

# Elon Musk: la expansión del poder *dromocrático*

RAISA URRIBARRI

El ensayo reflexiona sobre lo que puede significar, en el campo de la libertad de expresión, la oferta de compra de Twitter por el empresario estadounidense Elon Musk. A partir del comunicado donde afirmó que “La libertad de expresión es la base de una democracia funcional y Twitter es la plaza pública digital donde se debaten asuntos que son vitales para el futuro de la humanidad”, la articulista nos pasea por lo que ha sido el uso de estas plataformas tecnológicas en relación a un acceso más democrático de la información. Como nos dice el texto, la compra-venta de Twitter nos lleva a discutir algunos temas que “... van desde la necesidad de que los mensajes directos sean encriptados y se mantenga el anonimato de los usuarios, hasta los llamados a que la plataforma fortalezca sus políticas y prácticas para la defensa de los derechos humanos”.

“Solo se progresa con una tecnología reconociendo su accidente específico, su negatividad inherente”, afirmó Paul Virilio (1997: p.14) en una célebre conversación en la que expone algunas de sus ideas sobre la relación entre las tecnologías de la información y la política.

Negativista, como se definió a sí mismo este teórico de la cultura, Virilio acuñó el término *dromología* para explicar el efecto de los transportes y de la velocidad en la política: “Quien habla de poder, habla, antes que nada, de poder dromocrático” (1997: p. 16).

En griego, *dromos* significa carrera o pista por donde se corre (de allí los términos velódromos, hipódromos, etcétera) e históricamente —es el *quid* de la obra de Virilio—, la humanidad se ha dedicado a desarrollar dispositivos

para alcanzar mayores cuotas de aceleración. De acuerdo con este autor, “... el poder es siempre la capacidad de controlar un territorio a través de mensajeros, de medios de transporte y de transmisión” (1997: p.17), por lo que hemos pasado de conquistar territorios a caballo, a conquistar el espacio con naves interestelares.

Esta afirmación resuena hoy en altavoz cuando se debate acerca de la oferta de compra de Twitter por parte del hombre más rico del mundo, Elon Musk, un usuario muy activo y polémico de esta red social y especie de gurú tecnológico de estos tiempos, también propietario de la fábrica de autos eléctricos *Tesla*; de *SpaceX*, una empresa espacial privada que aspira a llevar tripulación a Marte y a proveer, a través de *Starlink*, Internet de banda ancha en lugares con dificultades de acceso; así como

## AGENDA PÚBLICA

de *Neuralink*, dedicada a desarrollar interfaces para conectar el cerebro con super computadoras. Pura velocidad.

¿Por qué recordamos a Virilio en este momento? Porque suele suceder que cuando alguien señala la luna, en vez de alzar la mirada hacia ella nos quedamos mirando el dedo que la apunta. Y porque, como decía Virilio, si el taumaturgo es el que hace milagros o dice hacerlos (refiriéndose a las invenciones tecnológicas), no queda sino ser dramaturgo, alguien que no está en contra de este tipo de acontecimientos, sino que advierte sobre su lado dramático.

**La oferta hecha por Musk por una red social que apenas llega a los 450 millones de usuarios activos —o 217 millones de usuarios activos diarios *monetizables*— y con pérdidas financieras acumuladas desde su creación, sobrepasó los 44 millardos (*billion*) de dólares, más del doble de lo que pagó Facebook por Instagram y WhatsApp juntos**

El mismo Musk ha marcado a sus cerca de 87 millones de seguidores (a quienes lo replican y a los medios que lo cubren) el curso del debate sobre lo que estaría custodiando al hacerse de Twitter: la libertad de expresión.

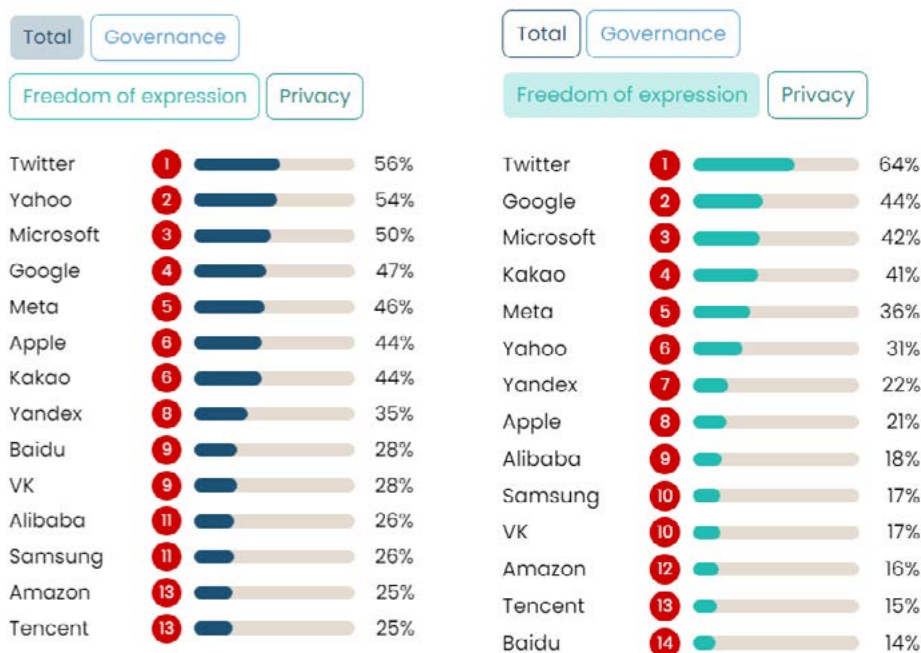
“La libertad de expresión es la base de una democracia que funciona, y Twitter es la plaza digital donde se debaten asuntos vitales para el futuro”.

“Espero que hasta mis peores críticos permanezcan en Twitter, porque eso es lo que significa la libertad de expresión”.

Y entonces la libertad de expresión se convierte en el dedo que apunta a sí mismo, vale decir a la misma plataforma como el lugar de ella, sin tomar en cuenta otros elementos.

Twitter, dijo en algún momento Musk, es la plaza del pueblo, pero en realidad es apenas una fracción minúscula y privada del ágora que, se pensó, podría ser la red de redes. Sin embargo, según Statista, en 2021 Twitter fue la red social de la cual más de la mitad de los usuarios de Estados Unidos obtuvieron regularmente sus noticias. Por esta razón, y porque se ha convertido en el lugar donde debaten las élites políticas, sociales y económicas de buena parte del mundo, que pase a ser poseída<sup>1</sup> por Musk es un tema de sumo interés.

El *think tank* New America, a través de su proyecto *Digital Rights Ranking*, realiza una investigación anual sobre las plataformas digitales más poderosas del mundo con sede en Estados Unidos, China, Corea y Rusia, y las cla-



sifica en función de sus políticas y prácticas en materia de derechos humanos en el entorno digital. Los resultados de este año, recientemente publicados, arrojan que Twitter, aunque no cumple con los estándares de derechos humanos (ninguna lo hace), venía ocupando el mejor lugar de la clasificación total, y particularmente en libertad de expresión, entre otras razones por sus acciones en cuanto a la moderación de contenidos.

De acuerdo con sus primeras declaraciones, Musk buscaría introducir cambios hacia una menor moderación, un aspecto central en el funcionamiento de las plataformas dado que afecta la producción y circulación de la información en el entorno digital y, como consecuencia, el acceso a información, el debate sobre los asuntos de interés público y la formación de opinión, elementos clave para la democracia.

Algunos analistas han deslizado que el énfasis puesto por Musk en este punto alude a la diatriba escenificada en Estados Unidos, donde Twitter fue acusada de silenciar las voces conservadoras, cuyo punto de quiebre fue la suspensión permanente de la cuenta del expresidente Donald Trump, con casi 90 millones de seguidores, por glorificar la violencia en el marco de los sucesos ocurridos en el Capitolio el día seis de enero de 2021, por lo que habría violado los términos y condiciones del servicio.

Los temores de ciertos sectores de que Trump vuelva a las andadas en la red del pajarito, que usó como altavoz y atajo para burlar y burlarse de la prensa durante su mandato, quedaron, sin embargo, aliviados cuando el mismo expresidente norteamericano se apuró a declarar: “Espero que Elon compre Twitter porque lo mejorará y es un buen hombre, pero me quedaré en Truth”, refiriéndose a su propia red Social Truth.

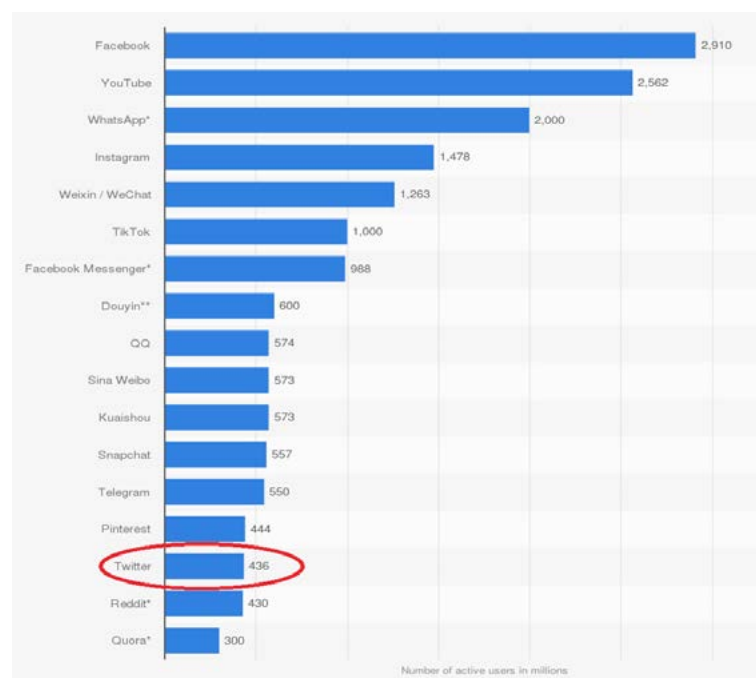
Musk, en respuesta, ha llamado la atención a la popularidad de la red de Trump en el mercado de aplicaciones: “Truth Social supera actualmente a Twitter y TikTok en el Apple Store”, al tiempo que desliza “debería llamarse Trompeta” y denuncia que su creación se debe a que “Twitter censuró la libertad de expresión”. De nuevo, el dedo apunta a sí mismo.

Como tempranamente advirtió Virilio a finales del siglo XX, el debate en torno a las tecnologías de la información está envuelto en el mismo dilema acerca del progreso tecnológico que primó durante todo el siglo pasado: “... un pensamiento ingenuo que no incorporó su dimensión totalitaria” (Virilio, 1997: p.54).

**Así como antes de la digitalización los capitanes de las grandes corporaciones compraban medios de comunicación masiva con el fin de influir en la agenda pública y en la política, probablemente lo que Musk está comprando sea más influencia, sumando a su imperio más poder *dromocrático*.**

La oferta hecha por Musk por una red social que apenas llega a los 450 millones de usuarios activos —o 217 millones de usuarios activos diarios *monetizables*— y con pérdidas financieras acumuladas desde su creación, sobrepasó los 44 millardos (*billion*) de dólares, más del doble de lo que pagó Facebook por Instagram y WhatsApp juntos (uno y diecinueve millardos, respectivamente).

**REDES SOCIALES MÁS POPULARES, CLASIFICADAS POR NÚMERO DE USUARIOS ACTIVOS MENSUALES (EN MILLONES)**



Fuente: Statista, enero 2022.



**Los hechos con los que abre la tercera década del siglo XXI parecen marcar el fin de la etapa optimista que comenzó con la invención de Internet, del correo electrónico y de las herramientas de comunicación interactivas. Reconocida su deriva negativa, ¿qué toca, pues, hacer?**



Así como antes de la digitalización los capitanes de las grandes corporaciones compraban medios de comunicación masiva con el fin de influir en la agenda pública y en la política, probablemente lo que Musk está comprando sea más influencia, sumando a su imperio más poder *dromocrático*.

La sociedad de la información es paradójica. Por un lado, las tecnologías de la información y la comunicación, con Internet a la cabeza, han facilitado el surgimiento de plataformas que proveen un acceso más democrático a la información y han servido para que más voces sean escuchadas, sean confrontadas las hegemonías, y revelados secretos que sectores oscuros hubieran preferido mantener ocultos, gracias a los denunciantes anónimos. Pero, por el otro lado, estas poderosas herramientas les han servido a los gobiernos autoritarios para manipular la conversación pública y espiar a

periodistas, defensores de derechos humanos y opositores; asimismo, a través de ellas las corporaciones han permitido, cuando no alentado, comportamientos hostiles y adictivos con el fin de maximizar el tiempo de consumo en sus plataformas.

Es ese, quizás, el aspecto más relevante del cambio que se ha operado en estas tres últimas décadas, el referente al modelo de negocio que han venido desarrollando las plataformas, basado en la economía de la atención y en la extracción y comercialización de los datos de los usuarios. Uno que les ha permitido a sus propietarios amasar fortunas descomunales, reducir la deliberación pública a espacios gobernados de forma privada, sin transparencia para sus usuarios, y minar a los medios de comunicación. Esto, más que de libertad de expresión, habla de una potencia negativa implícita que podría "... derivar en el control totalitario

de las poblaciones, sin mayor garantía política” (Virilio, 1997: p.33).

Hacia la morigeración de esa tendencia es hacia donde apunta la nueva Directiva de Mercado y Servicios Digitales recientemente aprobada por el Congreso y el Parlamento Europeos. Con ella se pretende frenar el dominio del mercado de redes sociales, navegadores y motores de búsqueda (vale decir el de los gigantes tecnológicos como Meta, Google y Apple, entre otros), así como impedir la práctica de usar los datos personales recabados por la plataformas con fines comerciales, sin el consentimiento explícito de sus usuarios.

Los hechos con los que abre la tercera década del siglo XXI parecen marcar el fin de la etapa optimista que comenzó con la invención de Internet, del correo electrónico y de las herramientas de comunicación interactivas. Reconocida su deriva negativa, ¿qué toca, pues, hacer?

Primero, comprender los fenómenos en curso. Y ello no resulta fácil. Como ha dicho el comunicólogo Antonio Pasquali, la filosofía siempre llega tarde a constatar los hechos cumplidos, pues “... la época que nos ha tocado vivir apenas da para jaderar detrás de las decisiones de los Cisco, Google, Microsoft, Intel, Nokia o Echelon, que imponen continuamente con una cadencia endemoniada nuevas reglas de la relación comunicativa” (2007: p. 299).

Expertos en tecnología, investigadores, y organizaciones sociales han señalado algunos de los puntos que deberían estar en la agenda de

compraventa de Twitter. Estos van desde la necesidad de que los mensajes directos sean encriptados y se mantenga el anonimato de los usuarios, hasta los llamados a que la plataforma fortalezca sus políticas y prácticas para la defensa de los derechos humanos.

Amén de medidas puntuales con respecto de esta plataforma en particular, creemos que lo esencial sigue siendo hacer y hacerse preguntas de fondo sobre lo que significa en un contexto más amplio –para decirlo con palabras de Virilio–, un *accidente* sin precedentes para la humanidad.

#### RAISA URRIBARRI

Profesora emérita de la Universidad de Los Andes (Venezuela) e investigadora en el Centro Internacional de Estudios Políticos y Sociales (CIEPS) de Panamá. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.

### Referencias

- PASQUALI, A. (2007): *Comprender la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- VIRILIO, P. (1997): *Cibermundo: ¿Una política suicida? conversación con Philippe Petit*. Santiago de Chile: Dolmen.

### Notas

- 1 Término usado (creemos que con picardía) por el investigador argentino Martín Becerra.