

El jueves llegó a su récord de nuevos conectados en un día:

Así es Bluesky, la red social que los usuarios buscan como una alternativa a X, ex-Twitter

Acuden las personas cansadas de los bots, la agresividad y las noticias falsas que abundan en la red propiedad de Elon Musk. En estos días es la *app* de descargas gratuitas número uno de App Store y Play Store.

ALEXIS IBARRA O.

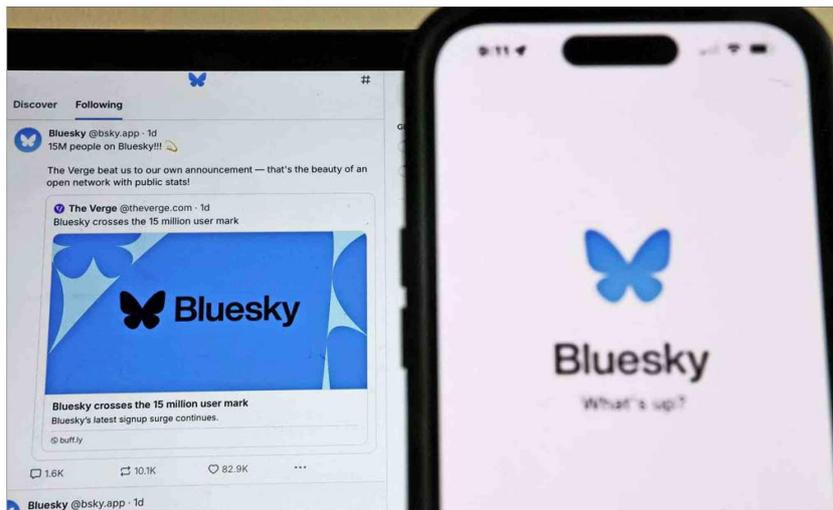
Fernando Espejo (45) tomó una drástica decisión la semana pasada: abandonó X y se enfocó en Bluesky, una red social de *microblogging* —con textos cortos— y que es muy similar en funciones al antiguo Twitter.

“Me cansé. X se había convertido en un lugar tóxico. Aparecen tonterías y uno se comienza a enojar y hasta discutir con otros. Dejarlo era algo que estaba pensando hace rato, ya que siento que aporta a la desinformación”, afirma.

La tendencia de abandonar X y optar por otra red social como Bluesky es mundial. “Principalmente se ha dado en países anglosajones como EE.UU., Gran Bretaña y Canadá”, dice Bárbara Riveros, directora de Contenido y Estrategia de la agencia de marketing digital Mind.

Esta migración también ha sido influenciada por medios como The Guardian (Reino Unido) o La Vanguardia (España), que decidieron retirarse de X. El año pasado anunciantes como IBM y NBCUniversal huyeron de X por preocupaciones de que sus anuncios aparecieran junto a contenido pronazí y discursos de odio en general.

Espejo también ha notado que en



Si Twitter era reconocido por su pájaro azul, una mariposa de una tonalidad similar es el logo de Bluesky.

Chile la cantidad de personas que se han creado una cuenta en Bluesky se ha incrementado en estos días. “Yo me la creé hace meses y tenía dos seguidores, pero en estas dos semanas ya subí a 85 y estoy encontrando cada vez más a gente conocida”, explica.

Según cifras de Bluesky, el número de usuarios nuevos se ha elevado tras las elecciones en EE.UU., rondando los 17 millones en comparación con los 13 millones que tenía a fines de octubre. Otro incremento súbito de usuarios lo registró en agosto, cuando X fue prohibido en Brasil. En esa ocasión Bluesky ganó 2,6 millones de usuarios, de los cuales el 85% eran brasileños.

La semana pasada se alcanzó otro hito. El jueves llegó por primera vez al mi-

llón de usuarios nuevos en un solo día.

Un crecimiento acelerado, pero que aún no llega ni a los talones a los 611 millones de usuarios activos que se estima tiene X.

Actualmente, Bluesky es la aplicación gratuita número uno en descargas en la App Store de Apple y en segundo lugar está Threads, la red social de Meta que también es alternativa a X. Mientras que en Play Store la descarga más popular es la Bluesky y en cuarto lugar figura Threads.

Parientes cercanos

Bluesky es un pariente cercano de Twitter y, por ende, de X. Comparten el mismo creador: el empresario estadounidense Jack Dorsey. “Esta plataforma

nació desde el interior de Twitter y con participación directa de algunos de sus diseñadores y programadores, embarcados en un proyecto que, da la sensación, ya se anticipaba a que Twitter sería inevitablemente absorbido y transformado en una megacompañía”, dice Hugo Durney, académico de la Universidad Tecnológica Metropolitana.

“Más que hacer una *app*, lo que hicieron fue desarrollar un estándar o protocolo descentralizado para redes sociales”, agrega el especialista. De ese desarrollo nació Bluesky.

“Bluesky es la alternativa que más se acerca a la experiencia de usuario y las características originales de Twitter”, agrega Durney.

La inscripción es gratuita y sencilla

(hay que dar un correo, la fecha de nacimiento, determinar una contraseña y un nombre de usuario). Todo esto se hace en su página <https://bsky.app/> o en las aplicaciones para iOS y Android.

Tiene la misma lógica de seguir a usuarios. Si el Twitter original tenía 140 caracteres, Bluesky dispone de 300 caracteres para escribir. Si a lo que se escribía en Twitter se le decía *tweet*, a un mensaje publicado en Bluesky la comunidad le dice *skeet* (mezcla de *sky* y *tweet*), aunque su CEO, Jay Graber, dice que se llaman *post*. Y al igual que otras redes sociales, también se puede poner “Me gusta”, compartir y responder las publicaciones de otros usuarios.

En su parte central hay dos columnas: en una se puede ver solo los mensajes de las personas que se siguen en orden cronológico inverso (lo más reciente que se escribió se ve primero); en la otra, las últimas novedades determinadas por un algoritmo. Eso lo determina, ya que en un paso posterior al registro se pide al usuario que elija áreas temáticas de interés.

Riveros destaca su carácter más abierto. “La comunidad tiene más control sobre los contenidos y también hay algo de censura de contenido indebido. El algoritmo está refinado de tal forma que te llega lo que tú quieres ver y de acuerdo a tus intereses, lo que ya no estaba pasando en X, donde había, además, muchos bots”.

Se pueden usar emoticones, agregar *gifs* animados, imágenes y videos (de hasta 1 minuto). Y acá el signo gato o *hashtag* no se usa para un tema, sino que indican los *feeds*, que son una especie de grupo con temáticas definidas. Un usuario puede suscribirse a *feeds* sobre “jardinería” o “fotos de gatos” y estos se añadirán como una pestaña en su ventana central.

“Me gusta. Se siente mucho más limpia de bots, sientes que estás interactuando con gente real y que por ahora se ayudan, porque todos están descubriendo qué hacer y a quién seguir. Espero que siga así”, dice Espejo.