

Artillería

Millones de usuarios le dicen adiós a X

Una nueva red social creada por el anterior dueño de Twitter, Jay Graber, alcanzó la semana pasada los 16.4 millones de usuarios. Se llama Bluesky y su logotipo es una mariposa. En solo 24 horas se sumaron un millón de cuentas. Todo esto ocurre desde la victoria de Donald Trump en Estados Unidos y la incorporación de Elon Musk al equipo de gobierno republicano.

Estos nuevos usuarios de Bluesky no surgieron de la nada, es un éxodo galopante desde el pasado 5 de noviembre. La presencia de Musk en el gabinete de Trump ha provocado críticas y renuncias de quienes consideran que X se ha convertido en una máquina de desinformación dirigida por la extrema derecha.

Guillermo Del Toro, Barbra Streisand, Jamie Lee Curtis y otros artistas de Hollywood se han cambiado a esta red social. Bluesky no es nueva, fue creada por Graber en 2019, antes de venderle Twitter a Musk. Habían realizado pruebas para manejar el algoritmo de una manera menos agresiva y transgresora de los derechos a la privacidad de los datos de los usuarios y como parte de una investigación para crear una plataforma de comunicación descentralizada.

Ojalá lo cumpla y no sucumba Cielo Azul a las presiones y a la presuntuosidad del poder.

Lart analiza las reacciones por el apoyo de Musk a Donald Trump y el papel que desempeña X en este momento al convertirse en vocera del nuevo gobierno estadounidense. Una falta de respeto total a los usuarios que resienten ese trato y en silencio abandonan X.

l/ Edgar Vargas



Suplemento Dominical del
CORREO DEL ORINOCO

Domingo 1 de diciembre de 2024 • N° 686 • Año 10 • Caracas

Elon Musk y su red (anti)social de odio



Musk, el dueño de la Red X, ordenó la modificación de los algoritmos para que sus mensajes aparezcan en todos los timelines de los usuarios

T/ Renán Vega Cantor
F/ Cortesía

Cuando apareció Internet sus promotores nos anunciaban la llegada del reino absoluto de la libertad, la igualdad, la democracia, un mundo virtual en el que no habría injusticias, no cabía la propaganda publicitaria y nadie haría daño a nadie y la comunicación fluiría al margen de las ideologías y de las confrontaciones políticas, para beneficiar a los individuos, ahora sí libres y autónomos. Esa utopía digital permea a un desarrollo posterior de Internet, el de las mal llamadas redes sociales, una de las cuales es X, antes Twitter, propiedad del tecnofascista Elon Musk.

TECNODELIRIOS MARCIANOS Y LA EXTREMA DERECHA

Elon Reeve Musk es un capitalista de origen sudafricano, propietario de varias empresas, como Tesla Inc, fundador de Space X y propietario de la red social X. Es en la actualidad uno de los hombres más ricos del planeta, con una fortuna estimada en 250 mil millones de dólares. Este capitalista se ha dado a conocer por sus anuncios tecno-delirantes, entre los que sobresalen sus pretensiones de colonizar a Marte con seres humanos. Ha dicho que en 2029 estará la primera oleada de humanos en ese planeta y en 2050 allá vivirán un millón de personas. Ha sostenido que estos podrán alimentarse con la producción de vegetales que siembren en ese planeta, luego de comprimir su atmosfera. La primera ciudad en Marte se llamará Terminus y sus habitantes conducirán los carros eléctricos Tesla,



¿Bluesky será una alternativa confiable?

según el modelo producido por otra empresa de su propiedad. El frío de Marte desaparecerá con explosiones termonucleares en sus polos, con lo que se crearían soles artificiales, al tiempo que paneles solares, fabricados por Tesla, ayudarán a calentar los hogares.

Estos delirios tecno-pornográficos distinguen a los ricachones del mundo, que pretenden evadirse de los problemas que genera el capitalismo que ellos encarnan. Elon Musk, el principal promotor de la colonización humana de Marte, no se distingue por ser un hombre de avanzada en términos políticos y sociales acá en la tierra. En su Marte imaginario predomina la alta tecnología y la sofisticación mecánica, mientras en la tierra es un portavoz del capitalismo realmente existente y de la extrema derecha mundial.

La Red X es noticia en estos días por las tropelías de su propietario Elon Musk, cuyas acciones de injerencia antidemocrática debería poner en discusión la pertinencia de que Estados e individuos sigan empleando minuto a minuto una red tóxica, en la que se fraguan ge-

nocidios, golpes de Estado, levantamientos armados de la derecha y se respalda a personajes de la catadura de Benjamín Netanyahu, Donald Trump, Javier Milei o Corina Machado.

Millones de personas usan a diario la red X, con una novedad reciente que tiene un significado político de fondo que poco es considerada, por aquello de la "inocencia" de los usuarios, que se limitan a repetir como loros mojados y amaestrados lo que circula a través de sus móviles. Se trata de que el multimillonario Musk, el dueño de la Red X, cuenta con unos 200 millones de seguidores en su plataforma de (in)comunicación, con el agravante de que ordenó la modificación de los algoritmos para que sus mensajes aparezcan en todos los timelines de los usuarios. Sin que nadie quiera seguirlo, Elon Musk parece ser Dios, al estar omnipresente cuando alguien abre su cuenta X. Se dirá que es cosa del algoritmo, tal si fuera una decisión autónoma de una máquina que programa y no de una elección ideológica, puesto que esos algoritmos expresan los intereses de los dueños de las redes con sus prejuicios y

preferencias ideológicas, generalmente de derecha en el terreno político y capitalistas en el ámbito general de la sociedad y la economía. Las pruebas son evidentes y pueden comprobarse con las "sesudos" y "apolíticos" mensajes de Musk: "Creo que deberían apoyar a Donald Trump para presidente"; "Israel trata de evitar la muerte de civiles [en Gaza]"; tras el triunfo electoral de Javier Milei en Argentina trino: "Se acerca la prosperidad para Argentina"; «Es hora de que el pueblo de Venezuela tenga la oportunidad de un futuro mejor. ¡Apoyo a María Corina!»; en tiempos del golpe contra Evo Morales dijo: "Daremos un golpe de Estado a quien queramos".

Es claro el sesgo ideológico y político de Elon Musk, que lo lleva a respaldar y apoyar proyectos detestables y antipopulares, y lo peor radica en que su opción personal se ha convertido en una pauta política, que determina la conducta de millones de seres humanos, los cuales actúan en consonancia con lo que se dice en X, a lo que le atribuyen carácter de verdad indiscutible.

RED X, MENTIRAS Y RACISMO

Esta red antisocial se encuentra detrás de hechos que han generado violencia, como la que acaba de presentarse en Inglaterra con una asonada racista de extrema derecha. En ese país un desequilibrado mental de 17 años mató a tres niñas blancas. De inmediato, en la red X una empresaria publicó un mensaje en el que decía, mintiendo conscientemente, que el asesino era un musulmán que había recibido asilo político, cuando en verdad nació en Inglaterra. Ese mensaje en X fue replicado por 53 mil seguidores que salieron a las calles a matar inmigrantes, atacar y quemar tiendas de extranjeros y hoteles en donde se alojan, y a destruir mezzquitas.

Elon Musk reprodujo la mentira de un diario inglés en la que se anunciaba que el primer ministro, el laborista Keir Starmer, iba a enviar a los revoltosos de extrema derecha a las Malvinas a un campo de detención. Esa mentira, retransmitido por Musk en X recibió dos

millones de visitas, como muestra cuantitativa del impacto de las estupideces que por allí se difunden.

En otra de sus recientes mentiras, al referirse a Venezuela difundió imágenes de supuestas torturas a jóvenes luego de las elecciones del 28 de julio, que fueron tomadas de una película de ficción. Esa mentira fue replicada en Colombia por la siempre veraz y creíble senadora del Centro (Anti)Democrático María Fernanda Cabal. Con eso se comprueba que el odio tiene muchos seguidores y gran audiencia, y mucho más en sociedades donde ha desaparecido cualquier espíritu crítico.

Estos ejemplos indican que, entre las características inherentes a las redes sociales, resultado directo de lo que piensan los propietarios de las plataformas que imponen sus algoritmos, se encuentran la adulación de personajes de la extrema derecha y difundir mentiras para fomentar el odio, el racismo y el clasismo.

CONTROL SOBERANO DE LAS REDES

En Venezuela y en Inglaterra se está hablando en estos momentos del control, necesario y urgente de las redes anti-sociales, empezando por la X. Muchos se rasgan las vestiduras diciendo que esa es una medida dictatorial. El que primero lo dice es, por supuesto, Elon Musk que asegura que cualquier control restringe o anula la libertad de expresión. Esa es otra mentira, porque un país tiene derecho a evitar que circulen en su territorio los embustes, mentiras y calumnias, que llegan a generar miles de muertos.

De fondo hay un aspecto trascendental, la necesidad de los gobiernos de utilizar sus propias plataformas y no dejar a los ciudadanos de un país a merced de criminales de la talla de Elon Musk. Es un asunto de soberanía comunicacional, que debería ser discutido, para dejar de ver como algo normal el que circulen mentiras y se organicen golpes de Estado, acciones en las que operan los intereses de la extrema derecha y del capitalismo, de los cuales el tecno fanático que sueña con viajar a Marte es uno de sus principales voceros. ⚡

Publicado en papel en El Colectivo, Medellín / Tomado de <https://rebelion.org>



La Marea, prensa independiente española, impartió un curso para ayudar a superar las relaciones digitales tóxicas

Éxodo: un millón de personas abandonan X

¿Por qué Bluesky es la alternativa?

Desde que Elon Musk la adquirió cada día se han evidenciado más cambios con sesgo claro hacia intereses políticos y económicos ultraconservadores. El crecimiento del discurso de odio en esa red, entre otros motivos, explica por qué esta semana, la plataforma Bluesky, desarrollada por Jack Dorsey, cofundador de Twitter, anunció haber recibido nada menos que un millón de nuevos usuarios

T/ Jota B. Ponsone.

¿No fue en Twitter donde surgió el movimiento #MeToo? ¿No fue ahí donde nació el #BlackLivesMatter? ¿No es allí donde hemos ido encontrando comunidades que nos llevaron a tejer redes fuera de las pantallas? ¿No está ahí el "ágora del siglo XXI"? Por mal que nos pese, nuestro viejo Twitter ya no es lo que era. De hecho, ya ni así se llama. Luego de la compra por el magnate tech Elon Musk, en 2022, cambiaron los modos de moderar contenidos. Ahora, miles de usuarios migran sus cuentas a otra red social de microblogging que recuerda mucho al antiguo Twitter. Dan de baja sus perfiles del pajarito azul para dar lugar a la mariposa color cielo: Bluesky.

La plataforma fue desarrollada por Jack Dorsey, cofundador de Twitter. Esta semana, la plataforma anunció haber recibido nada menos que un millón de nuevos usuarios en menos de 24 horas.

¿QUÉ FALLÓ EN X TRAS LA LLEGADA DE ELON MUSK?

Desde la compra de X por parte de Elon Musk, se han señalado diversos problemas: la falta de moderación eficaz contra discursos de odio, la proliferación de fake news y desinformación, la introducción de sistemas de pago como Twitter Blue —que priorizan cuentas verificadas de pago sin verificar autenticidad— y cambios en el algoritmo que favorecen contenido polarizante o engagement bait. Estas decisiones han afectado especialmente a comunidades vulnerables como la comunidad LGBTQ+, minorías étnicas, feministas y activistas de derechos humanos.

A falta de datos locales, mencionamos que un informe elaborado por la agencia de investigación 40dB para la Federación Estatal de Lesbianas, Gais, Trans, Bisexuales, Intersexuales y más (FELGTBI+) revela que una parte importante de los discursos de odio contra el colectivo LGBTQ+ en X proviene de cuentas potencialmen-

te falsas. Por ejemplo, la comunidad de extrema derecha presenta un 7,4% de cuentas falsas, mientras que el feminismo trans-excluyente alcanza un 4,6%, cifras muy superiores al promedio en la red (1,9%).

En declaraciones a La Vanguardia, Yuval Noah Harari, referente de la corriente de las humanidades digitales, estimó que más del 20% del contenido de X lo determinan bots y algoritmos "que deciden qué voces silenciar y amplificar". De hecho, dicho medio decidió no publicar más contenido en X, como también lo hizo el estadounidense The Guardian por considerarlo tóxico para el debate público.

Estas herramientas, clave para las extremas derechas quienes tienen más capitales para solventarlas, dificultan cualquier iniciativa orgánica —como El Ejército de Trolxs, convocatoria de la Federación Argentina LGBT— que intente contrarrestar los discursos de odio, especialmente cuando la plataforma no proporciona herramientas efectivas para enfrentarlos (denunciar una cuenta porque te nombra con un género o nombre que no es el autopercebido ya no es válido, por ejemplo).

LAS RAZONES DETRÁS DE LA MIGRACIÓN HACIA BLUESKY

Rose Wang, directora de operaciones de Bluesky, declaró que "la gente se ha cansado de que el algoritmo lo decida todo". Sin embargo, los motivos de la migración son más complejos. Los cambios en X han evidenciado un sesgo claro hacia intereses políticos y económicos ultraconservadores.

Elon Musk, además de dirigir X, fue recientemente convocado por Donald Trump para liderar un nuevo Departamento de Eficiencia del Gobierno (DOGE), con el objetivo de hacer recortes en la administración estadounidense, algo así como el Federico Sturzenegger gringo. Musk, además, financió la campaña de Trump con 119 millones de dólares y ha adoptado un discurso abiertamente anti-trans y anti-LGBTIQ+.

En este sentido, la pregunta sobre quedarse o migrar evoca la clásica lección de El arte de la guerra de Sun Tzu: si el terreno de batalla favorece al adversario, será prácticamente imposible ganar la contienda.

¿EL PROGRESISMO PODRÍA QUEDARSE EN BLUESKY?

Aunque las ventajas todavía deben ser puestas a prueba y teniendo en cuenta que es una plataforma en desarrollo —por lo que queda por ver cómo la sustentabilidad económica impactará en las características a mencionar—, SOY ofrece a continuación un punteo rápido para putxs locx, putxs reventadxs que quieran dejar de hacerle el juego al ex de Grimes (sí, también es como la versión gringa del marido de Pampita).

- Experiencia personalizada:**
 - * No depende de un "algoritmo maestro" que priorice intereses empresariales; el usuario tiene más control sobre lo que ve.
 - * Ofrece canales predeterminados como:
 - * Siguiendo: Publicaciones de cuentas seguidas por el usuario.
 - * Amigos: Publicaciones de cuentas seguidas por los amigos.
 - * Descubrir: Publicaciones relacionadas con los intereses del usuario.

- Protocolo AT:**
 - * Tecnología abierta y accesible que permite a cualquier persona crear y gestionar su propia red social (complejo, pero técnicamente posible).
 - * Fomenta la diversidad de experiencias y evita la centralización bajo una sola empresa o individuo.

- Feed personalizables:**
 - * Los usuarios pueden desarrollar algoritmos propios para adaptar sus contenidos a intereses específicos (¿Gatos? ¿Memes de Wicked? ¿Cosas que sean Brat? Pues claro).

- Moderación avanzada:**
 - * Posibilidad de bloquear contenido no deseado mediante listas de bloqueo personalizables y compartibles.

- Recomendaciones temáticas:**
 - * Bluesky permite explorar contenidos organizados por temas (por ejemplo, fútbol italiano o insectos tropicales) o por dinámicas específicas como "Mensajes populares entre amigos" o "Publicaciones menos frecuentes de usuarios seguidos".

- Resiliencia frente al control corporativo:**
 - * Definido como "a prueba de multimillonarios", Bluesky no depende de una estructura centralizada.
 - * Su tecnología de código abierto, mantenida por múltiples colaboradores, evita el control total por parte de una sola entidad, similar a modelos como Wikipedia o el correo electrónico.

Cabe la pregunta acerca de si la migración se mantendrá constante y generalizada o si responde a otro hype del sector tecnológico. También es una incógnita cómo una plataforma sin publicidad generará ingresos y el rol que tomará el manejo de datos (principal activo de las redes sociales) y si las dinámicas antes mencionadas favorecerán o no a las cámaras de eco y los sesgos de confirmación (si más segmento mi contenido, veré cosas que solo comprueben lo que pienso). Hasta ahora, las primeras señales apuntan a una oportunidad para comunidades vulnerables de recuperar espacios virtuales más seguros. ⚡

Qué es Bluesky, el Twitter antimagnates que gana millones de usuarios tras la victoria de Trump

La red social creada para ser un Twitter descentralizado y sin publicidad supera los 16 millones de usuarios tras menos de un año abierto al público general

T/ Carlos del Castillo
F/ Cortesía

“**E**s una red social nueva y hay muchas cosas que están en pañales aún. Está en proceso de crecimiento. Esto no es la panacea ni el lugar idílico. Lo que pasa es que es muy fácil sentirse mejor que en Twitter”. Es el resumen de Ugo sin Hache, un creador de contenido sobre discapacidad, sobre Bluesky, una plataforma que ha ganado más de dos millones de usuarios desde la victoria de Donald Trump y Elon Musk. El último, en las últimas 24 horas.

Bluesky es una red de microblogging de aspecto muy similar a Twitter (renombrada a X por Elon Musk), y con un funcionamiento casi idéntico a Twitter. De hecho, nació en 2019 como un experimento dentro de la propia Twitter: cómo funcionaría esa misma plataforma si se construyera sobre un protocolo descentralizado y de código abierto.

Estas características implican que cualquier usuario o empresa podría construir aplicaciones diferentes, como algoritmos personalizados, sistemas de mensajería con un cifrado más estricto, filtros de contenido o políticas de moderación diferentes sobre la misma red principal. Todo ello sin el control o autorización de la empresa que lanzó y gestiona esa red principal.

El ensayo se lanzó cuando Jack Dorsey, fundador de Twitter, aún permanecía al mando de esa plataforma. Dorsey llevaba años quejándose sobre el poder que los inversores habían logrado en la toma de decisiones sobre la usabilidad de Twitter y se había vuelto cada vez más partidario de tecnologías de base descentralizada, como la que sustenta a las criptomonedas.

La prueba de concepto tuvo éxito y Bluesky nació como proyecto independiente en 2021. La empresa siguió recibiendo apoyo financiero de Twitter un año más, hasta que en 2022 compró la empresa y Bluesky cortó toda relación con ella. La joven iniciativa tuvo que trabajar en la sombra varios meses más hasta poder poner un producto en el mercado, que finalmente llegó en febrero de 2023.

Aun entonces el registro en Bluesky estaba limitado a los usuarios con invitación, lo que le impidió aprovecharse de las oleadas de huida de usuarios de Twitter que estaban provocando las decisiones de Elon Musk. “No usá-



Luego del apoyo del Muks a Trump, los usuarios de X se mudan a Bluesky

bamos las invitaciones para intentar ser exclusivos. Las utilizábamos para gestionar el crecimiento mientras construíamos lo que es esencialmente una base, los rieles de este nuevo tipo de red distribuida”, ha explicado en Wired Jay Graber, la ingeniera de 32 años que ejerce de directora ejecutiva de Bluesky.

“Tuvinos que construir el protocolo de aplicaciones bajo Bluesky, el Protocolo AT, que permite a diferentes desarrolladores, empresas o personas entrar y modificar sus experiencias. Algunas de ellas se pondrán en marcha en breve. Un ejemplo de ello son tus feeds. Cuando te unes, te damos el seguimiento por defecto y los feeds algorítmicos. Pero luego hay más de 25.000 feeds personalizados para elegir, la mayoría creados por desarrolladores independientes. Uno de ellos es un feed de musgo, que me parece muy relajante y divertido: solo muestra imágenes de musgo y cosas verdes”, explicaba.

UNA RED SOCIAL CON ESCUDO CONTRA MILMILLONARIOS

Bluesky pudo abrirse al público general en febrero de 2024. Desde entonces suma casi 16 millones de usuarios, contando con los dos últimos que se han registrado en la última semana. Es aproximadamente el doble que Mastodon, la otra gran alternativa a Twitter con la que comparte muchas características y con la que ha expresado interés en federarse en un futuro.

La propuesta de valor de Bluesky es una red casi idéntica a Twitter pero basada en ese protocolo descentralizado, lo que entre otras cosas le ofrece un escudo anti-magnates. El Protocolo AT permite a los usuarios de Bluesky llevarse sus datos fácilmente a otras plataformas si aparece un Elon Musk que intenta tomar el control de la empresa y poner los algoritmos a su servicio.

Se trata de una de las características más poderosas de la plataforma. El sistema permite una “identidad soberana”, lo que significa que las personas pueden

mantener su red de contactos e interacciones aunque cambien de servidor. Es un tipo de independencia imposible en redes centralizadas como X (o Facebook, o Instagram, o TikTok) donde los datos y contactos quedan atrapados en la plataforma y son propiedad de las empresas que la gestiona.

El Protocolo AT es de código abierto y cualquier empresa u organización puede replicarlo en sus servidores. A su vez, todos los usuarios que lo utilicen pueden llevarse sus datos a esas réplicas.

El escudo se completa con la forma jurídica que ha adoptado Bluesky. Se trata de una Public Benefit Corporation, una empresa de beneficio público que además de buscar su rentabilidad, está legalmente obligada a trabajar por el bien común. Es una figura que no tiene un equivalente directo en el contexto europeo que pone al mismo nivel el beneficio público que el de los accionistas de la empresa.

UN MODELO SIN PUBLICIDAD

En este momento Bluesky no tiene publicidad y ha expresado la intención de no incluirla en su modelo de negocio en el futuro. Esto le permite no necesitar recolectar datos personales de sus usuarios de forma masiva. Actualmente se financia a través de subvenciones y apoyo de inversores interesados en la tecnología descentralizada y en los principios de código abierto.

“Hay escepticismo sobre si este modelo social puede funcionar”, ha reconocido Graber. “La gente incluso se pregunta qué es. Así que, en primer lugar, estamos intentando demostrar que este ecosistema tiene valor para usuarios y desarrolladores, y que puede dar el pistoletazo de salida a una era de innovación abierta”, expone: “Creemos que el dinero sigue al valor”.

La CEO de Bluesky ha adelantado que este año empezarán a explorar propuestas de valor, como vender dominios personalizados. Actualmente los usuarios llevan en su dirección de perfil la del dominio en el que se registraron (nombreusuario.bsky.social) y mediante esta vía, cobrarían por modificar el dominio a .com, .net o .es.

“No podemos ensuciar esta red con anuncios”, ha afirmado Graber. “Aquí es donde entra en juego la federación. El hecho de que cualquiera pueda autoalojarse y construir sobre el software significa que nunca podremos degradar la experiencia del usuario de forma que la gente quiera marcharse”.

Los 16 millones de usuarios que Bluesky ha superado este jueves aún quedan lejos de los 420 que Elon Musk afirma que tiene X, pero suponen el doble que los que ha logrado la otra gran alternativa, Mastodon, desde 2016. 🚩