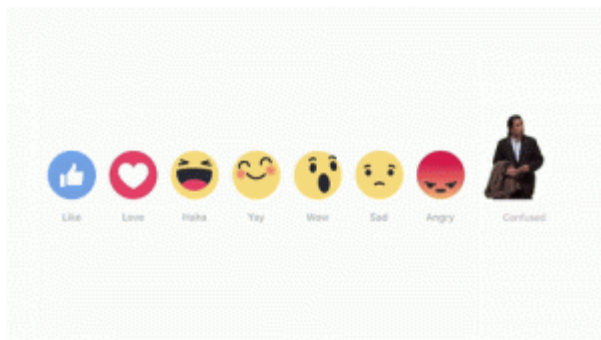


¿Ya probaste Facebook Reactions? Ya está disponible para todos



Like, Love, Haha, Wow, Sad y Angry se unen a la red social.

La manera de comunicarnos ha cambiado drásticamente gracias a la tecnología, principalmente por la mensajería instantánea y las redes sociales, por ello las empresas que crean las nuevas tendencias de diálogo no descansan. Facebook, que es una de las principales protagonistas de esas modificaciones, siempre quiere dar a sus usuarios más razones para usar su plataforma. En esta ocasión ha lanzado la versión final de Reactions a nivel mundial.

Como la mayoría de los “feisbuqueros” ya se habrán dado cuenta, ahora las opciones para responder ante cierta notificación o publicación que aparece en nuestro timeline ha cambiado. Lo que en un principio solo era Me gusta, Comentar o Compartir, ahora es una oportunidad de “expresar mejor” lo que sentimos al ver cierto contenido.

Hace un mes les platicamos sobre Facebook Reactions en su fase beta, que durante esa versión ofrecía 7 emojis: Like, Love, Haha, Yay, Wow, Sad y Angry. Sin embargo, después de varias pruebas y consultas, decidieron eliminar Yay puesto que no representa realmente un “sentimiento”, y modificar ligeramente las imágenes de las reacciones (Haha tiene la boca más pequeña, Wow ahora ve de frente, Sad tiene una lágrima y Angry

tiene menos color rojo).

Reactions ya está disponible en la versión web de la red social para computadoras, las reacciones aparecen cuando el puntero del ratón se coloca sobre el botón Me gusta, y en la app oficial de Facebook para Android y versión web móvil, cuando se deja presionado el botón Me gusta. Probé en iOS y no me apareció la función, seguramente llegará en las próximas horas. En la versión Facebook Lite y aplicaciones de terceros no se ha comprobado.

Lo que resulta extraño es que Facebook mantenga emociones negativas, por llamarlas de cierta manera aunque en realidad no lo sean, pues Mark Zuckerberg siempre ha profesado que está a favor de lo positivo y que esa misma ideología se manifiesta en la red social. Si recordamos, hace unos años Facebook eliminó el sentimiento “Me siento gordo” tras la solicitud de usuarios inconformes, generada por una organización que apoya a personas con desórdenes alimenticios.

Aún así, es algo que los usuarios disfrutaremos (los que no habían podido probar esta característica en la fase de prueba) y es una muy buena herramienta que las empresas deben aprovechar para conocer un poco más las publicaciones que sus fans prefieren y darnos más contenido de valor en vez de SPAM.

¿Qué reacción les gustaría agregar?

Fuente: poderpda.