Así es Blumer, la primera red social 'verde' del mundo creada en Colombia

(izq. a der.) Ernesto Ruiz, Kenny Jimeno y Luis Villalba (cofundadores de Blumer). **FOTO:** Blumer

La app es similar a cualquier otra red social, solo que al usarla se apoya el cuidado del ambiente.

RELACIONADOS: APLICACIONES | DESARROLLO SOSTENIBLE | MEDIOAMBIENTE | RED SOCIAL | EDWIN CAICEDO

SE
EDWIN CAICEDO
21 de octubre 2021, 07:40 A. M.

Seguir Medio Ambiente
Comentar
Guardar
Reportar
Portada

Blumer es una red social como cualquier otra: hay fotos, videos, influenciadores, en vivos, espacios para comprar productos, emojis y más. Solo tienen una diferencia: cuando un usuario la utiliza está contribuyendo de muchas maneras a **cuidar el medioambiente.**

La cruzada para salvar las tortugas en Bahía Solano, Chocó

Herramienta de Minambiente analizará el comportamiento del clima

Calidad del aire en nuestras ciudades: retos pospandemia / Opinión

Temas relacionados

DONACIONES 08:41 P. M.

Trump oficializa el lanzamiento de su red social llamada 'Truth Social'

FACEBOOK OCT 05

Frances Haugen, ex Facebook que destap... oscuras prácticas de e... red social

Reciba noticias de EL TIEMPO desde GoogleNews

Ernesto Ruiz, CEO y cofundador de la aplicación, asegura que no hay actualmente en el mundo nada igual a lo que ellos están haciendo, y que su objetivo al crearla junto con Luis Villalba, y su esposa, Kenny Jimeno, y fue la de desarrollar algo con un propósito global.

(Lea también: Brasil y Colombia irán 'unidos' a la COP26 en defensa de la Amazonia).

Según señala el emprendedor, la idea, que surgió hace más de tres años, busca recompensar a los usuarios por el tiempo que entregan, permitiéndoles además ayudar al planeta, y llamó tanto la atención que la aceleradora de empresas Endeavor, que ha apoyado el crecimiento de compañías como Rappi, Platzi y Bodytech, escogió a Blumer para su programa **ScaleUp Colombia 2021**, que ayudará a escalar y crecer a 45 empresas del país.

Ruiz, quien desde el 2014 está trabajando en el mundo del desarrollo digital, asegura que hoy las empresas de redes sociales tratan a los usuarios como productos, utilizando sus datos y su tiempo como forma para llevarles publicidad y sin darles realmente nada a cambio. Lo que busca Blumer es darles una forma de impactar positivamente el mundo.

Impactos de Blumer

Hay varias formas mediante las cuales una persona que se registra en la aplicación puede apoyar el cuidado del ambiente. La primera es un sistema de puntos que se le otorgan al usuario por sencillamente

estar allí, pasar tiempo viendo videos, dar 'me gusta' en fotos, comentar publicaciones y otras acciones que se pueden hace.

Un dato no menor, si se tiene en cuenta que en **Colombia** cada usuario gasta en promedio 3,4 horas al día en redes sociales, según el informe We Are Social, presentado el año pasado por la empresa Hootsuite.

(Le recomendamos: Latinoamérica no ve prioritario neutralizar emisiones de CO2, dice estudio).

Una de las acciones que realiza Blumer para su mercadeo es reciclar desechos plásticos producidos en la ciudad de Barranquilla.

Foto: Blumer

Esos puntos (que son una especie de dinero virtual) pueden utilizarse posteriormente para apoyar a emprendedores, influenciadores y creadores de proyectos que busquen cuidar al medioambiente y estén registrados en la aplicación.

También pueden utilizarse para comprar productos sostenibles que se comercializan en la plataforma, como pitillos ecológicos hechos de acero inoxidable, champú en barra que viene en cajas biodegradables o camisetas hechas con algodón orgánico y algodón reciclado, entre otros.

Además, cuando una marca quiera realizar campañas de publicidad dentro de la aplicación, como hacen hoy en día casi todas las compañías del mundo, el 10 por ciento de lo que pague es destinado por la aplicación a un fondo dedicado a cofinanciar proyectos de descarbonización.

(Le puede interesar: Estos son los 5 ganadores del premio medioambiental del príncipe Guillermo).

El mercadeo de Blumer también es sostenible porque la mayoría de las campañas que realizan para conseguir que las personas descarguen la aplicación están orientadas a tener un impacto responsable con el medioambiente.

Por ejemplo, en la ciudad de **Barranquilla** recogen la basura plástica de empresas, la convierten en bolsas blancas (que son las que según la normativa colombiana se deben utilizar para disponer los residuos aprovechables como plástico, vidrio, metales, papel y cartón) y luego las regalan a las personas que descarguen la aplicación, no sin antes enseñarles la importancia de disponer correctamente dicha basura para que los recicladores puedan clasificarla fácilmente y sea más efectivo el proceso de reciclaje.

En un futuro quieren hacer lo mismo con cuadernos, lápices y otros productos, para lograr también tener un impacto en la educación de los jóvenes del país mediante el reciclaje de residuos.

Contenido de valor

Ruiz afirma que otro de los objetivos de Blumer es crear un espacio con contenido de valor relacionado al cuidado medioambiental para sus usuarios.
Hoy 80.000 personas utilizan la plataforma y esperan cerrar a diciembre con 250.000. El objetivo para el próximo año es abrir oficinas en México y empezar su expansión para llegar en 2022 a los 2 millones de personas utilizando la aplicación.

> **Es imposible que sigamos apoyando compañías que nos convierten en zombis digitales**

"Queremos que la gente entienda que puede divertirse en una red social sin consumir el contenido basura que de alguna manera hay en otras redes sociales. Sentimos que no hace crecer ciudadanos ver a tiktokers e influenciadores haciendo chistes, es algo que de alguna manera hace consumir contenido basura al usuario y lo que queremos es una red social más limpia", destaca el empresario que ya ha creado otras 4 aplicaciones.

(Además: Acciones sencillas para comer de forma más responsable con el medioambiente).

Por eso, Blumer cuenta hoy con influenciadores como Marce la Recicladora, que enseña sobre reciclaje y disposición de recursos, y además permite bloquear contenido que no está de acuerdo con el propósito de la aplicación, mediante el apoyo de los usuarios y el uso de inteligencia artificial.

Además, como el objetivo de la aplicación es también que se difunda información de valor relacionada con el cuidado del medioambiente, hoy el alcance orgánico de las publicaciones sobrepasa a otras compañías tradicionales, entregando un alcance de 60 por ciento a las publicaciones que se realizan.

“No se puede destruir la base de lo que se crea tratando de monetizar. Las redes sociales son un instrumento para que la sociedad se pueda comunicar, decir quién es, sentirse vivo, sentirse parte de algo. No un producto de algo. Es imposible que sigamos apoyando compañías que nos convierten en zombis digitales. Tenemos que apoyar compañías que de verdad tienen un ingrediente social y que impactan la vida del ser humano a través del tiempo”, finalizó Ruiz.

Encuentre también en Medioambiente

- Patrocinadores de la COP26 lamentan la 'mala gestión' del evento

- Conozca a Manú, la mona que enseña sobre la destrucción de los ecosistemas

- Cuatro duros retratos del cambio climático

EDWIN CAICEDO UCROS | @CaicedoUcros
REDACTOR MEDIOAMBIENTE | @ElTiempoVerde

SE
EDWIN CAICEDO
21 de octubre 2021, 07:40 A. M.
Seguir Medio Ambiente
Comentar
Guardar
Reportar
Portada

EL TIEMPO
DESCARGA LA APP EL TIEMPO
Personaliza, descubre e informate.
App Store
Google play
AppGallery