaje clave para entender qué hay más allá de la parafernalia anti-woke pop y simplona con la que se enmascara el dueño de X:

Musk quiere colonizar el espacio lo más rápido posible, al igual que Bostrom. Musk

quiere crear implantes cerebrales para mejorar nuestra inteligencia, al igual que Bostrom. Musk parece estar preocupado por que las personas menos «intelectualmente dotadas» tengan demasiados hijos, al igual que Bostrom. Y Musk está preocupado por los riesgos existenciales de las máquinas superinteligentes, al igual que Bostrom. (...) Las decisiones y acciones de Elon Musk a lo largo de los años tienen más sentido si uno lo considera un bostromiano de largo plazo. Fuera de este marco fanático y tecnocrático, tienen mucho menos sentido.

De Twitter a X: el establishment se revuelve

«Las estrategias políticamente correctas de la 'sociedad civil' son todas bien intencionadas y están relacionadas con temas importantes, pero parecen estar avanzando hacia un universo paralelo, incapaz de responder al diseño de memes cínicos que están tomando rápidamente posiciones de poder clave», escribió Geert Lovink poco antes de la toma de un espacio político crucial como Twitter por parte de Musk¹⁵. Desde entonces, el algoritmo de la red social que en la última década ha concentrado las comunicaciones sociales de presidentes, ministros, representantes institucionales y gran número de personas de interés ha tendido a favorecer la cultura del meme y la ideología troll en mayor medida de lo que lo hacía hasta ese otoño de 2022.

El propio Musk ha dado varios ejemplos de ese modo de funcionamiento. A pesar de que los miembros del nuevo gobierno laborista de Reino Unido fueron timoratos en su respuesta a la intervención directa de Musk en el conflicto provocado por los pogromos racistas en las islas, Musk tampoco dudó en retar al propio primer ministro Keir Starmer y divulgar (y borrar) noticias falsas relativas a la migración. Starmer y su gabinete han sido objeto de las burlas e imprecaciones del hiperactivo magnate.

Cuando, el 12 de agosto, el comisario europeo de Mercado Interior, Thierry Breton, escribió una carta al dueño de x en la que, con la retórica perfumada y burocrática de los centros de gobernanza, le advertía de la «debida diligencia» que obliga a X a moderar los contenidos de la plataforma, Musk volvió a desatarse como alguien que se cree muy gracioso. El tema parece serio desde el punto de vista económico —las multas pueden alcanzar el 6% de los ingresos de X—, pero el millonario de Pretoria le respondió con una imagen tomada de la película *Tropic Thunder* y el mensaje «Da un paso atrás y fóllate tu propia cara». Simultáneamente, sus seguidores más acérrimos lanzaron sus memes y admoniciones ante el «ataque a la libertad de expresión» y el «autoritarismo» de la Comisión Europea¹⁶. Ese argumento y la

distorsión entre el marco estadounidense –establecido por la Primera Enmienda– y el más garantista marco europeo ha generado, en parte, la crisis entre Musk y las instituciones. Breton se refería a la Ley de Servicios Digitales (Digital Services Act, dsa), una directiva –sin equivalentes en Reino Unido o Estados Unidos– de protección de los derechos fundamentales, que X pudo haber vulnerado con motivo de la entrevista entre Musk y Trump. Un dictamen preliminar emitido en julio indica que X puede haber infringido la dsa al adjudicar el ribete azul de cuenta verificada a cuentas falsas. No es la única investigación pendiente por parte de la Comisión Europea. Hasta la fecha, las iniciativas europeas para castigar a Musk por el desarrollo de estas prácticas de incitación al odio han sido solo llevadas a cabo por personas sin mando en plaza. En Brasil ha sido distinto: el juez Alexandre de Moraes ha iniciado una ofensiva judicial contra la desinformación en la que requirió el cierre y control de varias cuentas asociadas a la extrema derecha –de políticos, blogueros e *influencers*– relacionadas con el intento de asalto al Congreso brasileño en enero de 2023, tras la derrota de Jair Bolsonaro y la victoria electoral de Luis Inácio Lula da Silva.

Amparado en que la legislación brasileña permite bloquear contenido con el fin de proteger las instituciones del país, Moraes inició una investigación contra Musk, acusándolo de obstrucción a la justicia. El juez había ordenado a X que bloqueara los perfiles de seis usuarios del espacio de Jair Bolsonaro, un admirador de Musk, pero este se negó a acatar la decisión judicial.

Más allá de su habitual repertorio de «bromas» y denuncias de «censura» en la red que dirige, Musk ha respondido cerrando las oficinas de X en el país latinoamericano. La cuenta oficial de X para asuntos gubernamentales añadió presión sobre el magistrado con un mensaje amenazante: «El pueblo de Brasil tiene que tomar una decisión, la democracia o Alexandre de Moraes». La historia siguió y Moraes ordenó, en una polémica decisión, la suspensión de X en territorio brasileño.

La ue evita la confrontación directa

En la Unión Europea, sin embargo, y pese al creciente número de críticas, el poder de Musk parece protegido. Bruce Daisley, ex-vicepresidente de Twitter para Europa en *The Guardian*^{[17](#)}, la asesora de la Comisión Europea Marietje Schaake en *Financial Times*^{[18](#)} y un editorial de *El País*^{[19](#)} han instado a no dejar pasar las acciones del multimillonario, pero ningún mandatario se ha decantado por la confrontación directa. Schaake, eso sí, apuntaba a uno de los puntos débiles menos

explotados en la crítica de esa industria social, como es el cierre del grifo del dinero público:

Algunos líderes corporativos se han vuelto tan poderosos que creen que pueden manipular los procesos democráticos o evitarlos por completo. En lugar de ceder, como hacen con demasiada frecuencia los líderes políticos, las empresas deberían pagar un precio por la agresión y, en última instancia, podrían perder contratos u otros accesos lucrativos a los gobiernos (que siguen siendo los que más gastan en tecnología de la información).

Dentro de los partidos del extremo centro, el más claro ha sido Sandro Gozi, político italiano cercano al presidente francés Emmanuel Macron: «Si Elon Musk no cumple las reglas europeas sobre servicios digitales, la Comisión Europea pedirá a los operadores continentales que bloqueen X o, en el caso más extremo, los obligará a desmantelar completamente la plataforma en el territorio de la Unión», ha asegurado. El primero en salir a defender a Musk ha sido otro conocido *Joker* de la extrema derecha, el ex-ministro italiano Matteo Salvini.

Lo cierto es que en la Comisión Europea aún no se plantea la expulsión de X del ecosistema de la información, no se ha producido un éxodo de políticos, y parece improbable que Musk decida romper con el mercado europeo, ya que, por poco rentable que sea económicamente, es clave en el plano político. En el caso de España, la difusión de informaciones falsas respecto al crimen de Mocejón no ha acarreado ningún cuestionamiento del medio (X) y solo se ha puesto en marcha un proceso contra el «anonimato» en las redes sociales.

También se trata de dinero

En el perfil que Marco D'Eramo realizó de Musk en junio de 2022, el periodista italiano aportaba la clave del éxito empresarial del pretoriano²⁰. Más allá de su imagen de excéntrico y visionario, D'Eramo reseñaba cómo la valoración de las empresas de Musk, «así como las estimaciones aleatorias de su riqueza personal, siempre se han basado en la promesa de expansiones futuras y de logros inminentes». Esa fórmula tenía y aún tiene un cliente principal: el propio gobierno de EEUU. A pesar de las toneladas de cháchara lanzada desde los centros de poder de Silicon Valley contra los Estados-nación, el hecho es que sin el concurso de estos no se entiende el crecimiento de Tesla, la empresa señora del imperio Musk, ni de sus otros proyectos, la aeroespacial SpaceX, Openai (inteligencia artificial) y

Neurolink (neurotecnología).

«Las empresas de Elon Musk han recibido miles de millones de dólares en subsidios gubernamentales durante las últimas dos décadas», resumía *Business Insider*²¹ en 2021. Una investigación de *Los Angeles Times* de 2015 estimaba que hasta ese año las empresas de Musk se habían beneficiado en conjunto de un apoyo gubernamental estimado en 4.900 millones de dólares. El artículo de *Business Insider* añadía nuevas cifras: 2.890 millones de dólares para SpaceX procedentes de la Administración Nacional de Aeronáutica y el Espacio (nasa, por sus siglas en inglés), otros 653 millones en un contrato con la Fuerza Aérea de EEUU, y una porción no publicada de la astronómica cifra de 600.000 millones de dólares que el gobierno federal puso encima de la mesa para las empresas durante la pandemia.

Así, el interés de Musk en la campaña de Donald Trump obedece a algo más que a la simpatía personal. El artículo ya mencionado de Derek Seidman detalla cómo el dueño de Tesla ha virado sobre sus afinidades partidistas anteriores, que se correspondían con la actitud de la mayoría de los multimillonarios, que donan dinero tanto a Demócratas como a Republicanos —aunque no en la misma cantidad— a la espera de políticas públicas que refuercen sus posiciones o abran nuevas vías de acumulación. Según su propio testimonio, Musk votó a los demócratas en el pasado, pero la alianza con Trump se ha consolidado a medida que crecía su discurso anti-woke. En julio, el empresario prometió donar 45 millones de dólares al mes a la campaña de Trump dentro de un Comité de Acción Política (pac, por sus siglas en inglés, grupo de interés regulado para la financiación) en el que participan otros magnates de la economía digital, como el cofundador de Palantir, Joe Lonsdale, y los gemelos Tyler y Cameron Winklevoss, conocidos por su papel en la fundación de Facebook e impulsores de la criptomoneda Gemini.

El empeño no es altruista. El sector de Silicon Valley que encabeza Musk, y también el empresariado que no ha roto con la candidatura de Kamala Harris, espera que el nuevo gobierno entregue la cabeza de Lina Khan, presidenta de la Comisión Federal de Comercio, una «tenaz opositora de las fusiones y adquisiciones que perjudican a los consumidores y a los trabajadores» y «la primera defensora real de las leyes antimonopolio que ha tenido Estados Unidos en años», según el comentarista político Jim Hightower²². Parece una soberana tontería hablar de los problemas económicos de una persona con una fortuna de 221.000 millones de dólares, pero la acumulación de pérdidas es, al menos, relevante. Tesla, la compañía señora del imperio Musk, afronta cada año una reducción de su cuota de mercado. En 2024, la

empresa controla 12% del mercado, cuando hace cinco años participaba con 17,5%. Sus ventas descienden y el precio de sus acciones ha caído 10% en lo que va del año²³.

Si Tesla parece en horas bajas, el diagnóstico respecto a X es peor. Desde su compra y en gran medida tras el cambio de nombre, un desastre en términos de valor de marca, la compañía está a la deriva y ha pasado de costar 44.000 millones, que fue lo que pagó Musk, a estar valuada por debajo de 20.000 millones. A fines de agosto, *The Wall Street Journal* publicaba una información que ha tenido eco mundial. El titular, «Los 13.000 millones de dólares que Elon Musk pidió prestados para comprar Twitter se han convertido en el peor acuerdo de financiación de fusiones para los bancos desde la crisis financiera de 2008-2009», apuntaba a un lugar ya conocido: X ha perdido la mitad de su valor desde la llegada de Musk y los inversores oscilan entre el respeto que se le tiene al creador de Tesla como alguien capaz de imaginar expansiones económicas futuras y la creciente conciencia de que se trata de un individuo tóxico para los anunciantes²⁴.

La red social ha visto cómo se ha estancado el crecimiento de usuarios y, aunque su competencia no ha conseguido acercarse a sus cifras, los estudios indican que en los últimos procesos electorales también ha perdido influencia respecto a elecciones anteriores. Con beneficios anuales que rondan los 160 millones de dólares y un servicio de la deuda que le acarrea desembolsos de 1.500 millones anuales, según declaró el propio Musk, el panorama financiero es crítico, especialmente porque, desde el nacimiento de X, las grandes corporaciones han dado la espalda a la inversión publicitaria en esta red. Musk primero los llamó idiotas, luego los trató de recuperar entonando un *mea culpa* y posteriormente los ha acusado de conspirar contra él. Su plataforma ha planteado una demanda contra anunciantes como Unilever y Mars, así como contra una agencia de marketing por lo que entiende que es un acuerdo de «boicot ilegal». Un agente de publicidad citado por *City am* expresaba con crudeza las razones de los anunciantes para desinvertir en X: «Los grandes vendedores se han ido, el sistema de verificación es un desastre, la mitad de tus seguidores ahora son sexbots, la gente más interesante se ha mudado a otro lugar, la gente que todavía está allí publica menos y tu cronología es solo un flujo interminable de miserias. ¿Cómo se puede defender la publicidad en una plataforma como esa?»²⁵.

«Nadie sabe cuánto tiempo más podrá sobrevivir X, ya que la empresa no publica sus resultados financieros. Pero en noviembre, el propio Musk admitió que X podría

enfrentarse a la quiebra debido al boicot publicitario», apuntaba la revista *Fortune*²⁶. El mismo artículo indica que, aunque el agujero sea relativamente pequeño respecto de su fortuna, para el dueño de Tesla la única opción es seguir vendiendo participaciones de la automotriz, ya que el resto de sus proyectos (SpaceX o Neuralink) siguen funcionando sobre la base de la nunca completamente realizada «promesa de expansiones futuras y de logros inminentes».

El poder político y los periodistas siguen sosteniendo a X

Sin embargo, los principales críticos de Musk no omiten un hecho fundamental, como es que su importancia es más política que económica. «Musk no compró X para hacer negocio, sino para ganar influencia», resume Marta G. Franco.

Es lo que ha pasado toda la vida con medios de comunicación deficitarios que han sido mantenidos por empresarios. Lo que puede acabar con X no es, por tanto, la pérdida de ingresos, sino de relevancia política: que los políticos dejen de usarlo como el primer lugar donde publican sus declaraciones, que los grandes medios de comunicación dejen de desvivirse por tener visibilidad ahí, que les *influencers* de X tengan menos alcance que los de otras plataformas.

En diciembre de 2020, Ernesto Hinojosa dejó de usar Twitter. Su cuenta, Shine Mcshine, tiene 165.000 seguidores y no se ha vuelto a mover desde ese día. «No solo era el número de seguidores, es que llevaba en aquella red social prácticamente desde el principio. La vi crecer, transformarse, convertirse *de facto* en la plaza pública de internet», resume alguien que, probablemente a su pesar, cabe dentro de la etiqueta de *influencer*. Hoy Hinojosa publica en Mastodon, una red en la que tiene «solo» 22.000 seguidores. «Lo que me hizo irme fue la deriva que tomó la plataforma tras la adquisición de Musk. Sinceramente, tenía la sensación de que al quedarme allí estaba siendo partícipe de su transformación en un lugar diseñado *ex profeso* para amplificar aquellas opiniones que más aborrecía. Y ahora, cuando por curiosidad vuelvo a asomarme allí, veo que el tiempo me ha dado la razón», señala.

Pese a que el abandono de X supone poco más que un microgesto individual, y que la suma de estos gestos hasta ahora no ha rozado la carrocería de la plataforma, los intentos y llamamientos a mudarse de red social se producen con cada vez más frecuencia. Tras los sucesos de Reino Unido, la plataforma Bluesky ha visto un aumento de 60% en la actividad en las cuentas de ese país, y la compañía refirió

una entrada de políticos en la red social. Threads, la competencia levantada por Meta (Facebook), Bluesky y Mastodon se encuentran en una carrera por convertirse primero en una especie de bote salvavidas para las miles de personas que saltan del antiguo Twitter cada semana y, después, ya se verá. El flujo de salidas desde X es continuo, pero la tensión de los usuarios es importante: abandonar X puede suponer «quedar fuera de la conversación pública», algo que no solo afecta a los políticos.

Una usuaria de Mastodon reflexionaba sobre las consecuencias en el plano individual de un cambio de plataforma:

Dejar *tuister* y venirse a mastodon es un salto al vacío, esto es así. En el camino vas a perder muchos contactos y amigos que has hecho en los últimos años, vas a cambiar rutinas por algo que no sabes qué es. Si además tienes muchos seguidores y/o de algún modo forma parte de tu trabajo (periodistas, artistas, artesanos etc.) puede hasta suponer una pérdida económica, de clientes...

señalaba, antes de dejar una pequeña pulla: «Es normal que no te atrevas a dar ese salto, pero no me lo vendas como algún tipo de activismo, Mari Pili»[27](#).

Hinojosa también prefiere ser cauteloso a la hora de plantear el actual momento de críticas como el inicio de una derrota definitiva del magnate sudafricano:

Me cuidaría mucho de firmar el acta de defunción de X tan pronto; no solo es que Musk tenga tanto dinero como para financiar de su propio bolsillo su juguetito de forma indefinida, es que mientras los políticos y las personalidades públicas no abandonen aquella red social tampoco lo harán los periodistas, y como consecuencia seguirá teniendo importancia en el día a día de internet.

Esa parece ser la clave y el punto débil que, al menos hasta que en noviembre tengan lugar las elecciones presidenciales en EEUU, puede explotar X. El «jardín amurallado» que era Twitter bajo el mandato de Jack Dorsey se ha convertido en un descampado superpoblado, jerarquizado y dominado por la extrema derecha bajo el mandato de Musk, pero el lenguaje burocrático de la Comisión Europea seguirá chocando una y otra vez con la lógica del troleo instaurada como norma en el medio de comunicación más influyente del siglo XXI. «El eslabón crítico son, como he dicho, los políticos», indica Hinojosa, «mientras personalidades como el presidente del gobierno [Pedro Sánchez] sigan usando la plataforma para sus anuncios públicos,

esta tendrá tirón para rato. Aunque esté llena de bots y de nazis, como es el caso».

Marta G. Franco ve en el corto plazo una pequeña grieta que puede acelerar la crisis del antiguo Twitter:

Creo que el declive de x va a ir paralelo a la intensidad con la que Musk se empeñe en ponerlo al servicio de la campaña de Trump. Si se pasa de frenada, los demócratas se van a ir. La duda está en si simplemente se mudarán a Meta [Threads] o si comenzarán a tomarse el problema más en serio y diversificarán plataformas. Creo que no son tan tontos y será más bien lo segundo.

La capacidad de emanación política de EEUU es, de este modo, una de las claves que pueden afectar el futuro inmediato de la industria, tanto en el caso de x como en el de sus rivales, los corporativos –aunque sean de código abierto como Bluesky– y los cooperativos –Mastodon–. En la UE, el desarrollo de una directiva de servicios digitales o, en el caso de España, el de una poco avanzada Ley de Prensa pueden paliar los aspectos más lesivos de la cultura troll impulsada desde la dirección de X, pero el principal problema sigue siendo la acumulación de poder en un solo individuo. Un hecho que no deja de empeorar si ese individuo cree, entre otras cosas, que la especie humana debe dar paso a máquinas superinteligentes, como en el pasado los búfalos dieron paso a los pistoleros.

Nota: una primera versión de este artículo se publicó en El Salto, 23/8/2024, con el título «X puede ser una víctima de la guerra que Elon Musk tanto desea».

- 1.G. Lovink: *Tristes por diseño. Las redes sociales como ideología*, Consonni, Bilbao, 2019.
- 2.Juanjo Andrés Cuervo: «Racismo y fake news: el alzamiento de la ultraderecha en el Reino Unido» en *El Salto*, 5/8/2024.
- 3.Michael Gold: «Entrevista de Musk y Trump: poca polémica, muchos problemas técnicos» en *The New York Times*, 13/8/2024.
- 4.«Musk comparte un ‘deepfake’ de Kamala Harris en su cuenta de x y asegura que ‘vivimos en los mejores tiempos de la historia’» en *Latinus*, 26/7/2024.
- 5.«El Puntual 24h de nuevo en el centro de las noticias falsas racistas» en *Pandemia Digital*, 21/8/2024.
- 6.El término «woke» (despierto/consciente), como un estado de alerta contra las injusticias y la discriminación social, especialmente vinculadas al racismo, ha devenido en el término más usado por la extrema derecha contra el

progresismo [n. del e.].

- 7.«These Billionaire Donors Stand to Gain Big from Presidential Election» en *Little Sis*, 15/8/2024
- 8.M.G. Franco: *Las redes son nuestras. Una historia popular de internet y un mapa para volver a habitarla*, Consonni, Bilbao, 2024.
- 9.J. Freedland: «You Know Who Else Should Be On Trial for the uk's Far-Right Riots? Elon Musk» en *The Guardian*, 9/8/2024.
- 10.Yiannopoulos perdió centralidad en el mundo de la extrema derecha tras varios chistes sobre la pedofilia [n. del e.].
- 11.Hace referencia a los lenguajes codificados, comprensibles para un tipo de público pero anodinos para el resto, como los silbatos ultrasónicos para perros pastores, solo audibles para los animales [n. del e.].
- 12.K. Martin: «How to Break Up with Your x» en *The New York Times*, 17/8/2024.
- 13.Entrevista del autor.
- 14.É.P. Torrez: «Understanding 'Longtermism': Why This Suddenly Influential Philosophy Is So Toxic» en *Salon*, 20/8/2022.
- 15.G. Lovink: ob. cit.
- 16. Karen Kwok: «Elon Musk's Best Move in eu Fight May Be an exit» en *Reuters*, 22/8/2024.
- 17.B. Daisley: «As an Ex-Twitter Boss, I Have a Way to Grab Elon Musk's Attention. If He Keeps Stirring Unrest, Get an Arrest Warrant» en *The Guardian*, 12/8/2024.
- 18.M. Schaaake: «Political Leaders Must Push Back against Tech Bullies» en *Financial Times*, 19/8/2024.
- 19.«Elon Musk despeja la incógnita de X» en *El País*, 15/8/2024.
- 20.M. D'Eramo: «Iron Musk» en *El Salto*, 21/6/2022.
- 21.Jason Lalljee: «Elon Musk is Speaking Out against Government Subsidies. Here's a List of the Billions of Dollars His Businesses Have Received» en *Business Insider*, 15/12/2021.
- 22.J. Hightower: «Beware the Corporate Democratic Donors With Knives Out for Lina Khan» en *Common Dream*, 16/4/2024.
- 23.«Tesla ha perdido cuota de mercado en todas las geografías» en *E&N*, 18/8/2024.
- 24.Alexander Saeedy y Dana Mattioli: «Elon Musk's Twitter Takeover Is Now the Worst Buyout for Banks Since the Financial Crisis» en *The Wall Street Journal*, 20/8/2024.

- 25.Ali Lyon: «More Advertisers to Flee x after Recent Elon Musk Lawsuit and Riot Comments» en *City AM*, 9/8/2024.
- 26.Christiaan Hetzner: «Elon Musk's Financial Woes at X Have Tesla Bulls Fearing He Will Liquidate More Stock» en *Fortune*, 15/8/2024.
- 27.Petarda of the Stars, 20/8/2024, disponible en https://mstdn.social/@pes_mara...

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Nuso

Fecha de creación

2024/11/15