

another

A un año de la compra de Twitter: ¿Valió la pena el rebranding a X?

La adquisición de Twitter por Elon Musk, ahora rebautizada como “X”, fue un acontecimiento que sacudió la industria, generando tanto expectativas como escepticismo. Sin embargo, un año después de la adquisición, se ha revelado un viaje tumultuoso para la plataforma, con cambios sustanciales que han dejado a los usuarios y a los expertos de la industria cuestionando el futuro de las redes sociales tal como las conocemos.

Un año con Elon y tres meses de “X”

El 27 de octubre de 2022 fue la fecha en que Elon Musk compró Twitter por la cantidad de 44.000 millones de dólares. Sin embargo, a un año de la millonaria transacción, el propio magnate reveló que la compañía tiene un valor de 19.000 millones de dólares, es decir, 55% menos de su precio original, según documentos obtenidos por medios como *Fortune*, *The Verge* y *The New York Times*.

Además, el pasado 24 de julio del presente año cambió oficialmente el logo de Twitter por la letra “X” en escala de grises, la nueva marca que gradualmente ha tenido varios cambios en sólo tres meses de su nuevo rebranding.

El propio Elon Musk pronosticó que en junio de 2023 se registraría un incremento en ventas, unas proyección que no han ocurrido.

¿Un desastre financiero?

En los primeros días, Musk realizó un movimiento audaz al reducir el equipo de Twitter, citando problemas financieros como la razón principal de los despidos. La empresa enfrentaba deudas crecientes después de la adquisición, lo que llevó a tensiones financieras críticas que amenazaban su supervivencia. *“Estos problemas financieros se vieron agravados por las enormes deudas contraídas durante la compra de Musk. Como resultado, la funcionalidad de X se ha visto afectada intermitentemente, generando preocupaciones sobre su viabilidad a largo plazo”*, dijo **Steffy Hochstein, Digital Director de another**, la agencia de comunicación estratégica con la mayor oferta de servicios en América Latina.

Hochstein opinó que quizás el punto más bajo ocurrió en julio de este año, cuando los usuarios no verificados solo podían ver 600 tweets por día. Esta decisión pretendía reducir el uso de bots pero realmente paralizó la plataforma, lo que llevó a Meta a lanzar rápidamente una plataforma rival, Threads, poniendo de manifiesto los problemas críticos subyacentes que enfrenta “X”.

¿Valió la pena?

another

Otro tema que ocurrió en los últimos meses fue la introducción de suscripciones pagadas por parte de Elon Musk con el objetivo de desbloquear funciones premium, lo que causó una gran frustración entre los usuarios, que anteriormente disfrutaban de estos privilegios de forma gratuita. Al mismo tiempo, la plataforma no logró combatir eficazmente la desinformación, lo que llevó a una pérdida de legitimidad. Estos movimientos generaron una gran desconfianza entre los anunciantes, lo que impactó significativamente las inversiones publicitarias en la plataforma.

Según datos de [Similarweb](#) y [Sensor Tower](#), herramientas de análisis de sitios web que ayudan a conocer el mercado y monitorear a los competidores, indicaron que el tráfico web y el uso de la aplicación para Android experimentaron una disminución del 14% y 14,8%, respectivamente, en el último año. La participación de los usuarios en la plataforma disminuyó significativamente, con Sensor Tower indicando una caída del 13% en el promedio total de horas de uso entre agosto del año anterior y agosto de 2023.

A pesar de estos contratiempos, Musk ha expresado su visión de transformar X en una súper aplicación, imitando los modelos exitosos encontrados en el hemisferio oriental. Él imagina una "aplicación para todo" con X y percibe a Twitter como un elemento fundamental para futuros avances en la tecnología social. A pesar de los crecientes problemas, la **Digital Director de another** opina que todos estos cambios valieron la pena para la plataforma porque sigue teniendo una importante base de usuarios mensuales de 350 millones, lo que indica su potencial influencia en el ámbito de la innovación tecnológica social.

“X”: Todavía con la mirada hacia el futuro

Según observaciones de **Steffy Hochstein**, aunque ha experimentado una serie de cambios radicales, no se encuentra en un declive definitivo. La experta plantea una visión optimista, anticipando la existencia de múltiples plataformas, como Mastodon o Blue Sky, en lugar de depender de una única entidad dominante. Además, su esperanza de ver la interconexión entre estas plataformas es un indicio interesante de la dirección que podría tomar la comunicación digital en el futuro.

“Al igual que Elon, las marcas o empresas que tienen en la mente la posibilidad de un rebranding, se necesita de un equipo y de expertos en la materia para ejecutar estas acciones, donde contratar a una agencia de comunicación estratégica con la experiencia en estos temas será fundamental para cualquier persona que trabaje en las principales industrias donde la tecnología son fundamentales para llegar a sus audiencias”, aseguró Hochstein.

A pesar de los desafíos y los cambios significativos, la experta insinúa la posibilidad de un futuro donde las plataformas de redes sociales pueden integrarse para ofrecer experiencias de comunicación más amplias y diversas. Esta perspectiva invita a la reflexión sobre el potencial continuo de “X” y señala un camino hacia un ecosistema de redes sociales más inclusivo y colaborativo en el futuro.

###