

Artillería



Se caen las máscaras en internet

Mundo digital tóxico

No hay red social a la que se le pueda dar confianza total. Todas, por unas u otras razones, están siendo objeto de críticas y sanciones. Todo lo que creíamos eran avances tecnológicos está siendo cuestionado y en el peor de los casos prohibidos.

X, Tik Tok, Instagram, Facebook, Whatsapp, Telegram, las más conocidas, están cojeando por algún lado. Pero no está pasando solo con las redes sociales, otros desarrollos muy novedosos como la Inteligencia Artificial son objeto de polémicas.

Moxie (en la imagen de portada) es un robot de compañía para niños con dificultades emocionales que resultó todo un suceso, o lo fue. El dis-

positivo habla, responde, juega, cuenta chistes y se toma selfies, de la noche a la mañana muere. La realidad es que lo desconectaron. La empresa que lo creó, *Embodied Inc* con su creador, Paolo Pirjanian, se declaran en quiebra sin indemnizar ni explicar nada a los que les ofrecían la inocente compañía.

Así está el mundo de las nuevas tecnologías, te ofrecen villas y castillos, pero detrás están las grandes riquezas que sus dueños están acumulando.

Queda por analizar lo que está sucediendo en nuestro país con Tik Tok y todo lo que tiene que ver con los algoritmos pues su uso se están tornando en algo muy peligroso. F/ Cortesía



Elon Musk, Mark Zuckerberg y Jeff Bezos

Suplemento Dominical del
CORREO DEL ORINOCO

Domingo 12 de enero de 2025 • N° 690 • Año 10 • Caracas

La Marea deja de publicar en Facebook e Instagram

En La Marea y Climática, medios editados por la cooperativa MásPúblico, dejarán de usar las redes sociales de Meta (Facebook e Instagram) hasta concluir el debate interno iniciado hace unos meses por su redacción con el objetivo de usar herramientas digitales más democráticas y menos tóxicas.

Adoptamos esta decisión después de que Mark Zuckerberg, cofundador y presidente de Meta, anunciara el martes que este gigante tecnológico elimina la verificación de contenidos por profesionales. Sigue así el modelo implantado en X por su dueño, Elon Musk. La mano derecha de Donald Trump, presidente electo de EE. UU., lleva meses promoviendo bulos y fomentando la manipulación informativa. Su apoyo a partidos de corte fascista y las acciones para interferir en procesos electorales han hecho que varios líderes europeos lo definan como un peligro para la democracia.

El pasado 31 de diciembre, desde La Marea y Climática anunciamos que abandonábamos X. Una decisión difícil ya que las audiencias en esta red social de ambos medios sumaban una comunidad de más de 290.000 seguidores. Una publicación como La Marea ya se enfrenta a demasiadas dificultades para difundir su trabajo, pero desde nuestros inicios, en diciembre de 2012, hemos intentado construir un medio de comunicación lo más coherente posible con su línea editorial.

Nuestra empresa, una cooperativa sin ánimo de lucro, rechaza los publireportajes y se rige por un estricto código para anunciantes aprobado en asamblea. Por ello, nunca hemos aceptado la publicidad ni el patrocinio de ninguna empresa del IBEX 35.

Sin embargo, hasta ahora no habíamos podido priorizar la reflexión sobre cómo afectan las redes sociales al periodismo y, en concreto, a nuestro trabajo. Hemos abierto cuentas en espacios que han cambiado normas, algoritmos y propietarios sin que pudiéramos decidir apenas nada. Y nos hemos ido convirtiendo en aparceros de terratenientes cada vez más despóticos y fanáticos, pero ¿quién se atreve a renunciar al trocito de huerta que ha estado sembrando durante años?

En el debate de la redacción sobre prescindir de las redes sociales de Meta ha habido quien, con buenos argumentos, ha señalado una obviedad: ser coherentes al



Foto/ Cortesía

100% es imposible. El simple hecho de intentar aparecer en los motores de búsqueda implica colaborar con ellos. Además, cada vez que emprendemos una nueva acción para intentar ser coherentes lo pagamos más o menos caro, con un precio que la mayoría ignora. Entre otros problemas, tener menos difusión hace aún más difícil darse a conocer entre nuevos posibles suscriptores.

SIN GOOGLE ANALYTICS

Todos los artículos de lamarea.com y climatica.coop se publican en abierto. Nadie debe aceptar cookies para poder leerlos. Aun así, en junio de 2024 renunciamos a usar Google Analytics, una herramienta gratuita de medición de audiencias exigida por muchas empresas y administraciones para anunciarse o conceder una ayuda económica. Lo hicimos tras publicar un reportaje de investigación en el que tomamos conciencia de la cantidad de datos de los lectores y lectoras que recopila dicha herramienta, datos personales que son cedidos a sus empresas asociadas y que viajan por países de todo el mundo.

Sabemos que a la mayoría de la población no le importa regalar sus datos a cambio de poder leer un artículo. Sin embargo, para nuestra cooperativa es importante protegerlos. Por ello, decidimos no participar de ese opaco negocio sobre el cual han alertado organizaciones en defensa de los derechos humanos.

En el número 100 de nuestra revista bimestral, Pat de Brún, de Amnistía Internacional, explicaba que “ya hay pruebas contundentes de que entidades estatales y empresariales recurren a este sistema para manipular a la opinión pública, demonizar y atacar a grupos minoritarios vulnerables e influir en los resultados electorales”. En el fondo, a nadie nos debería sorprender.

Encontrar una herramienta de analítica que respete la privacidad de nuestra audiencia fue más complicado. Finalmente, el pasado noviembre, después de consultar a diferentes especialistas, decidimos contratar los servicios de Overtracking para analizar datos básicos de visitas y lecturas sin recabar datos personales.

Por ello, cuando lanzamos una campaña de crowdfunding de Climática el pasado septiembre, decidimos no poner anuncios en redes sociales dirigidos a la audiencia potencialmente interesada en nuestro medio especializado en cambio climático. Necesitábamos esa promoción para evitar sufrir tanto como lo hicimos para alcanzar el objetivo mínimo, pero no queríamos caer en el cinismo: si habíamos decidido proteger a nuestros lectores y no regalar sus datos personales a terceras empresas, tampoco podíamos usar los que recopilan otras.

Lo más probable es que en los próximos meses sigamos tomando decisiones empresariales poco recomendables para quien considere que la información es un negocio, y los lectores y lectoras, usuarios o clientes. Pero no es nuestro caso.

Mientras seguimos avanzando en este proceso, nos comunicaremos a través de nuestras páginas web y nuestras cuentas en Bluesky, LinkedIn, Telegram y Mastodon. También seguiremos difundiendo nuestro trabajo en la newsletter semanal de La Marea y la de Climática. Y, por supuesto, seguiremos publicando a diario y en abierto desde nuestras páginas webs. Cada vez son más las personas que las visitan sin intermediarios, sin esperar a encontrar en una red social el enlace a un artículo. Vienen directamente a la home de lamarea.com y de climatica.coop porque no necesitan que nadie las invite a su casa. ✚

Fuente: <https://www.lamarea.com>

‘La Vanguardia’, ‘La Marea’, ‘Climática’ y ‘CTXT’, primeros medios en dejar la red social X

T/ Dani Domínguez

Primero fue La Vanguardia. Siguiendo la estela de The Guardian, el diario catalán anunció a mediados de noviembre que dejaba de publicar contenido en ‘X’ al considerar que se había convertido en «una red de desinformación» tras su adquisición por parte del magnate ultraderechista Elon Musk.

La Marea y Climática hicieron lo propio el pasado 31 de diciembre. Tras iniciar una reflexión común algunas semanas antes y organizar una sesión con especialistas del Club Manhattan sobre redes sociales titulada ¿Qué hago con mi X? Taller de estrategias colectivas para acabar relaciones tóxicas digitales, La Marea publicó su último post en la antigua Twitter, donde a fecha de hoy aún cuenta con más de 257.000 seguidores: “Durante muchos años, esta red social fue un espacio para encontrar-

nos y compartir con todos vosotros y vosotras información, comentarios, críticas, ideas... Pero la situación es insostenible y hemos decidido cerrar esta etapa”.

El 9 de enero, ambos medios anunciaron que dejaban de publicar también en Facebook e Instagram, redes sociales propiedad de Mark Zuckerberg, después de que el magnate anunciase que elimina la verificación de contenidos por profesionales.

También CTXT ha dejado de publicar en X. «Este es nuestro último tuit. Abandonamos esta pocilga ultra definitivamente», se despedían el 1 de enero de 2025.

De esta forma, al menos cuatro medios españoles ya han abandonado X en las últimas semanas ante el insostenible clima de desinformación y odio que reina en la plataforma.

Porque Elon Musk ya ha tomado partido (en realidad hace tiempo que lo hizo) y ha convertido su red social, por la que pagó

44.000 millones de dólares, en un espacio de promoción de la extrema derecha global. En 2023, cuando se formalizó la compra, ningún analista podía entender la operación: Twitter era en esos momentos una compañía deficitaria, en claro retroceso de usuarios respecto a otras redes como Instagram o TikTok.

A pesar de ello, Twitter seguía siendo una potente arma de difusión política y Musk no dudó en poner su nuevo juguete a disposición de, principalmente, Donald Trump, a quien le devolvió la cuenta después de que la anterior dirección de la red social eliminase el perfil del expresidente por difundir desinformación.

Año y medio después de la adquisición, algunas piezas del puzzle parecen encajar mejor y explican los motivos que llevaron a Musk a realizar una operación económicamente ruinosa. Para el mayor multimillonario de la historia, con un patrimonio valorado en 420.000 millones de dólares a

inicios de 2025, la rentabilidad de X no es económica.

Tras la victoria de Trump en las pasadas elecciones estadounidenses (en las cuales es imposible saber cuál ha sido el papel de X como espacio de difusión de las teorías de la conspiración creadas por el magnate), el nuevo presidente electo ha anunciado su intención de nombrar a Musk como líder de nuevo departamento de Eficiencia Gubernamental. El dueño de X tendrá a sus manos la motosierra que Javier Milei popularizó en Argentina.

Pero las ansias políticas de Elon Musk no se ciñen únicamente a Estados Unidos. El también propietario de Tesla o Espacio X utiliza su red social para promocionar a otros partidos de extrema derecha a nivel mundial: «Solo AfD puede salvar Alemania», ha publicado en su perfil en referencia a Alternativa por Alemania, el partido de ultraderecha germano, muy cercano al neonazismo.

No, esto no es libertad de expresión



Sobre Zuckerberg, la moderación en redes sociales y el trumpismo

T/ Simona Levi
F/ Cortesía

En estos días, en un video en el que anuncia la eliminación del fact-checking y de la moderación de los comentarios en sus plataformas Facebook e Instagram, adoptando el modelo de X/Twitter de Musk, Mark Zuckerberg, CEO de Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger Live y Threads), dijo algo como esto:

“Trabajaremos con el presidente Trump para defender a las empresas estadounidenses de los ataques de los gobiernos en el mundo, que quieren obligarlas a censurar más. Europa aumenta sus leyes que buscan institucionalizar la censura y que frenan la innovación. (...) Solo con el apoyo del gobierno estadounidense podemos detener esto. El gobierno anterior lo hizo todo más difícil y fomentó también la censura. Sus acciones han perjudicado a las empresas estadounidenses y envalentonado a otros gobiernos a ir incluso más lejos. Pero

ahora podemos reinstaurar la libertad de expresión, y estoy emocionado por esta oportunidad”.

Estas palabras no son solo una genuflexión de Zuckerberg ante el nuevo presidente Trump, una especie de reverencia para ganar los favores que Elon Musk está acaparando. Son más relevantes de lo que pueden parecer, aunque, seguramente, a Zuckerberg no le habrá costado un gran esfuerzo.

El derecho a la libertad de expresión significa que ahora esos poderosos no pueden eliminar la posibilidad de que otros expresen su opinión

Estas declaraciones deben enmarcarse en una ofensiva mayor que incluye el apoyo público y económico de Musk a partidos neonazis europeos, como ocurrió en Alemania, o a sus ataques al gobierno del Reino Unido, con una táctica similar a la que QAnon usó en la campaña contra Hillary Clinton, cuando algunas cuentas comenzaron a alertar en Twitter de que miembros del Partido Demócrata practicaban la pedofilia.

Se trata de una ofensiva ideológica que utiliza como bandera una libertad de expresión que no es tal.

Antes de continuar, quiero dejar claro, como definiendo en mi libro #FakeYou, fake news y desinformación, que esta campaña se basa en algo cierto: que la moderación propugnada por los gobiernos europeos es errónea y rápidamente cooptada como un instrumento partidista en manos de nuestros poderosos, con igual afán de control que los del otro lado del Atlántico. No vengo a defender a los gobiernos de Europa.

Pero llegados a este punto, es necesario recordar qué es la libertad de expresión.

Nunca se ha querido generar una alternativa europea en la que los derechos de todos sean incluso un modelo económico de digitalización

Los derechos –todos los derechos– nacen como privilegios –es decir, algo que solo podían disfrutar los poderosos– que se transforman, gracias a la lucha, en algo accesible para todo el mundo. Por ejemplo, la libertad de expresión siempre fue patrimonio de los poderosos, nadie se la otorgó. El derecho a la libertad de expresión significa –o debería significar– que ahora esos poderosos no pueden eliminar la posibilidad de que otros expresen su opinión. Lo que está haciendo la propaganda trumpista, y el cuñadismo ultraconservador en general, es



Donald Trump con el CEO de Facebook, Instagram y Whatsapp, Mark Zuckerberg

afirmar que limitar su prepotencia recorta sus derechos. Lo cual, según cómo se mire, es cierto. Esa es precisamente la función de los derechos conquistados: establecer reglas para que tu libertad no elimine la libertad de los demás. Es decir, que quienes tienen el poder de expresarse con todos los medios a su disposición –ya sea un presidente, un multimillonario o el hombre más rico del mundo– no puedan silenciar otras opiniones con menos altavoces.

Por eso, no nos confundamos: ellos están definiendo únicamente su libertad de expresión, la del más fuerte. Eliminar la verificación diciendo que se defiende la libertad de expresión es, en realidad, una falacia. En su discurso, Zuckerberg no menciona eliminar los algoritmos que priorizan contenidos, de hecho lo reafirma en un momento del video. Dice que la gente “ahora quiere ver más política” y él se la dará. Seguirá estando prohibido mostrar los pezones de las mujeres, y solo los de las mujeres, en Instagram, porque quien decide lo que es “normalidad” es el propietario de este ágora digital. De ahí la defensa de las empresas tecnológicas estadounidenses que, en realidad, en este caso es también la defensa de la supremacía de las opiniones políticas de sus propietarios.

La lucha contra la desinformación que se está llevando a cabo en Europa se centra en los contenidos, moralizando la libertad de expresión, cuando debería enfocarse en la verificación y en la financiación de la información. Sin embargo, hay una tercera vía: la defensa de una obligación de verificación a priori –no a posteriori–, según los parámetros del periodismo; con un etiquetado neutral y desintermediado como requisito inalienable de lo que llamamos información, y que esta obligación debe aplicarse no a las personas sino a las instituciones y a los negocios, las inversiones en viralización (medios, plataformas, partidos políticos y cualquiera que se gane la vida con ello).

Si Europa no corrige su rumbo rápidamente, la ofensiva que llega con mucha fuerza, tendrá éxito.

Vamos tarde, pero aún es posible crear una alternativa. La pregunta es si tenemos políticos capaces de hacerlo. Por eso, como sociedad civil, debemos organizarnos y no caer en los cantos de sirena de la propaganda de un bando u otro. ✚

<https://ctxt.es/es/20250101>

¿Por qué Elon Musk odia Wikipedia?

El comandante en jefe de la Casa Blanca que vino del Apartheid sudafricano sabe que Wikipedia es uno de los escasos ejemplos de semiindependencia del gran capital

T/ Jorge Majfud
F/ Cortesía

En 2012, el filósofo argentino Hugo Biagini publicó su Diccionario del Pensamiento Alternativo. Biagini me invitó muchas veces a colaborar con sus proyectos (como América latina hacia la segunda independencia, con Arturo Roig, 2007; en su Diccionario de Autobiografías intelectuales, 2019) y en esa oportunidad mi aporte fue solo una entrada sobre “La sociedad desobediente”. Allí aproveché para repetir una respuesta al cofundador de Wikipedia, Larry Sanger, cuando en 2007 abandonó el proyecto por considerarlo un fracaso, debido a su falta de autoridad. En 2020, Larry Sanger acusó a Wikipedia de estar dominada por “izquierdistas”. Algo muy discutible (ver las entradas sobre Israel y Palestina, entre otras). No tan discutible es el hecho de que si alguien ama el dinero no va a dedicar su vida a la enseñanza o a Wikipedia.

Para mí, con todos sus defectos, Wikipedia era un ejemplo reciente y exitoso de organización del conocimiento semiindependiente de una autoridad política y económica, una “forma de desobediencia cultural”. En el Diccionario de Biagini, anoté:

“Contrariamente a lo que se podía predecir, la escritura de la información por parte de millones de individuos anónimos alrededor del mundo no ha derivado en un caos sino en una confiabilidad (según estudios tradicionales) tan alta como la Enciclopedia Británica (...) En la sociedad desobediente la educación posindustrial toma progresivamente el lugar de la educación industrialista (uniformizante), de la misma forma que ésta tomó el lugar de la educación escolástica durante la Revolución Industrial. En la esfera política, uno de sus requisitos es la democracia directa (...) Según este diagnóstico, resulta posible pronosticar que los tradicionales sistemas representativos (como el parlamentario) perderán su importancia en las decisiones de las sociedades, de la misma forma en que, en su momento, la perdieron los reyes absolutistas en beneficio de los parlamentos. Es probable que esta misma idea de agravamiento de las condiciones impuestas por un poder imperial (en este caso la globalización de la cultura norteamericana...) sea producto de una reacción de los poderes tradicionales contra el surgimiento de la sociedad desobediente... No obstante, po-



demos pensar que no es esta inevitable radicalización de la desobediencia el origen del conflicto sino la reacción de los poderes tradicionales...” (506-508).

Claro, todo a pesar de la continua presión e injerencia de mafias institucionalizadas, como la CIA (para la cual Elon Musk trabaja y es agente con acceso a documentos clasificados). Desde los primeros años de Wikipedia, se han detectado guerras de ediciones generadas con IPs procedentes de la misma CIA (y del Mossad), antes que la NRL (“US Naval Research Lab”) desarrollase Tor, un navegador anónimo que también se les escapó de las manos (era inevitable hacerlo “open source” para que fuese realmente “intrazable”). Pero la CIA no disminuyó sino que aumentó su uso. El mismo caso de Linux, como lo reconoció su fundador negándolo con la boca y afirmándolo con la cabeza.

El otro fundador de Wikipedia, Jimmy Wales, comenzó desde una filosofía ‘libertaria’ y capitalista, pero su proyecto confunde un ‘anarquismo’ de derecha (antigubernamental, como el marxismo original) con un anarquismo de izquierda (igualitario). En 2005 ya había calificado al Partido Libertario como una “horda de lunáticos”.

Elon Musk se ha burlado de la mendacidad de Wikipedia para sobrevivir, similar a las cadenas públicas de radio y televisión sobrevivientes en EEUU. NPR y PBS son odiadas por Musk y quiere verlas desaparecer. Debido al progresivo desfinanciamiento estatal, estas cadenas públicas han debido recurrir a donaciones.

Wales ha insistido que el principio de Wikipedia de no financiarse a través de publicidad es para preservar su independencia. Claro, cuando no están limitadas, las donaciones son un arma de doble filo. Es aquí donde la dosis de la medicación hace una diferencia absoluta entre la vida y la muerte. Un ejemplo obvio fue la abolición del tope de donaciones a los partidos políticos en 2010, lo cual recientemente hizo posible que Musk comprase su acceso a la Casa Blanca con una donación de 250 millones de dólares a la campaña de Donald Trump.

Los políticos, los medios y la opinión pública se pueden comprar. Pero hay cosas que no, como el amor y la dignidad. En el caso de Wikipedia, es una espina en el talón que llevan ultra millonarios como Musk: ¿cómo es posible que exista una fuente global de información que no

cotiza en la Bolsa de Londres o Nueva York? Si Musk pudo comprar Twitter por 44 mil millones (y sin poner un dólar de su bolsillo), le cambió el nombre y, en nombre de la libertad de expresión comenzó a manipular el algoritmo para censurar y privilegiar la visibilidad global de Trump y la suya misma, ¿cómo es posible que Superman, con todo sus superpoderes, no pueda escribir su propia biografía ni la historia de las ideas políticas, sociales, sexuales y raciales? ¡Pero qué horror!

Para peor, Wikipedia en inglés mantiene un dato que le hiere el ego, naturalmente inflamado: “En el primer aniversario de la adquisición [de Twitter], Musk declaró el valor de la compañía en 19 mil millones de dólares, una depreciación del 55 por ciento respecto al precio de compra de 44 mil millones”.

Si desde la Edad Media los nobles donaban para las iglesias y las catedrales que construían los artesanos, quienes luego iban a escuchar los sermones de los sacerdotes que vivían de las donaciones de los nobles y burgueses, ¿cómo es posible que aun en el actual regreso a la Edad Media todavía los señores feudales puedan comprar a Dios y no una maldita enciclopedia?

Musk ofreció por Wikipedia mil millones de dólares y propuso llamarla Wokepedia o Dickipedia (Vergapedia), lo que confirma que los dueños del mundo ni son felices ni tienen capacidad alguna de vivir en paz consigo mismos con el resto de la humanidad.

El comandante en jefe de la Casa Blanca que vino del Apartheid sudafricano sabe que Wikipedia es uno de los escasos ejemplos de semiindependencia del gran capital, por lo cual no puede vivir pensando que hay algo que puede existir sin la posibilidad de ser comprado, es decir, controlado por los psicópatas del apartheid global y de clase.

Al igual que la fortuna de su padre, quien también sufrió de un profundo racismo, clasismo y sexismo que hoy se ha romantizado con la ideología del Macho alfa de la Nueva Derecha fascista, como líder natural de una manada de lobos vagando sobre la nieve en busca de una presa a la que descuartizar. Ese es el modelo, la utopía de humanidad que restringe y estríñe las capacidades intelectuales de individuos que se creen semidioses por el solo hecho de poseer (su verbo favorito) la habilidad de acumular dinero para comprar seres humanos (sean trabajadores o adulones), para comprarse el derecho de usar un látigo contra toda forma de pensamiento, contra toda forma de ser que no se ajuste a su mediocre existencia.

Elon Musk compra todo lo que odia y odia aún más todo lo que no puede comprar. De ahí su odio a Wikipedia y su oferta para comprarla por mil millones de dólares. Probablemente odie la vida misma, porque sabe que no puede comprarla. ✳

Fuente: //www.lahaine.org