PUBLICIDAD

GUERRA EN UCRANIA Kiev denuncia un ataque "masivo" con drones kamikazes en Dnipropetrovsk

OPINIÓN / DESPUÉS DE LA PANDEMIA

¿Twitter de pago? Musk no se equivoca

por Enrique Dans - 9 noviembre, 2022 - 01:50 GUARDAR

Una de las muchas ideas que el nuevo propietario de Twitter, **Elon Musk**, está dejando flotar en sus redes estos días es la de cambiar el elemento fundamental del modelo de negocio de la compañía, la suscripción gratuita, para convertir la plataforma en un servicio de pago.

Parcialmente, la compañía está ya ahí con Twitter Blue, un servicio premium lanzado únicamente en los Estados Unidos, Canadá, Australia y Nueva Zelanda, que otorga, a cambio de unos cinco dólares mensuales, una serie de privilegios como la edición de tweets, carpetas para archivar tweets, un modo lectura, menos anuncios y algunas posibilidades adicionales de configuración.

Con Twitter Blue, lanzado hace ya más de año y medio, **Twitter se convirtió en lo que se denomina un servicio 'freemium'**, con un tramo gratuito para la mayoría de los usuarios y uno de pago que proporciona determinados privilegios a quienes quieren pagar por ellos.

De hecho, la primera idea que anunció Musk fue la de vincular la verificación, una estrellita azul con la característica 'v' en blanco que asegura que la cuenta pertenece a la persona a la que afirma pertenecer, a Twitter Blue, y elevar su precio a unos ocho dólares mensuales (empezó hablando de 20 dólares, pero algunas respuestas indignadas le bajaron pronto de ese escalón).

[Elon Musk endurece las normas de Twitter: así te puedes quedar sin cuenta]

La pregunta ahora es… ¿y si, ante las evidentes tensiones para convertir Twitter en una plataforma rentable, la respuesta de Musk fuese no ofrecer un servicio 'freemium', sino directamente un servicio íntegramente de pago? La respuesta ante ese tipo de cambios siempre aparenta ser unánime y decidida: la inmensa mayoría de los usuarios, acostumbrados desde su creación a un servicio completamente gratuito, dicen que no pagarían y se darían de baja automáticamente.

Sin embargo, también es verdad que medios tan prestigiosos como *The New York Times*, *The Washington Post* o *The Wall Street Journal*, que funcionan mediante un modelo de suscripción, tuvieron esa misma acogida escéptica cuando lanzaron su modelo, y hoy en día son **todos ellos servicios rentables y están, decididamente, en mucha mejor situación** que muchos otros medios que malviven de la publicidad.

> *"Los servicios que funcionan mediante suscripción han ido tomando cada vez más protagonismo"*

Mientras la publicidad se convierte en cada vez más molesta, incómoda y aliena a unos usuarios que se sienten espiados en todo momento, los servicios que funcionan mediante suscripción han ido tomando cada vez más protagonismo en la economía digital y se prevé que **su facturación se eleve hasta más allá de los 1,5 billones en 2025,** aunque obviamente, no falten abundantes quejas sobre la cantidad de dinero que, cada vez más, los usuarios tienen ya que dedicar a este capítulo.

Si lo analizamos por partes, la primera evidencia es que Elon Musk, tradicionalmente, siempre ha abominado de la publicidad. Le parece un mal modelo de negocio, inseguro, caprichoso e impredecible.

Y cuando se combina con el **espionaje a los usuarios para hacerla ultrasegmentada, mucho peor**: en su momento retiró a todas sus compañías de una plataforma como Facebook afirmando que su modelo era una aberración. Y aunque llegó a Twitter tratando de tranquilizar a los anunciantes sobre los cambios que pensaba implementar, el hecho de que muchos de estos se retirasen o pusiesen en pausa sus campañas en la plataforma le ha demostrado que, como modelo, **la publicidad es poco de fiar.**

Si además tratas de combinar la publicidad con un modelo 'freemium' en el que quienes pagan se libran de ella, hay una evidencia clara: los anunciantes creen que los objetivos más interesantes son precisamente los que no están recibiendo sus anuncios, y tienden a reducir su inversión. Y si pretendes mantener los anuncios a quienes además pagan, los que protestan son los usuarios. Un balance indudablemente muy complejo.

¿Qué pasaría si Twitter se hiciera íntegramente de pago, o si los usuarios que no pagasen solo pudieran leer y no escribir? En primer lugar, habría, sin ninguna duda, **un descalabro enorme en número de usuarios**.

[Opinión: Pues claro que Twitter debería ser de pago. Por Manuel López Sampalo]

Es algo que una compañía cotizada nunca se podría permitir. Pero eso Elon lo sabe, y de hecho, está dispuesto a afrontarlo, porque pretende **eliminar todos los millones de cuentas falsas** creadas por factorías de *followers* y adquiridas por *followers* de medio pelo, políticos y *marketers* desesperados, algo que sería equivalente a comprobar, cuando baja la marea, quienes llevaban o no llevaban bañador. Y precisamente por eso, los planes de Musk comenzaron por sacar a la compañía del mercado bursátil.

¿Estaría Musk dispuesto a asumir una **caída enorme en su número de usuarios, para construir a partir de ahí un servicio de pago** y, según él, mucho más valioso? En principio, no nos asustemos si la respuesta es afirmativa.

Si quieres un servicio gratuito, tienes Mastodon, que ha crecido en más de un millón de usuarios desde que Musk llegó a Twitter, y que es una empresa de código abierto y sin ánimo de lucro. Ya veríamos, con el tiempo, cuántos de los que se fueron vuelven cuando vean que la Twitter de Musk no solo consigue atraer a los mejores creadores de contenido, sino que además, ofrece **funcionalidades cada vez más interesantes**, algunas de las cuales se convierten en servicios de éxito y con una seguridad garantizada por criptografía dentro de una incipiente Web3.

¿Se convertirá Twitter en un servicio de pago? Cada vez más indicaciones apuntan a que podría ser así. E incluso a que, posiblemente, Musk no se equivoque si lo hace.

SIGUE LOS TEMAS QUE TE INTERESAN
COLUMNAS DE OPINIÓN ELON MUSK REDES SOCIALES TWITTER

PUBLICIDAD

COMENTA

PUBLICIDAD

MÁS DE ENRIQUE DANS
- Los dilemas de la moderación de contenidos
  2 noviembre, 2022 - 02:29
- Un sistema inmunitario digital en el trabajo
  26 octubre, 2022 - 02:11
- El acuciante problema de la deuda climática
  19 octubre, 2022 - 02:53
- Limpiar Twitter
  12 octubre, 2022 - 02:46

LOS ÚLTIMOS

INCERTIDUMBRES Y UTOPÍAS
Discurso del fin del mundo
Francisco Estevan

ALFABETIZACIÓN DIGITAL E INNOVACIÓN
Libertad o libertinaje, ¿qué queremos para Twitter?
Laura Cuesta Cano

EL ESPÍRITU SOPLA DONDE QUIERE
El futuro económico tarda en llegar
Juan Ignacio Crespo

LLENO DE ENERGÍA
Fijos discontinuos y tope del gas: disfraces que no cambian nada
Daniel Lacalle

PUBLICIDAD

Ahora en portada

LA TRIBUNA
¿Subir el IVA de la luz para ayudar al transporte?
María Mirga

DESPUÉS DE LA PANDEMIA
¿Twitter de pago? Musk no se equivoca
Enrique Dans

LA TRIBUNA
¿Hemos llegado al pico de la inflación?
Ana Kuchma

Sé el primero en comentar

Escribe tu comentario

NORMAS DE USO

ENVIAR

PUBLICIDAD

Operar con instrumentos financieros o criptomonedas conlleva altos riesgos, incluyendo la pérdida de parte o la totalidad de la inversión, y puede ser una actividad no recomendada para todos los inversores. Los precios de las criptomonedas son extremadamente volátiles y pueden verse afectados por factores externos como el financiero, el legal o el político. Operar con apalancamiento aumenta significativamente los riesgos de la operación. Antes de realizar cualquier inversión en criptomonedas, financieras o instrumentos derivados, evalúe cuidadosamente los riesgos asociados de operar en los mercados financieros, considerando los objetivos de inversión, nivel de experiencia, riesgo y solicitar asesoramiento profesional en el caso de necesitarlo.

Recuerda que los datos publicados en Invertia no son necesariamente precisos ni entidos, en tiempo real. Los datos y precios contenidos en Invertia no se proveen necesariamente por ningún mercado o bolsa de valores, pueden ser ofertados por formadores de mercado y pueden diferir de los precios de mercado o de bolsa de valores. Invertia no se responsabiliza en ningún caso de las pérdidas o daños producidos por la actividad inversora que nacen a partir de datos de este portal. Queda prohibido usar, guardar, reproducir, modificar, transmitir o distribuir los datos mostrados en Invertia sin permiso explícito por parte de Invertia o del proveedor de datos. Todos los derechos de propiedad intelectual están reservados a los proveedores de datos contenidos en Invertia.

© 2022 El León de El Español Publicaciones S.A.