

https://farid.ps/articles/the_case_against_x/es.html

X bajo Musk: Amplificación política encubierta, evasión regulatoria y el secuestro de la infraestructura democrática

Cuando Elon Musk compró Twitter en 2022 y lo renombró como X, envolvió su adquisición en un lenguaje de virtud cívica: una “plaza pública digital” donde la libertad de expresión florecería. Ese marco fue una mentira. En la práctica, Musk ha transformado X en una plataforma que distorsiona activamente el discurso político a través de algoritmos opacos, influencia monetizada y el desmantelamiento deliberado de los mecanismos de transparencia. Lejos de preservar la neutralidad, X se ha convertido en un **vector para la promoción política encubierta**, fuertemente inclinado a favor de narrativas de extrema derecha y simpatías autoritarias.

Los reguladores de la Unión Europea han confirmado lo que investigadores, periodistas y grupos de la sociedad civil han sospechado durante mucho tiempo: **X incumple las obligaciones legales sobre transparencia publicitaria, etiquetado político y acceso para investigadores**. Estos no son infracciones técnicas menores. Son decisiones estructurales que permiten una **influencia política no declarada a gran escala**. La plataforma de Musk no solo *permite* la manipulación, sino que **se beneficia de ella**, utilizando privilegios de cuentas de pago e incentivos algorítmicos para amplificar a ciertos actores políticos mientras oculta la maquinaria detrás de ellos.

Este ensayo presenta una acusación clara: **X funciona como un sistema de publicidad política no declarado**, en violación directa de la ley de la UE y probablemente en contravención de las reglas de transparencia de campañas en el Reino Unido y los Estados Unidos también. La evidencia es abrumadora, el motivo es visible y el impacto es global.

De la supervisión a la opacidad: Un patrón de evasión

A las pocas semanas de que Musk tomara el control, la ya frágil gobernanza de Twitter fue desmantelada. El **Consejo de Confianza y Seguridad** – un organismo externo de rendición de cuentas – fue disuelto abruptamente. Las políticas fueron reescritas, los equipos fueron desmantelados y se restringió el acceso para la sociedad civil y los periodistas. La visión de Musk de “libertad de expresión” rápidamente se reveló como **libre reinado para aquellos alineados con su agenda ideológica**.

Al mismo tiempo, Musk introdujo la **verificación de pago**, monetizando efectivamente la visibilidad. El distintivo azul ya no era una insignia de autenticidad, sino un boleto para el favoritismo algorítmico. Las cuentas verificadas – a menudo operativos políticos, provocadores o propagandistas – recibieron un impulso en la distribución y, en muchos casos,

compartieron los ingresos de la plataforma, vinculando directamente los incentivos financieros con los mensajes políticos.

Esto no fue un error. Fue un **rediseño estratégico**: eliminar salvaguardas, difuminar las líneas entre el discurso orgánico y el pagado, y armar los sistemas de recomendación al servicio de las alianzas políticas de Musk.

La manipulación algorítmica no es un efecto secundario – es el modelo de negocio

El sistema de recomendación de X no es un árbitro neutral. Es un **amplificador político deliberadamente ajustado**. Investigaciones internas realizadas antes de la adquisición de Musk confirmaron que la línea de tiempo de Twitter ya **amplificaba desproporcionadamente el contenido de derecha**. Bajo Musk, ese desequilibrio se ha profundizado.

La publicación del código de fuente abierta de X en marzo de 2023 fue poco más que una distracción. Aunque reveló un marco esquelético para clasificar tuits, **ocultó datos operativos clave**: cambios de parámetros en tiempo real, anulaciones manuales e influencia del estado de pago en la visibilidad. El público aún no tiene acceso a las variables que importan: ¿Quién es promovido? ¿Quién es silenciado? ¿Y por qué?

Lo que está claro a partir de auditorías independientes es esto: **el contenido político de cuentas de derecha, nacionalistas y alineadas con conspiraciones domina el feed “Para ti”** – especialmente cuando esas cuentas están monetizadas o verificadas. En efecto, X está **vendiendo alcance político** mientras niega que tales transacciones constituyan publicidad.

Esto no es especulación. Es un sesgo medible, respaldado por múltiples estudios revisados por pares y experimentos con cuentas falsas. Cuando el compromiso se convierte en el principio organizador de una plataforma, **la indignación gana, la verdad pierde y los demagogos prosperan**.

Patrones oscuros, falsa transparencia e influencia política pagada

Los hallazgos preliminares de la UE contra X bajo la **Ley de Servicios Digitales (DSA)** y el **Reglamento 2024/900 sobre Publicidad Política** son condenatorios:

- X **engaña a los usuarios** a través de patrones oscuros y un diseño de interfaz engañoso.
- **No mantiene un repositorio de anuncios funcional**, negando a los votantes el derecho a saber quién los está apuntando.
- **Bloquea a investigadores legítimos** el acceso a los datos necesarios para auditar los riesgos sistémicos.

Estos no son accidentes. Son tácticas. X **niega deliberadamente el acceso**, sabiendo que la transparencia total expondría **una amplificación política coordinada** disfrazada de compromiso orgánico.

La verificación de pago es central en este esquema. Las cuentas verificadas disfrutan de **tratamiento preferencial en los rankings, elegibilidad para compartir ingresos y mayor alcance** – incluso cuando su contenido difunde desinformación, odio o propaganda política. Esta función convierte efectivamente a la plataforma en un **megáfono de pago por uso para actores ideológicos**.

En la Unión Europea, este comportamiento viola directamente las leyes que requieren la divulgación de publicidad política, la identidad del patrocinador y el uso de datos personales sensibles para la segmentación. En el Reino Unido, contraviene los **requisitos de impresión digital** bajo la Ley de Elecciones. En los EE. UU., se acerca peligrosamente a violar las **regulaciones de la FEC y la FTC** sobre comunicaciones políticas en línea y marketing engañoso.

Elon Musk no es un observador neutral – es el arquitecto de la distorsión política

Para 2024, Musk había **apoyado públicamente a Donald Trump**, había alojado a figuras de extrema derecha en su plataforma y se había involucrado directamente en mensajes políticos bajo el pretexto de la política corporativa. Estos no son respaldos casuales – son **intervenciones materiales de un propietario de la plataforma** en el discurso electoral.

El control sobre la política de la plataforma, el diseño de ingeniería y los incentivos de ingresos permite a Musk **inclinar el sistema** para recompensar a sus aliados políticos y suprimir la disidencia. El resultado es un ciclo de retroalimentación: aquellos que halagan sus puntos de vista o provocan un máximo compromiso ascienden a la cima; otros son silenciados o desmonetizados.

Esto no es solo peligroso – es un **sesgo estructural codificado en el código**. Ninguna cantidad de posturas sobre la “libertad de expresión” puede enmascarar el **conflicto de intereses** cuando un multimillonario controla la infraestructura de la visibilidad política.

La línea legal ha sido cruzada

En la UE, el umbral para la “publicidad política” es claro: **cualquier difusión pagada o materialmente apoyada de contenido político debe estar etiquetada, archivada y auditabile**. X ha **desobedecido las tres obligaciones**.

El **Reglamento de Transparencia y Segmentación de Publicidad Política (2024/900)** exige divulgaciones que X ha ignorado sistemáticamente. La **Ley de Servicios Digitales** requiere que plataformas muy grandes como X otorguen acceso a investigadores verificados y mantengan repositorios de anuncios confiables. X ha desafiado estas reglas – y los reguladores ya están actuando para hacerlas cumplir.

En el Reino Unido, la **Ley de Elecciones de 2022** exige impresiones digitales – identificando quién es responsable de los mensajes políticos. La configuración actual de X – donde las cuentas pagadas promueven mensajes políticos sin ninguna etiqueta, divulgación de financiamiento o transparencia de segmentación – **se burla de esta ley**.

En los EE. UU., la FEC y la FTC tienen jurisdicción sobre la defensa expresa y el marketing engañoso. **La visibilidad pagada, la monetización y la manipulación algorítmica por parte de un propietario de la plataforma** no están exentas de escrutinio. La única razón por la que aún no se han tomado medidas de ejecución es el **vacío regulatorio creado por el cabildeo de plataformas y la ambigüedad legal** – no la inocencia legal.

La evidencia está ahí – X solo no quiere que la veas

Los registros cruciales existen. Incluyen:

- **Comunicaciones internas** que detallan cómo se trata, clasifica y monetiza el contenido político.
- **Registros de facturación y patrocinio** que muestran quién pagó por qué alcance.
- **Registros de cambios algorítmicos e informes de anulación** que revelan quién es promovido y cuándo.
- **Datos del repositorio de anuncios** que, por ley, deberían divulgar campañas políticas, patrocinadores y estrategias de segmentación.

X se niega a proporcionarlos – no porque no existan, sino porque **probarían que la plataforma opera como un sistema de publicidad política no declarado**.

Todas las herramientas regulatorias existen para obligar a la divulgación. La UE ya las está utilizando. Los EE. UU. y el Reino Unido deberían seguir su ejemplo.

Las excusas ya no funcionan

- **“Hicimos el algoritmo de código abierto.”** → Falso. La publicación del código es incompleta y está desactualizada. Los pesos clave, las políticas y las intervenciones en vivo permanecen ocultas.
- **“El compromiso no es ideológico.”** → Irrelevante. Los sistemas que maximizan el compromiso favorecen estructuralmente el contenido extremo, tribal y a menudo de derecha. Esa es una elección de diseño con consecuencias políticas.
- **“No hay ley contra los algoritmos.”** → Engañoso. Hay leyes contra la **influencia política no declarada, los sistemas de publicidad no transparentes y las plataformas que engañan a los usuarios sobre el contenido pagado**. X viola las tres.

Esto no es un debate – es una emergencia democrática

El discurso político no es el problema. **La manipulación no declarada del discurso político sí lo es**. Cuando las plataformas ocultan quién habla, quién paga y cómo se diseña la

visibilidad, los cimientos del discurso democrático colapsan.

X no solo falla en la prueba de transparencia – la **socava activamente**. Sus sistemas **difuminan la línea entre la viralidad orgánica y la propaganda pagada**, mientras que su liderazgo se beneficia política y financieramente de la confusión.

Esto ya no es una cuestión de política de plataformas. Es una cuestión de **responsabilidad legal y supervivencia democrática**.

Conclusión: El caso contra X

X opera como un motor de publicidad política no declarado. Vende influencia, oculta patrocinios, desactiva la supervisión y recompensa el contenido que mejor sirve a los intereses ideológicos y financieros de su propietario.

Las obligaciones legales son claras. Las violaciones están documentadas. Las consecuencias son inmensas.

Es hora de dejar de fingir que esto es un debate sobre la libertad de expresión. Es hora de que los reguladores actúen – y de que los ciudadanos exijan que **las plataformas que dan forma a la realidad política estén sujetas a la ley política**.

Esto no es un fallo. Es el plan.