

## 2 empresas israelíes que apoyan masacre Gaza controlan contenidos recomendados en medios españoles

---

MARTÍN CÚNEO :: 09/01/2024

Medios de derechas y de izquierda españoles ceden a dos empresas israelíes que defienden el genocidio en Gaza la recomendación de noticias y anuncios a sus lectores.

Medios de derechas y de izquierda españoles ceden a dos empresas israelíes que defienden el genocidio en Gaza la recomendación de noticias y anuncios a sus lectores.

“Una mujer se da cuenta que ha llegado a los 38 años sola y rodeada de gatos por culpa del feminismo”. No es El Mundo Today, es un titular rándom de Mediterráneo Digital, un medio valenciano de extrema derecha objeto de una reciente y exitosa campaña de boicot. Con el nombre de “No financies el odio”, la plataforma És País Valencià consiguió en 2022 que Metrovalencia, Ikea, Banco Santander o Volkswagen retirasen sus anuncios del medio. Pero no fue suficiente. Hace años que los medios digitales se financian también con proveedores de publicidad nativa y con contenidos patrocinados camuflados entre los artículos propios del medio. La campaña “No financies al odio” se dirigió también a estos proveedores de contenidos recomendados y consiguió que les negaran el servicio, calificando el discurso de Mediterráneo Digital como “atroz y discriminatorio”.

La campaña contribuyó a alimentar el debate sobre la responsabilidad de los anunciantes y proveedores en la expansión de los discursos de odio en los medios. Pero ¿qué ocurre cuando se invierte esa relación y son los medios los que contribuyen, clic a clic, a la expansión de anunciantes o proveedores que promueven discursos de odio? ¿Deben los medios de comunicación romper relaciones con los proveedores de contenido que apoyan la limpieza étnica y el genocidio?

No se trata de un debate teórico. Los dos mayores proveedores de publicidad nativa y contenido patrocinado son israelíes y sus CEO se han posicionado públicamente a favor de la campaña de exterminio en Palestina con un apoyo sin fisuras a la operación venganza promovida por el Gobierno de Benjamin Netanyahu.

Sus nombres son Outbrain y Taboola, dominan la recomendación de artículos y anuncios en los medios españoles y han alcanzado un posición privilegiada en medios de todo el mundo: Business Insider, USA Today, Fox, Bloomberg, Le Figaro o The Independent en el caso de Taboola. BBC, CNN, MSN, Elle, Marie Claire, Time, The Washington Post en el caso de Outbrain.

*La plataforma israelí de recomendación de contenido Outbrain combina en un módulo artículos del propio medio con contenido patrocinado, todos con el mismo formato y aspecto. En la imagen, módulo en Publico.es.*

Si la presencia de estas dos empresas es abrumadora en los grandes medios online de medio mundo, apenas hay cabeceras en España que no recurran a estos dos agregadores de contenido. Aunque su modelo de negocio se basa en anuncios disfrazados de noticia, Outbrain y Taboola no solo se dedican al contenido pagado por terceros, sino que también recomiendan artículos del propio medio. En los últimos años, estas dos empresas se han apoderado del mercado español, con muy pocas excepciones.

En enero de 2023, el Grupo Prisa llegaba a un acuerdo con Taboola, la empresa de recomendación de contenidos más grande del mundo, para la gestión en exclusiva de la publicidad nativa en todos sus medios —El País, As, El Huffpost, Cadena Ser, Cinco Días— para “mejorar el tráfico y la recirculación de contenidos gracias al agregador de noticias”. Esta plataforma, al igual que Outbrain y otras empresas similares, ofrece “contenido de interés” al usuario utilizando algoritmos que analizan el comportamiento así como la “información personal o datos personales” del usuario o su dispositivo, según la cláusula de privacidad de Taboola.

Un mes después, en febrero de 2023, el Grupo Vocento llegaba a otro acuerdo con Outbrain, la otra gran plataforma israelí de contenido patrocinado y recomendación de noticias, para utilizar su tecnología en las web del grupo. Vocento es uno de los grupos de comunicación más poderosos del panorama mediático e incluye cabeceras estatales como ABC y una miriada de medios locales de impacto en sus territorios como El Correo, El Diario Vasco, La Verdad, Ideal, El Diario Montañés, Hoy, Las Provincias, El Comercio, El Norte de Castilla o La Voz de Cádiz.

En junio de 2023, Unidad Editorial se sumaba al club y renovaba durante cuatro años su acuerdo con Taboola iniciado en 2019 para ofrecer en exclusiva sus widgets de contenido recomendado en sus medios, entre ellos El Mundo, Expansión y Marca. Además de Vocento y Unidad Editorial, el arco mediático de la derecha está cubierto con OkDiario, que recurre a Taboola para recomendar contenido patrocinado camuflado de promociones, productos milagrosos, fotos escabrosas y clickbaits con formato de noticia.

En noviembre de 2022, el grupo Prensa Ibérica —El Periódico de Catalunya, La Nueva España, Faro de Vigo, Diario Sport— ya había firmado un acuerdo de exclusividad con Taboola por cuatro años. Pocos se salvan en el panorama mediático: El Español utiliza Outbrain. La Vanguardia y 20Minutos, Taboola.

*La empresa israelí Taboola combina contenido del propio medio con enlaces externos. La publicidad antiokupa o con contenido sexista está a la orden del día en estos recomendadores de contenido donde el click es lo único que importa.*

Muchos medios a la izquierda de El País también recurren a estas dos plataformas para monetizar los contenidos patrocinados y para recomendar sus propios artículos. Los diarios Público e Infolibre ofrecen al final de todos sus artículos bajo el rótulo de “Te puede interesar” un módulo de Outbrain en el que alternan noticias del propio medio seleccionadas por esta empresa israelí y enlaces patrocinados con titulares de clic fácil, todos con el mismo formato y presentación.

ElDiario.es también ha colaborado con Taboola, tal como reconoce en su propia página web,

como partner para servir publicidad nativa. De hecho, en la página de Taboola en español, la presentación de sus servicios se ejemplifica con una demo con el logo del periódico de Ignacio Escolar. Sin embargo, los contenidos patrocinados y recomendados de este medio están siendo ofrecidos desde hace algunas semanas por Addoor, otra compañía del ramo.

## **Apoyo a la masacre en Gaza**

Outbrain fue fundada en Israel en 2006 por Yaron Galai, oficial de la marina israelí en la reserva y actual director de la compañía. Sus comentarios en redes sociales tras los ataques de Hamás lo sitúan en el ala dura que defiende la masacre de palestinos como respuesta a la matanza de civiles realizada por Hamás y condena como antisemita cualquier crítica contra la actuación del Gobierno supremacista y ultraderechista de Benjamin Netanyahu.

El pasado 13 de octubre, cuando las bombas israelíes ya habían causado 1.900 muertes —500 más que las provocadas por Hamás—, Galai escribía en la red social X sobre la proporcionalidad: “Con la venganza, la proporcionalidad podría ser una cuestión. Israel no se está vengando; está protegiendo a los civiles de una amenaza existencial de terroristas bárbaros que buscan su aniquilación. La protección debe ser proporcional a las ‘intenciones’ de quienes buscan aniquilarte”.

Semanas después, ante una tímida defensa de la libertad de expresión y los matices expresados por los rectores de Harvard, el MIT y la Universidad de Pensilvania en el juicio político realizado en el Congreso de EE UU el 5 de diciembre, el CEO de Outbrain mostró su indignación: “Después de la audiencia de hoy en el Congreso, estoy orgulloso de no haberme graduado ninguna de estas ‘escuelas de élite’. Absolutamente vergonzoso”.

Por la defensa sin matices de las actuaciones del ejército israelí Outbrain y Taboola han sido incluidos en las listas del Movimiento de Desinversiones y Boicot a Israel. Desde estos colectivos piden a los medios de comunicación que no utilicen los servicios de estas empresas; y a los usuarios, que no pinchen en sus noticias, ya que estas empresas se financian gracias a los clics que reciben.

Taboola fue fundada en Israel en 2007 por su actual CEO, Adam Singolda, aunque trasladó su sede, al igual que Outbrain, a Nueva York. Ambas compañías cotizan en el Nasdaq y estuvieron a punto de fusionarse en 2020, una operación que no prosperó. Singolda es, al igual que el CEO de su competencia, un acérrimo defensor de las actuaciones del ejército israelí antes y después de los ataques del 7 de octubre. En su cuenta de Twitter, Singolda afirma que Hamás “es peor que ISIS y los nazis juntos porque ni siquiera Hitler quemó bebés”, arremete contra lo woke, término despectivo utilizado a menudo por la extrema derecha para caricaturizar el buenismo de los movimientos por la igualdad y contra el racismo.

Este empresario radicado en Manhattan respondía a Paddy Cosgrave, fundador del Web Summit, uno de los principales eventos tecnológicos del mundo, por calificar como “crímenes de guerra” los bombardeos sobre Gaza: “Simplemente no es un buen momento, Paddy. Repito, no es un buen momento para tener ‘razón’ y simplemente estás equivocado. No es un buen momento para subir al escenario y hablar de ‘igualdad’, ‘escuchar al otro lado’, ‘libertad de expresión’”. A la decisión de Taboola de no acudir a la cita del Web

Summit de Lisboa se sumó el anuncio de boicot de Google, Meta y Amazon por el mismo motivo. Cosgrave se vio obligado a dimitir.

En 2017, el movimiento Sleeping Giants —en la que se basó la campaña “No Financias al Odio”— llevó a cabo una histórica lucha contra Breitbart News, entonces dirigido por Steve Bannon, el medio del trumpismo y el supremacismo blanco, y consiguió que 4.000 anunciantes rechazaran financiar el medio. También que las empresas que proporcionan publicidad nativa se negaran a ofrecerle servicios. Taboola fue de los pocos que se negaron a irse. Una campaña específica de presión contra la compañía israelí, con el hashtag #DeleteTaboola, explicaba cómo eliminar sus recomendaciones. Hoy Taboola ya no recomienda noticias en el periódico más racista de Estados Unidos, pero sí lo hace, junto con Outbrain, en la mayoría de las cabeceras digitales de España y del mundo. ¿Serán capaces los medios y sus usuarios de cortar con ellos por apoyar un genocidio?

*El Salto*

---

[https://www.lahaine.org/est\\_espanol.php/2-empresas-israelies-que-apoyan](https://www.lahaine.org/est_espanol.php/2-empresas-israelies-que-apoyan)