22GRADOS

INFORME DE TWITTER A X

¿QUÉ ESTÁ PASANDO?

¿Qué está pasando en X?

En octubre de 2022 el magnate Elon Musk adquirió la red social Twitter por **44.000 millones de dólares**.

En julio de 2023, el nombre Twitter pasaba oficialmente a la historia y el pajarito desapareció para siempre, abriendo paso a un rebranding radical.

Y así nació X.

Pero, ¿Qué pasó después...?

//ÍNDICE

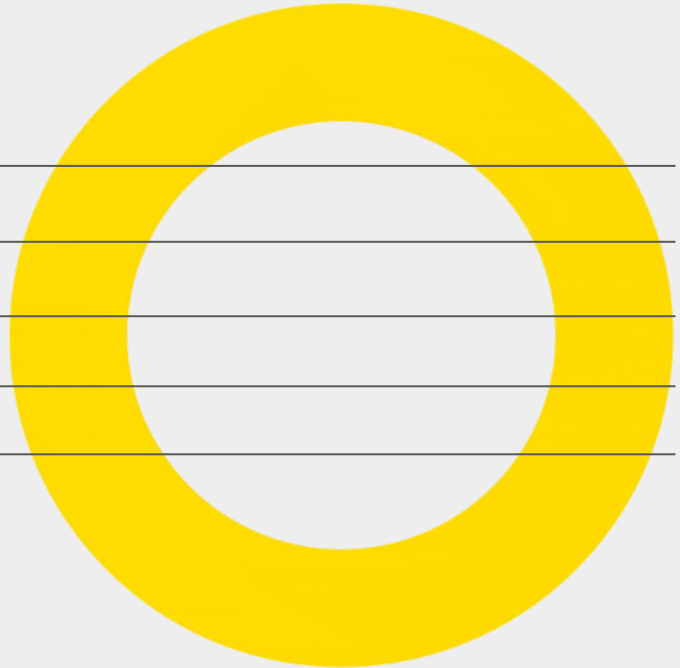
01_ De Twitter a X: el cómo, el cuándo y el porqué

02_ El efecto Elon Musk

03_ Un algoritmo para gobernarlos a todos

04_ Éxodo como activismo

05_ Conclusiones y enfoque en Canarias

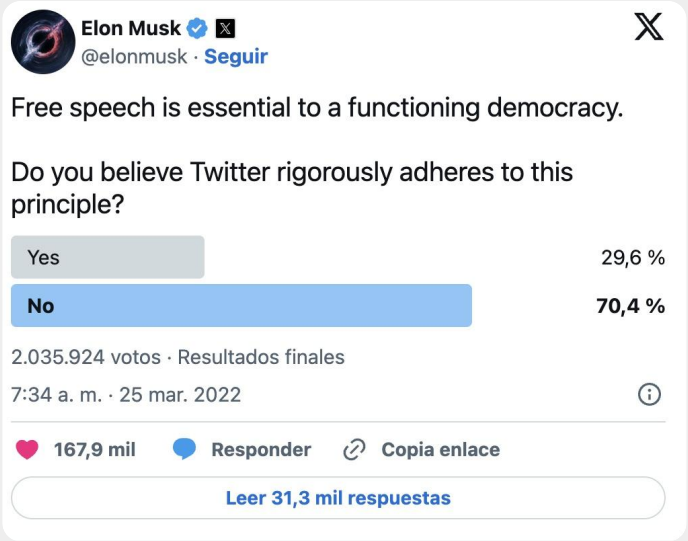


De Twitter a X: el cómo, el cuándo y el porqué

La compra de Twitter, la batalla legal y el contexto sociocultural post-pandemia: el precio de la libertad de expresión

Declarado como "**el acuerdo más loco de la historia de Silicon Valley**" por **BBC Mundo**, la transición de Twitter a X es una historia sobre cómo el multimillonario Elon Musk fue acercándose a la red social, primero poco a poco y después súbitamente.

En enero de 2022, Elon Musk comenzó a adquirir acciones de Twitter. Dos meses más tarde ya se había convertido en el mayor accionista individual de la compañía, a la vez que criticaba los valores de la empresa del pajarito.



Marzo 2022. Musk hace una encuesta desde su cuenta de Twitter. “La libertad de expresión es esencial para una democracia funcional" ¿Crees que Twitter se adhiere rigurosamente a este principio?” La mayoría votó que no.

La compra hostil y la píldora venenosa

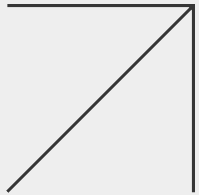
- Una oferta pública de adquisición puede definirse como hostil cuando una empresa pretende comprar a otra, aún conociendo que esto va en contra de los deseos de la gerencia de esa empresa. Esto fue precisamente lo que Musk llevó a cabo con Twitter.
- Twitter, tratando de evitar ser devorado por el multimillonario, empleó una estrategia conocida como “píldora venenosa”, a través de la cual se permitió al resto de accionistas de la compañía adquirir más acciones a un coste reducido. Se intentaba con esto disminuir la capacidad de actuación de Musk como accionista.
- La estrategia, sin embargo, solo ralentizó un proceso que ya estaba en marcha y cuyo final ya conocemos. Tras una batalla legal entre Twitter y el magnate, durante la cual Musk habló de retirarse completamente de la compra de la plataforma, argumentando falta de transparencia en la red social y señalando un enorme porcentaje de bots y cuentas falsas, la adquisición se hace oficial y en octubre de 2022 Twitter Inc. pasa a ser propiedad de Musk.

No obstante, el multimillonario se mantuvo firme en sus críticas originales sobre Twitter y, como autoproclamado “absolutista de la libertad de expresión”, las modificaciones no tardaron materializarse.

X, la libertad de expresión y el contexto post pandemia

Sería ingenuo considerar el nacimiento de X como el mero capricho de un multimillonario.

La compra de la plataforma y los posteriores cambios que sufrió son síntomas de un contexto marcado por la creciente desconfianza del público hacia las redes sociales. La crispación provocada por la pandemia resultaba en tensiones irremediables en el discurso online entre los usuarios de RRSS, quienes comenzaron a demandar una redefinición del modelo de libertad de expresión en Internet.



Lo de la libertad de expresión comenzó a mencionarse más y más... Y Musk se presentó como máximo representante y defensor de esta.

El efecto Elon Musk

La proclamada devoción del magnate por la libertad de expresión ha llevado a la red social X a desdibujar las líneas entre el tan sonado *free speech* y el discurso de odio, entre la moderación y la censura, y entre la democratización de los medios y la difusión de bulos.

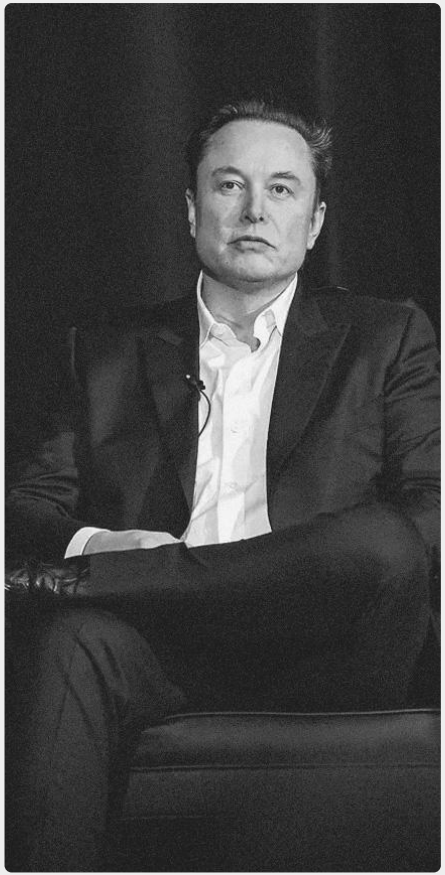
Antes y después de la compra: Twitter vs X

- Twitter contaba con políticas que penalizaban la desinformación y los discursos de odio. A través de equipos de revisión, se suspendían las cuentas de aquellos que difundieran bulos o se eliminaba el contenido considerado como dañino.
- La verificación (el check azul) se otorgaba a cuentas específicas que cumpliesen una serie de criterios estrictos de veracidad.
- La API de Twitter era accesible de forma gratuita, lo cual permitía estudiar la difusión de noticias falsas en la red social.
- Twitter cooperaba con reguladores en EEUU y Europa para asegurarse el cumplimiento de leyes contra la desinformación.

- Pese a que X aún penaliza el contenido ilegal, los equipos de revisión han sido reducidos drásticamente, fomentando la libertad de expresión y argumentando que X debe ser un espacio para todas las voces.
- Se instaura X Premium, permitiendo a cualquier usuario a incluir el famoso tick azul en su perfil, siempre y cuando pague por ello. Esto ha llevado a casos de suplantación de identidad y estafas en la plataforma.
- El acceso gratuito fue cerrado por Musk poco después de adquirir la plataforma, lo cual ha dificultado a investigadores acceder a datos acerca de posibles irregularidades.
- Musk ha defendido su política de transparencia frente a la UE y se ha mantenido firme en su gestión de la red social y su postura sobre la libertad de expresión.

Las nuevas políticas y modificaciones sobre la plataforma anteriormente denominada (aunque aún conocida como) Twitter han resultado en una polarización extrema entre usuarios, no solo de la propia red social, sino de todo el mundo digital.

Musk se ha convertido en la cara visible de X, una cara visible que no tiene reparos en compartir sus opiniones y posturas ante el mundo.



Musk es el reflejo de X y viceversa.
Su plataforma. Sus reglas. Su algoritmo.

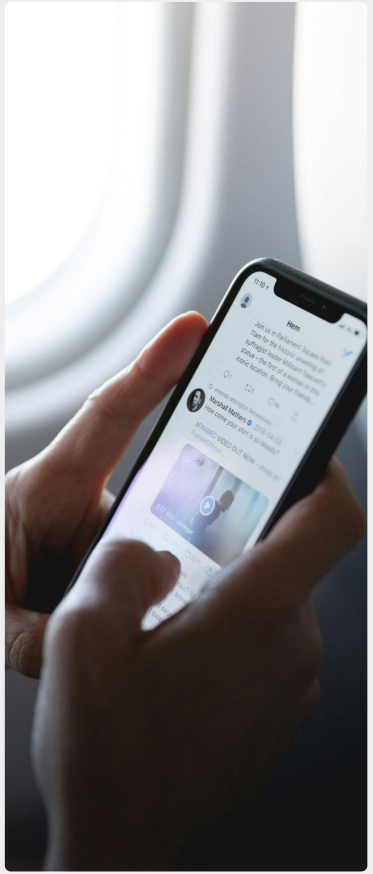
Un algoritmo para gobernarlos a todos

Acorde a un estudio elaborado por las universidades Queensland University of Technology y Monash University, el algoritmo de X muestra particularidades que indican un sesgo sistemático, el cual puede haber sido empleado para favorecer las cuentas del propio Elon Musk y, desde su declaración de apoyo a Donald Trump en julio de 2024, también a variadas cuentas afines al Partido Republicano.

"Existe la suficiente evidencia para sospechar que X se está aliando cada vez más y más con la ultraderecha," fueron las palabras de Giulio Corsi, Investigador Asociado en el Centro Leverhulme para el Futuro de la Inteligencia de la Universidad de Cambridge. Corsi, quien ha estudiado el algoritmo de recomendaciones de X, habla sobre cómo la plataforma favorece contenido desinformador, lo cual es visible en el auge de las teorías de la conspiración presentadas como noticias en la red social. Musk, sin embargo, mantiene que X es políticamente neutral, a pesar de que él mismo ha difundido bulos desde su cuenta personal en el pasado.

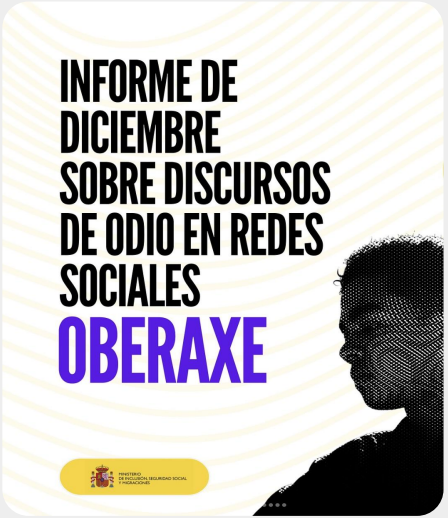
La reducción de la moderación de contenido, en nombre de la libertad de expresión, unida a un sesgo algorítmico que favorece las opiniones respaldadas por Musk, convierten a X en un espacio crecientemente hostil.

En 2023, X solo eliminó el 7,5% de los contenidos de odio denunciados, evidenciando la laxitud en la moderación. TikTok, en contraste, eliminó el 88,6% del contenido de odio reportado. Ese mismo año, el Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE), en su Memoria anual de monitorización del discurso de odio en redes sociales, anunciaba que, efectivamente, X es la red social que más incumple la legislación referente a discursos de odio. La Memoria también incluía un dato revelador: los principales grupos "diana" de estos discursos de odio.



Grupos demográficos que son víctimas de la libertad de expresión en X

- Según el OBERAXE, las redes sociales que más difusión hacen de discursos de odio son dos: Facebook y X.
- El discurso de odio online afecta principalmente a personas racializadas, migrantes, mujeres y comunidad LGTBIQ+.
- Las cifras compartidas en la Memoria de 2023 muestran, sin embargo, que entre estos grupos demográficos los principales objetivos del discurso de odio en redes son las personas procedentes del norte de África (33,7%).
- Dentro de estos grupos, un patrón recurrente fue la señalización de menores migrantes no acompañados como un peligro para la sociedad.
- En una nota de prensa compartida por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, la ministra Elma Saiz declaraba, ante estos datos, lo siguiente: “Cada vez hay más discursos de odio racista en redes sociales y las principales víctimas, además, son niños, niñas y adolescentes. Tenemos el diagnóstico, ahora debemos preguntarnos qué clase de sociedad queremos ser”



El ambiente polarizador y excluyente en RRSS y, en el caso de X, avivado por su propio algoritmo, está teniendo innegables consecuencias en el mundo offline.

Antiguos usuarios de la red social están reaccionando ante la nueva era marcada por Elon Musk, eliminando sus cuentas en favor de otras plataformas.

El éxodo por parte de personalidades influyentes se está convirtiendo cada vez en algo más frecuente, así como la presentación de dichas partidas como una declaración de intenciones y una clara respuesta ante las nuevas políticas de Musk.

El éxodo como activismo

Tanto el panorama internacional como nacional se ha hecho eco de los polémicos cambios instaurados por Elon Musk sobre la red social X. La férrea defensa del magnate por la libertad de expresión, paralela a su acercamiento al ahora presidente Donald Trump, así como las cifras que hablan de un algoritmo sesgado, han sido la gota que colmó el vaso para muchos usuarios.

¿Es quizás abandonar X la mejor respuesta?

La reacción del público. De 2022 a 2025

Noviembre de 2022. Primer mes bajo la propiedad de Musk y comienza una caída progresiva del 15% en los usuarios activos diarios.

Febrero 2024 registra una disminución en su base de usuarios, alcanzando los 174 millones de usuarios activos diarios en la aplicación móvil.

Julio de 2024. En Estados Unidos, los usuarios mensuales disminuyen un 20%, reduciéndose a 73,5 millones.

27 de octubre - 1 de noviembre de 2024. Alrededor de 877.000 cuentas fueron desactivadas y otras 497.000 suspendidas

6 de noviembre de 2024. (*Éxodo masivo*) Tras la victoria de Donald Trump en las elecciones de EE. UU., 280.000 personas desactivan sus cuentas.

Diciembre de 2024. X pierde 12 millones de usuarios en un mes. La salida de figuras públicas y medios se intensifica, la actividad de grandes medios cae un 35%, la interacción de cuentas verificadas baja un 60% y las descargas de la app disminuyen un 40% interanual.

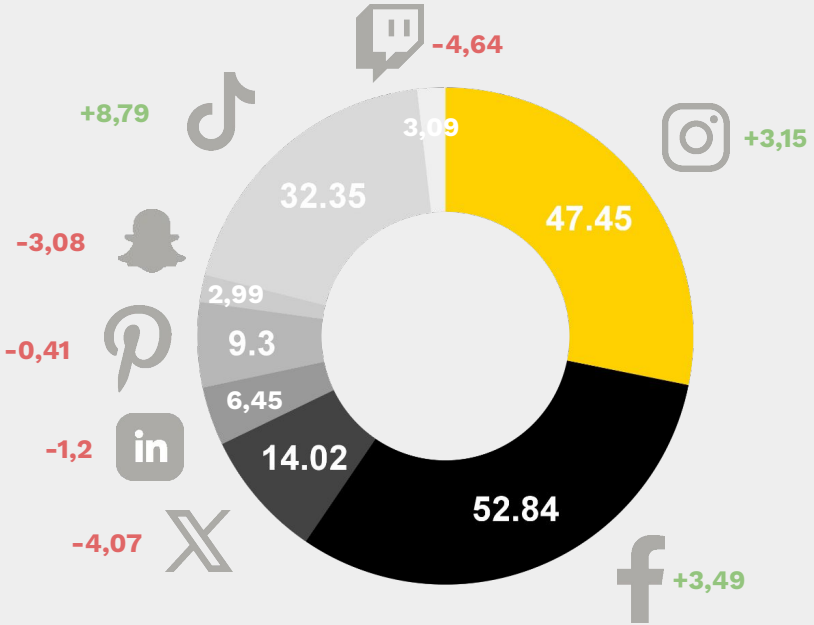
Enero de 2025. Acumula una pérdida del 25% de su base global de usuarios desde la adquisición de Musk, con 206 millones menos que antes de la compra.

EGM en Canarias

Según datos del último acumulado del EGM a diciembre de 2024, X acucia la mayor caída en usuarios que la han utilizado sólo por detrás de Twitch y muy lejos de Tik Tok, o Meta que crecen por encima de los 3 p.p.

En dos años, el EGM en Canarias ha pasado de 18,78% de usuarios que la habían utilizado en el último mes a 14,02% lo que representa una caída de más de un 25% mientras las redes sociales de Meta se mantienen prácticamente estables.

Redes Sociales (%) utilizadas en el último mes y variación (p.p)

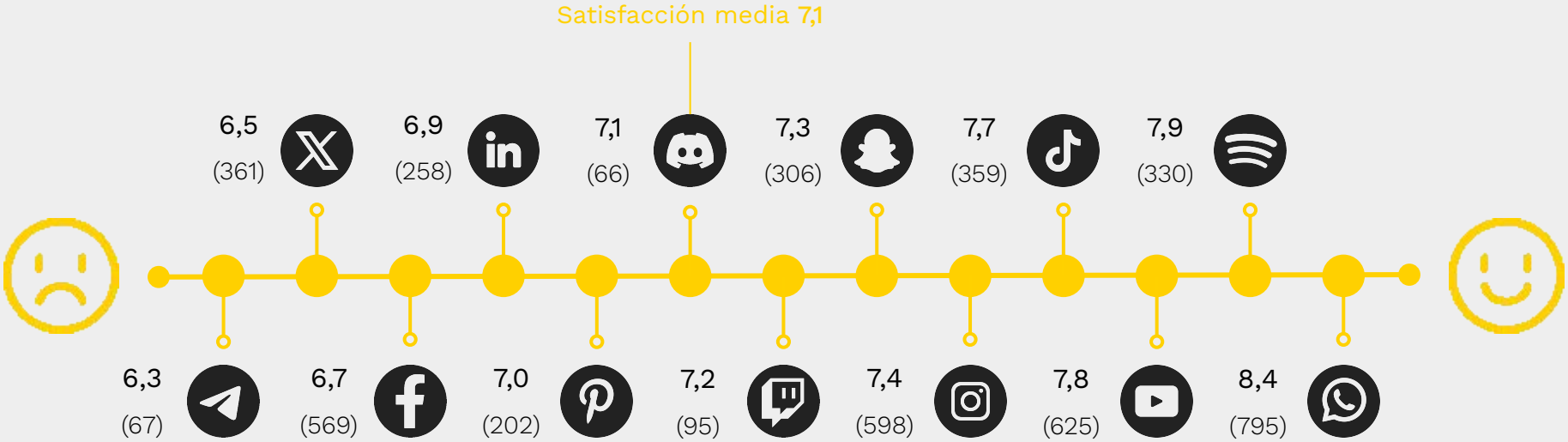


*Datos del acumulado EGM diciembre 2024 en Canarias.
**Los datos de TikTok y Twitch no incluyen la variación, ya que no se reflejaban en la anterior oleada.

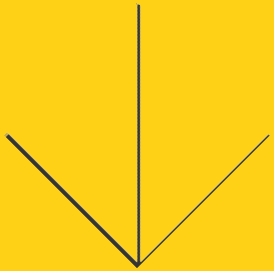
Estudio redes sociales 2024

#IABEstudioRRSS

Whatsapp sigue siendo la Red Social mejor valorada entre sus usuarios, seguida de Spotify, YouTube y TikTok. La red social de Elon Musk, sin embargo, es la peor valorada, tan solo por delante de la denostada Telegram.



¿Quién se ha ido y por qué?



¿Quién se ha ido y por qué?

The Guardian

Más allá de la coyuntura política, el periódico expuso una creciente preocupación por el contenido "perturbador" que se promovía en la plataforma, especialmente las teorías de conspiración de extrema derecha. En su declaración, *The Guardian* afirmó que, desde su punto de vista, X se había convertido en una "plataforma de medios tóxica", donde Elon Musk, como propietario, había logrado moldear el discurso político.

La decisión de abandonar X no fue, por tanto, un simple rechazo a los eventos inmediatos, sino una conclusión sobre el valor de estar en una red social que había perdido, según el diario, la capacidad de ofrecer un entorno saludable para el periodismo. *The Guardian* argumentó que los recursos invertidos en la plataforma podrían destinarse a promover su periodismo en otros espacios más adecuados.

Noviembre de 2024

¿Quién se ha ido y por qué?

La Vanguardia

Noviembre de 2024

Siguiendo los pasos de *The Guardian*, anunció días más tarde su decisión de abandonar X, dejando de publicar directamente en la plataforma y suspendiendo sus cuentas. Su razonamiento fue similar: la red social se había transformado en un espacio donde proliferan teorías de conspiración y desinformación, sin una moderación efectiva que garantizara un entorno seguro y fiable para la información.

Este paso subraya una tendencia creciente entre los medios tradicionales de distanciarse de plataformas que no cumplen con los estándares éticos y de veracidad necesarios para el periodismo responsable.

¿Quién se ha ido y por qué?

Yolanda Díaz

La Vicepresidenta Segunda del Gobierno de España y Ministra de Trabajo y Economía Social, Yolanda Díaz, anunció su salida de X, con un comunicado en la plataforma. La decisión fue motivada por su percepción de que la plataforma se había transformado en un "mecanismo de propaganda" y un "altavoz de la extrema derecha".

Según Díaz, el espacio digital ya no era adecuado para el ejercicio de la política democrática, dado que se había visto invadido por discursos de odio, desinformación y manipulaciones ideológicas. Además, subrayó que el ambiente tóxico de la plataforma y la falta de moderación efectiva habían propiciado el auge de narrativas extremistas.

Enero de 2025

¿Quién se ha ido y por qué?

Ernest Urtasun

Se unió a la decisión de Yolanda Díaz de abandonar X, expresando su preocupación por el uso de la plataforma como "el altavoz de una oligarquía de extrema derecha" que fomenta el odio y la desinformación.

Urtasun señaló que, en su opinión, la red social se había convertido en un espacio donde se amplificaban narrativas peligrosas, y la falta de moderación efectiva permitía la propagación de discursos de intolerancia y manipulación.

Esta postura refleja el creciente rechazo dentro del ámbito político hacia X, considerado por algunos como un lugar donde los valores democráticos y el debate civilizado ya no tienen cabida.

Enero de 2025

¿Quién se ha ido y por qué?

Sira Rego

Enero de 2025

La ministra de Juventud e Infancia, también decidió abandonar X, calificando el gesto de Elon Musk como una "declaración de intenciones" que refleja la transformación de la plataforma.

Rego señaló que X había dejado de ser un espacio para el intercambio de opiniones y discusión abierta, convirtiéndose en "el negocio de la desinformación". Según la ministra, la plataforma había facilitado la propagación de noticias falsas y discursos de odio, lo que llevó a muchos, incluidos los responsables políticos, a cuestionar su viabilidad como herramienta de comunicación democrática.

Rego sobre su salida de X: "No quiero formar parte de una red social cuyo dueño hace saludos nazis"

Rego sobre su salida de X: "No quiero formar parte de una red social cuyo dueño hace saludos nazis" (Jesús Hellín - Europa Press / Europa Press)

¿Quién se ha ido y por qué?

Gabriel Rufián

El diputado de Esquerra Republicana de Catalunya (ERC), vivió una disminución de 6.000 seguidores en 48 horas tras criticar públicamente a Elon Musk en X. Aunque Rufián no ha abandonado la plataforma, reflexionó sobre la posibilidad de que la gente estuviera dejando X o que Musk tuviera la capacidad de expulsar a ciertos usuarios alterando los algoritmos de la red.

Esta reflexión pone en evidencia las sospechas sobre la manipulación del alcance y la interacción de los usuarios en la plataforma bajo la nueva administración, generando un ambiente de incertidumbre y desconfianza en la plataforma.

No ha abandonado

¿Quién se ha ido y por qué?

Ayuntamiento de Barcelona

Anunció el cierre de sus casi 80 canales en X. La decisión se fundamentó en que la plataforma se había "inmerso en una espiral de desinformación" que contradecía los valores de la institución.

Para el Ayuntamiento, continuar en X representaba un riesgo para la credibilidad y la integridad de la comunicación pública, dado el entorno cada vez más tóxico y polarizado que caracterizaba la red social.

Enero de 2025

¿Quién se ha ido y por qué?

La Conferencia de Rectores y Rectoras de las Universidades Españolas

Anunció su retirada de X, argumentando que la plataforma ya no reflejaba los valores fundamentales de educación, libertad y respeto que promueven. Además, migran a otras plataformas como Bluesky y Mastodon como alternativa a X.

La decisión de la CRUE subraya el creciente malestar de instituciones académicas frente a un entorno digital que consideran incompatible con sus principios de diálogo constructivo y respeto a la verdad.

Enero de 2025

¿Quién se ha ido y por qué?

La Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Siguiendo la línea de la CRUE, anunció su decisión de abandonar X. La universidad argumentó que la red social era incompatible con los valores fundamentales de la institución, señalando que su salida: "representa una oportunidad para reafirmar su compromiso institucional con la promoción de una sociedad más justa, inclusiva y respetuosa".

Esta decisión refleja el creciente distanciamiento de las instituciones educativas ante el entorno tóxico y polarizado que ha caracterizado a la plataforma bajo la gestión de Elon Musk.

Febrero de 2025

¿Quién se ha ido y por qué?

La Universidad de Sevilla

Dejó inactivas sus cuentas institucionales en X, citando los cambios en la plataforma que promovían actitudes contrarias a sus valores éticos y democráticos.

La universidad expresó que el ambiente digital creado por la red social ya no coincidía con sus principios fundamentales, lo que motivó su decisión de alejarse de X y buscar alternativas que estuvieran alineadas con su compromiso con el respeto, la inclusión y el pensamiento crítico.

Febrero de 2025

¿Quién se ha ido y por qué?

Más de 100 organizaciones ecologistas

Entre ellas Greenpeace, Ecologistas en Acción y Amigos de la Tierra, decidieron abandonar X como forma de protesta, coincidiendo con la toma de posesión de Donald Trump como presidente de Estados Unidos y la implicación de Elon Musk en su administración.

Las organizaciones señalaron que la plataforma amplificaba discursos de odio y desinformación, y que su entorno digital ya no representaba un espacio adecuado para promover sus causas y valores. Esta salida colectiva subraya el rechazo a una red social que, según estas organizaciones, facilitaba la propagación de narrativas peligrosas en detrimento del bienestar colectivo y la protección del medio ambiente.

20 de Enero de 2025

Fijado

Amigas de la Tierra ✓

@AmigosTierraEsp

Después de 15 años, decenas de miles de tuits y casi 300.000 seguidoras, hemos decidido, como muchas otras organizaciones, colectivos e individuos, dejar de participar en esta plataforma.

El motivo que nos ha llevado a tomar esta decisión es que se ha convertido en un espacio cada vez más hostil, radicalizado en el que las posturas ultras y discursos de odio son amplificados y las que defienden los derechos humanos, el medio ambiente o el progreso social son silenciadas u ocultadas.

Dejamos la cuenta abierta, como un archivo histórico de nuestra actividad, pero dejaremos de subir contenido e interactuar en ella.

Agradecemos de corazón a todas aquellas personas y colectivos que nos habéis seguido e interactuando con nuestras publicaciones durante todo este tiempo y os animamos a que continuéis conectadas con nosotras a través de nuestras cuentas en Bluesky, Instagram, Facebook, Linkedin o Youtube, que puedes encontrar aquí:
linktr.ee/amigasdelatier... ✓

10:06 a. m. · 20 ene. 2025 · **4.761** Visualizaciones

11 22 34 1

Cierre

- Se ha generado una **pérdida de confianza en la plataforma**, tanto entre medios de comunicación como instituciones y figuras públicas. La falta de moderación efectiva, el aumento de desinformación y los discursos de odio han llevado a un creciente rechazo hacia la plataforma. Lo que antes era un espacio de interacción y debate ha sido percibido como un entorno tóxico que ya no cumple con los valores de muchas organizaciones.
- La **transformación de X en un canal para la desinformación y los mensajes de odio** ha sido vista como una amenaza para la democracia y la integridad del discurso público. Las decisiones de abandonar la plataforma por parte de entidades influyentes subrayan el riesgo que representa permanecer en un espacio donde se amplifican estas narrativas.
- La **pérdida de usuarios muestra un deterioro de la imagen de marca y disminuye la relevancia de X en el ámbito de las redes sociales.** Con una menor base de usuarios activos, reduce su visibilidad y su influencia en conversaciones globales. X pierde peso en el mercado digital, lo que dificulta su capacidad para atraer nuevos usuarios y mantenerse competitiva frente a otras plataformas.

Conclusiones y enfoque en Canarias

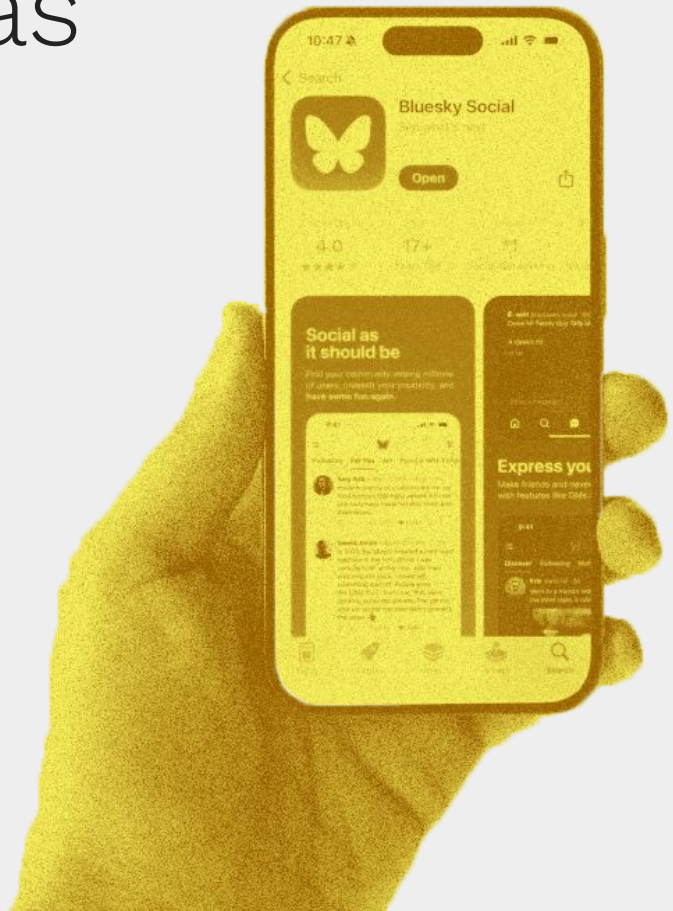
El panorama de X bajo la gestión de Elon Musk ha generado una división clara entre usuarios, marcando un antes y un después en la percepción de la plataforma y de la propia libertad de expresión.

A partir del análisis realizado, extraemos las siguientes conclusiones.

¿Deberían las marcas abandonar X?

Deterioro de la reputación de X y su impacto en las marcas

La radicalización del discurso en X, sumada a la falta de moderación y el aumento del contenido de odio y desinformación, ha llevado a un éxodo significativo de medios de comunicación, instituciones académicas y figuras públicas. Esto ha generado un efecto de deslegitimación de la red social, disminuyendo su atractivo como plataforma publicitaria y de comunicación corporativa.



¿Deberían las marcas abandonar X?

Efecto sobre la inversión publicitaria y la visibilidad de las marcas

Muchas empresas y medios han redirigido su inversión publicitaria hacia plataformas con entornos más controlados y alineados con valores democráticos y de inclusión. Para marcas en Canarias, seguir invirtiendo en X podría suponer un riesgo reputacional, sobre todo si su audiencia valora la responsabilidad social corporativa y la inclusión.

¿Deberían las marcas abandonar X?

Polarización del público y segmentación del mercado

El sesgo algorítmico y la falta de regulación en X han transformado la red en un espacio de polarización. En un contexto como el de Canarias, donde la diversidad social y cultural es un valor clave pero donde también prevalece el discurso abiertamente dañino y racista, las marcas que opten por permanecer en X deberán estar altamente preparadas para lidiar con una audiencia volátil, así como aprender a identificar usuarios reales de bots e ias.

Estrategias de adaptación para la comunicación en Canarias

Diversificación de plataformas: En vista de la incertidumbre sobre la estabilidad y viabilidad de X, se recomienda que las agencias de comunicación locales prioricen estrategias multicanal, incluyendo redes como Instagram, LinkedIn y TikTok, que han demostrado ser entornos más seguros para la inversión publicitaria.

Evaluación del público objetivo: Si una marca sigue teniendo una comunidad activa y comprometida en X, puede considerar mantener una presencia limitada, pero con un control estricto del contenido compartido y de las interacciones.

Estrategias de adaptación para la comunicación en Canarias

Para las marcas y agencias de comunicación en Canarias, la decisión sobre la permanencia o no permanencia en la red social X dependerá de:

- Público objetivo
- Valores corporativos
- Estrategia de comunicación

Ante la disminución de usuarios activos, el deterioro de la reputación de la red y la incertidumbre sobre su futuro, la rentabilidad de continuar en la plataforma es cuestionable. En este sentido, resulta más estratégico explorar nuevas plataformas (Bluesky, Mastodon, Reddit...) y mantener una imagen corporativa que no sea asociada a la estampa, cada vez más polarizante, de Elon Musk.

Gracias por ser lector habitual de 22GRADOS o interesarte por nuestros informes. Si tuvieras cualquier duda o consulta acerca del documento o quisieras ampliar la información, no dudes en escribirnos a:

hello@22grados.com

¿Hablamos?

(+34) 928 914 079

22grados.com

hello@22grados.com