

La plataforma tuvo su primer aniversario esta semana: Threads alcanza 175 millones de usuarios, pero no logra destronar a X

La red social de *microblogging* fue apodada en un comienzo "Twitter killer", pero su crecimiento inicial se desaceleró. De acuerdo con expertos nacionales, le falta alguna función novedosa que la diferencie de las otras opciones que existen.



ANNA NADOR

Threads, la *app* de conversaciones basadas en texto de Meta, cumplió un año el pasado 5 de julio. Pocos días antes de este aniversario, Mark Zuckerberg —CEO de Meta— anunció en la plataforma que habían alcanzado más de 175 millones de usuarios activos mensuales. ¿Pero ha cumplido esta plataforma con su apodo de "Twitter killer" (el asesino de Twitter)?

A juicio de expertos nacionales, aunque en un comienzo se pudo considerar un rival de X (antes Twitter), al ser ambas plataformas de *microblogging*, actualmente no lo es. Esto aunque Threads es la aplicación descargada más rápido en la histo-

ria de internet: cinco días tras su lanzamiento ya había alcanzado más de 100 millones de usuarios registrados.

"Creció muy rápidamente. Sin embargo, este éxito inicial no se mantuvo y su base de personas usuarias se desplomó en más del 80% el año pasado. El anuncio de Zuckerberg revela que, si bien se logró recuperar de la caída, su crecimiento anual se ha desacelerado notoriamente", explica Alejandro Morales, doctor en Comunicación y profesor de Periodismo Digital en la Facultad de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile.

En ese sentido, apunta: "Según datos de Similarweb, en mayo de 2024 Threads recibió 300 millones de visitas, mientras

que X contó con 16 mil millones. Es decir, no alcanza siquiera 2% de su tráfico. En Google Trends Chile, durante el último año, Threads arroja muy pocas búsquedas, casi cero, mientras que Twitter muestra que no es un rival para X por el momento".

De forma similar opina Ariel Jeria, gerente general de la agencia Rompecabeza: "Hoy día no los veo como rivales, como si se podría haber concebido al comienzo. (...) La gente solamente está tres minutos al día en Threads, versus en X, que pasan 30 minutos diariamente".

Para Morales, el potencial de esta plataforma no está en ser un rival de X, sino en

diferenciarse de esta red social en sus contenidos. "El principal capital de Threads frente a X son sus mensajes 'más positivos', como los denomina su creador, dada su interrelación con Instagram. Fotos atractivas, textos sobre temas no controvertidos y videos virales son la tónica para desmarcarse. Además, la posibilidad de publicar videos más largos es también una ventaja, dado el predominio del formato audiovisual en la web actual".

Por su parte, Jeria considera que "el gran gancho es que está excelentemente integrado con Instagram. Cuando tú estás navegando por el *feed* de Instagram, te sale incrustada una publicación de Threads. Entonces te muestra posteo de Threads de

un tema que el algoritmo considera te puede interesar, pinchas y te manda a la plataforma. Yo creo que ese es el gran valor que tiene".

Aun así, Morales dice que a Threads le falta "alguna función novedosa que otorgue un valor agregado, que satisfaga una necesidad diferente; algo que no hagan las otras redes sociales ya".

En esa vía, concluye Jeria, "lo que me falta en la plataforma es que existan generadores de contenido exclusivo, que atraigan más público, similar a los *tiktokers* que posicionaron a TikTok como una red social de entretenimiento. No se ha encontrado qué tipo de usuario es el que está en Threads y que sea exclusivo de ahí".