

WhatsApp comienza a incluir anuncios en la pestaña de novedades

WhatsApp pone en marcha nuevas funciones en su pestaña de novedades, con la posibilidad de incluir anuncios en el apartado estados, la suscripción de pago a canales y canales promocionados. Unos cambios que no afectarán a los usuarios que solo emplean esta red para chatear con sus contactos.

WhatsApp, propiedad de Meta, creó hace año y medio la pestaña de novedades, que abre la puerta a experiencias opcionales, como los estados y los canales, más allá del chat con los contactos del usuario.

Esta pestaña que es utilizada cada día por 1.500 millones de personas y es donde va la gente para “descubrir algo nuevo en WhatsApp” es la que acogerá las nuevas funcionalidades, señaló en un encuentro virtual con periodistas la responsable de mensajería empresarial de Meta, Nikila Srinivasan.

Estas funciones serán un lanzamiento mundial en el que se irá “avanzando poco a poco en los próximos meses”, destacó Srinivasan.

Dentro de los canales, que la mensajería activó hace algo más de un año y permiten, por ejemplo a empresas, difundir mensajes a grandes audiencias, surgirán ahora los canales promocionados.

El objetivo es “ayudar a la gente a descubrir nuevos canales que podrían serle interesantes y dar a los administradores la capacidad de promover algunos de sus canales en el directorio para ayudar a atraer nuevos seguidores y obtener una mayor distribución de su contenido”, explicó.

Además, se abre la posibilidad de las suscripciones de pago a los canales, cuyos propietarios “podrán compartir actualizaciones exclusivas en el momento con sus seguidores más comprometidos”.

La tercera novedad hace referencia a los estados, similares a las “stories” de Instagram, que se usan para compartir fotos, videos, notas de voz y texto con los contactos en común y duran 24 horas.

Ahora, los canales y las empresas podrán pagar para aparecer en

estados, “de modo que se pueda iniciar fácilmente una conversación en WhatsApp sobre un producto o servicio”, agregó Srinivasan.

Privacidad en WhatsApp

La responsable de Meta hizo hincapié en que los mensajes, llamadas y estados personales siguen estando cifrados de extremo a extremo, por lo que nadie, salvo el destinatario puede verlos o escucharlos, y no se usan para mostrar anuncios o informar sobre los que los usuarios ven.

En este sentido explicó que para mostrar anuncios en los apartados de canales y estados se basarán en “información básica” como el código de país o ciudad y el idioma del dispositivo, además de información sobre la actividad del usuario en la pestaña de novedades (por ejemplo los canales que se siguen).

Además, si el usuario decidió usar el centro de Cuentas de Meta para el resto de sus aplicaciones de esa empresa, como Instagram o Facebook, se aplicarán sus preferencias de anuncios.

Las nuevas funciones, hizo hincapié Srinivasan, estarán solo en la pestaña de novedades y separadas de los chats personales, por lo que si el usuario «solo emplea WhatsApp para mensajería personal las nuevas funciones no las verá y no le afectarán».

Con información de La Verdad