

La aplicación Vine cae en picado

Las descargas no hacen más que descender, las estrellas migran a otras plataformas y varios directivos ya han abandonado la empresa. Un descenso de popularidad que ha coincidido con el auge de nuevas plataformas como Snapchat o la expansión de Instagram hacia nuevos campos más allá de las fotografías.

En 2012 irrumpía en la App Store y Google Play la aplicación Vine, una sencilla app que permite a los usuarios compartir pequeños vídeos de seis segundos —a partir de 2016 el límite se amplió a ciento cuarenta— en formato loop (reproducción continuada en bucle). La red social cobró una gran relevancia y muchos ya veían en Vine un nuevo gigante al que observar.

Cuatro años más tarde, la situación de la red social es completamente diferente. Además de las escasas novedades a nivel de software que ha recibido, Vine se ha enfrentado durante los últimos años a una fuga de usuarios considerable. Las principales estrellas —conocidas popularmente como viners— ya han migrado a otras plataformas como Instagram o incluso YouTube. Y las descargas en las principales tiendas de aplicaciones han descendido drásticamente desde su lanzamiento. Vine, a día de hoy, coquetea muy de cerca con la desaparición.

En los rankings de descargas, Vine ha pasado de encontrarse entre las aplicaciones más populares a descender por debajo del top-100

Todo comenzó en 2015. Según los datos registrados por App Annie, a lo largo de ese año, Vine pasó de encontrarse en el top-100 en App Store y Google Play a descender por debajo de dicha franja, llegando a ocupar los puestos 257 (App Store) y 445 (Google Play). Un descenso de popularidad que casualmente ha coincidido con el auge de nuevas plataformas como Snapchat o la expansión de Instagram hacia nuevos campos más allá de las fotografías.

Según datos de comScore centrados en Estados Unidos, el crecimiento de usuarios activos por mes de Vine lleva estancado desde 2015, con un ligero descenso de usuarios activos durante 2016. Y la tendencia, desafortunadamente, no indica que vaya a crecer durante los próximos meses.

A este descenso de descargas y usuarios activos por mes también se suma la marcha de varios directivos, entre los que se encuentran personas como el principal responsable de ingeniería (Ben Sheats) y varios product managers como Adam Feldman y Brittany Mennuti. Marchas en puestos muy determinados que debilitan, en mayor o menor medida, la estructura de Vine.

Pero no solo son las personas detrás de Vine se están marchando de la plataforma. Los creadores de contenido y las principales estrellas de la red social han dejado de usar la plataforma en favor de otras alternativas como Instagram o YouTube, reduciendo así el contenido de calidad y, por consiguiente, arrastrando a los usuarios a plataformas rivales.

David Sainz: "Aunque hay muchos puristas de Vine, es cierto que Instagram me ofrece, como creador, muchas más posibilidades. Podía ofrecer vídeos más trabajados."

El creador de contenido David Sainz (conocido por interpretar el papel de "El Negro" en la webserie "Malviviendo") aseguraba en declaraciones a Hipertextual la existencia de campañas de branded content en Vine. En su experiencia personal, eso sí, ha recibido más ofertas para plataformas como YouTube, Twitter o Instagram, plataformas más atractivas para los anunciantes actuales. "Instagram se ha ido comiendo a Vine", también afirmaba Sainz.

Sainz, quien publicó su último vine en junio de 2016, reconocía su progresiva transición hacia otras plataformas, algo también visible en viners españoles como Antón Lofer o Andrea Compton, quienes dejaron de ver en Vine su prioridad principal para migrar hacia otras plataformas de mayor calibre como YouTube, Instagram o Facebook. Todas ellas preparadas para la era mobile, con mayor atracción de anunciantes y una comunidad de mayor escala que Vine.

Snapchat crece en usuarios únicos. Vine se estanca y comienza a decrecer durante 2016.

"No he abandonado Vine, pero lo utilizo muchísimo menos" declaraba el joven creador de contenido, quien ya no incluiría Vine entre sus aplicaciones imprescindibles (donde sí se encuentran otras como Instagram o YouTube). No obstante, David Sainz lamenta que Vine se encuentre actualmente en declive.

La situación no es muy diferente fuera de España. Viners como Lele Pons abandonaron la red social durante el mes de agosto tras varios vídeos en los que invitaba a sus usuarios a migrar a otras plataformas como YouTube. Amanda Cerny, otra de las viners más populares, también abandonó de forma progresiva la red social antes de verano, publicando su último vine en julio de 2016.

Las estrellas de Vine están abandonando la plataforma en favor de YouTube, Instagram y Facebook. La monetización, la versatilidad y la progresiva migración de la comunidad hacia otros soportes ha llevado a esto

Entre las principales causas que han llevado a esta situación, encontramos la monetización del contenido, la versatilidad de otras plataformas, el crecimiento imparable de otras plataformas y las escasas novedades que Vine ha introducido en su servicio durante los últimos meses.

Vine, por ejemplo, carece de sistemas de monetización nativos como sí ofrece Instagram o YouTube. Y hasta hace escasos meses, la compañía continuaba limitando el contenido a seis segundos, mientras que soportes como Instagram aumentaban hasta el minuto, ofreciendo una mayor versatilidad. Todo esto, en conjunto, no son más que obstáculos para los creadores de contenido y los anunciantes.

Vine, aunque lejos de la muerte, se encuentra ante un complejo paradigma. Sus creadores de contenido se marchan, sus usuarios mensuales se estancan, varios directivos se marchan y la

monetización llega con cuentagotas a la plataforma. Todos los ingredientes para un futuro naufragio del que nadie sabe si podrán salvarse.

La noticia "Vine se aproxima al naufragio" fue publicada originalmente en Hipertextual.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Entretenimiento](#) [E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>