

Twitter empieza a retirar marcas azules de cuentas #20Abr

Muchos de los usuarios destacados de Twitter perdieron sus marcas azules que les ayudaban a verificar su identidad y a que se distinguieran de los impostores en esta red social propiedad de Elon Musk.

Después de varios intentos en falso, Twitter cumplió su promesa el jueves de retirar las marcas azules de las cuentas que no paguen una cuota mensual para mantenerlas en sus perfiles. Twitter tenía unos 300.000 usuarios verificados bajo el sistema original de las palomitas azules, muchos de ellos periodistas, atletas y figuras públicas.

Las marcas empezaron a desaparecer de los perfiles de estos usuarios el jueves al mediodía.

El costo para mantener la marca azul va de los 8 dólares al mes para usuarios individuales y desde 1.000 dólares mensuales para una organización, además de una cuota mensual de 50 dólares para cada afiliado o cuenta de empleado.

Twitter no verifica las cuentas individuales para garantizar que son quien dicen ser, como ocurría antes de que Musk comprara la red social.

Celebridades con cuentas en Twitter, que van desde la estrella del baloncesto LeBron James al protagonista de Star Trek, William Shatner, han rechazado pagar por la verificación. El actor de la serie televisiva Seinfeld, Jason Alexander, prometió abandonar la plataforma si Musk le quitaba su marca azul.

Después de comprar Twitter por 44.000 millones de dólares en octubre, Musk ha tratado de aumentar los ingresos de la plataforma animando a más personas a pagar una suscripción premium. Pero su idea también refleja su afirmación de que las palomitas azules se han convertido en un símbolo de estatus inmerecido o "corrupto" para personalidades de élite, periodistas y otras personas a las que la anterior dirección de Twitter concedió la verificación de forma gratuita.

Twitter empezó a otorgar la insignia hace unos 14 años. Además de proteger a los famosos de los suplantadores de identidad, una de las principales razones era proporcionar una herramienta adicional para frenar la desinformación. La mayoría de las

marcas azules “heredadas”, incluidas las cuentas de políticos, activistas y personas que de repente aparecen en las noticias, así como periodistas poco conocidos de pequeñas publicaciones de todo el mundo, no son nombres conocidos.

AP