

Pérdida de US\$ 4 millones diarios sería la razón de despidos masivos en Twitter

Twitter pierde 4 millones de dólares al día y esa sería la razón de los despidos de personal, según publicó su nuevo propietario, el multimillonario Elon Musk.

Aunque no precisó el número total de despidos -la prensa los ha cifrado en más de 3.700, lo que representa más de la mitad de su plantilla mundial-, Musk los justificó en su último tuit diciendo que «no hay más remedio cuando la compañía está perdiendo unos cuatro millones diarios».

En la mañana del viernes, Musk ya había dicho que la compañía había tenido una drástica caída de ingresos, que atribuyó a una estampida de los anunciantes por culpa de «grupos de activistas» que supuestamente presionan a las empresas para retirar la publicidad.

En cuanto a los empleados despedidos, que hoy recibieron un correo con la terminación de su contrato -pues las oficinas permanecieron cerradas por orden del propietario-, Musk aseguró esta tarde que todos los despedidos han tenido una oferta de tres meses de indemnización, «lo que es un 50 % más de lo obligado legalmente».

Pese a esta oferta, algunos ya han denunciado a la compañía por despido improcedente, pues según las leyes laborales vigentes en San Francisco (donde está la sede principal de Twitter), un empleado debe recibir un preaviso con una antelación mínima de 60 días, lo que no se ha cumplido en este caso.

En otro tuit anterior en la tarde del viernes, Musk se refirió a las políticas de moderación de contenidos, que según él «siguen absolutamente sin cambios», y añadió: «contrariamente a lo que pueden leer en la prensa, de hecho hemos visto en ciertos momentos de la semana que disminuyeron los discursos de odio por debajo de nuestras normas anteriores».

Musk enlazó después al contenido del responsable de la sección de seguridad de Twitter (Trust and Safety), Yoel Roth, quien dijo que su equipo dedicado a la «línea de frente de la moderación» era el que menos recortes había sufrido.

Aun así, y pese a todos estos mensajes, compañías como General

Motors o Volkswagen han suspendido su publicidad en Twitter hasta ver más claro hacia dónde se dirige la compañía en la cuestión de los contenidos.

Con información de La Nación