

Facebook se deshace de su interfaz clásica

El nuevo diseño de interfaz de Facebook, que la compañía anunció en 2019 y que incluye nuevos colores y disposición de la información, ahora será de uso obligatorio para todos los usuarios a partir de septiembre. Hasta ahora esta vista era optativa y los usuarios podían elegir por continuar viendo la versión clásica. Pero desde el mes que viene esto ya no será posible.

En abril de 2019, Facebook lanzó un gran rediseño que incluye mayor variedad de colores, una estética más moderna y una disposición de los datos más amigables para el usuario. Desde entonces, la compañía permitió temporalmente que los usuarios que lo elijan vuelvan a la vista clásica de la red social en azul.



El modo oscuro es una de las novedades que llegó con el nuevo diseño de Facebook

Este diseño de Facebook es el primero que permite elegir un modo oscuro con tonos negros y grisáceos para adaptarse ambientes poco iluminados. Esta opción puede seleccionarse al principio, en los primeros pasos al elegir la nueva vista. El aspecto renovado de Facebook incluye una nueva pestaña de Grupos, que muestra un feed personalizado de la actividad de los grupos que sigue el usuario. También cuenta con una nueva herramienta de descubrimiento con recomendaciones sobre grupos que pueden ser de interés.

Como se sabe, esta vista era opcional pero en poco tiempo esta posibilidad dejará de estar disponible y ya no habrá vuelta atrás. La red social comenzó a avisarles a los usuarios que “a partir de septiembre, la experiencia clásica de Facebook ya no estará disponible”.

Este mensaje se puede ver si, por ejemplo, se accede a la nueva interfaz y luego se trata de volver a la clásica. Junto a ese mensaje la plataforma le consulta al usuario si quiere volver a la vista clásica porque extraña alguna función en particular y en caso de que así sea, se ofrece la opción de detallar qué es lo que se podría mejorar.

Oculus de Facebook

La compañía de realidad virtual Oculus, responsable de los visores de realidad virtual del mismo nombre, comenzará a requerir a sus usuarios que se registren por primera vez en el servicio utilizando sus cuentas de Facebook a partir del mes de octubre, aunque las cuentas de Oculus tendrán soporte hasta 2023. Oculus, propiedad de Facebook desde 2014, ha anunciado cambios en su servicio de suscripción a sus cuentas de contenidos de realidad virtual, como ha informado la compañía en Twitter.

La primera medida será que los usuarios que se registren por primera vez en el servicio desde octubre de este año tendrán que hacerlo a través de sus cuentas de Facebook. Por su parte, los usuarios que ya tengan una cuenta de Oculus creada pasarán a tener la oportunidad de registrarse en el servicio tanto con su cuenta Oculus como con la de Facebook. También se ofrece la posibilidad de unir ambas cuentas en una sola.

Para quienes opten por no combinar sus cuentas y seguir usando solo las de Oculus, el servicio les permitirá seguir accediendo durante los próximos dos años, ya que el 1 de enero de 2023 terminará el soporte para las cuentas de Oculus VR.

Con información de Portaltic y 800 Noticias