

Twitter compartirá ingresos con creadores de contenido

El dueño de Twitter, Elon Musk, anunció que a partir de este viernes la red social compartirá el dinero generado por publicidad introducida en las respuestas a sus tuits con los creadores de contenidos.

Según Musk, para poder acceder a esos ingresos, la cuenta en cuestión tendrá que estar abonada a Twitter Blue, la versión de pago de la plataforma.

Musk no ofreció más detalles sobre este nuevo programa, pero en el pasado ya había avanzado su intención de ofrecer nuevas vías de monetización para creadores de contenidos, tal y como hacen otras redes como YouTube, que reparten con ellos ingresos por los impactos publicitarios que generan sus videos.

To be eligible, the account must be a subscriber to Twitter Blue Verified

– *Elon Musk (@elonmusk)* [February 3, 2023](#)

Ello ha permitido a usuarios con muchas visualizaciones ganar grandes cantidades de dinero y, a la vez, crear más y más contenido que genera tráfico para la plataforma.

«Twitter tiene que ser el lugar en el que un creador está mejor compensado por su tiempo y talento», apuntó hoy Musk en respuesta a un comentario de otro tuitero que hacía referencia a la competencia con YouTube en este ámbito.

La publicidad es la principal vía de ingresos para Twitter, pero tras la adquisición por parte de Musk y las caóticas primeras semanas que provocaron algunas de sus decisiones muchos anunciantes han optado por hacerse a un lado.

El pasado noviembre, el propio empresario admitió que la empresa había sufrido una caída masiva de su facturación y que estaba perdiendo más de 4 millones de dólares al día, aunque en los últimos meses ha ofrecido algunos mensajes más positivos.

Pese a ello, todo apunta a que Twitter sigue buscando fórmulas para recuperar anunciantes y, según publica hoy el diario The Wall Street Journal, está ofreciendo importantes descuentos de cara a la Super Bowl, la final de la liga de fútbol americano

que se celebra el 12 de febrero y que tradicionalmente es uno de los momentos con más tráfico del año en la red social.

EFE