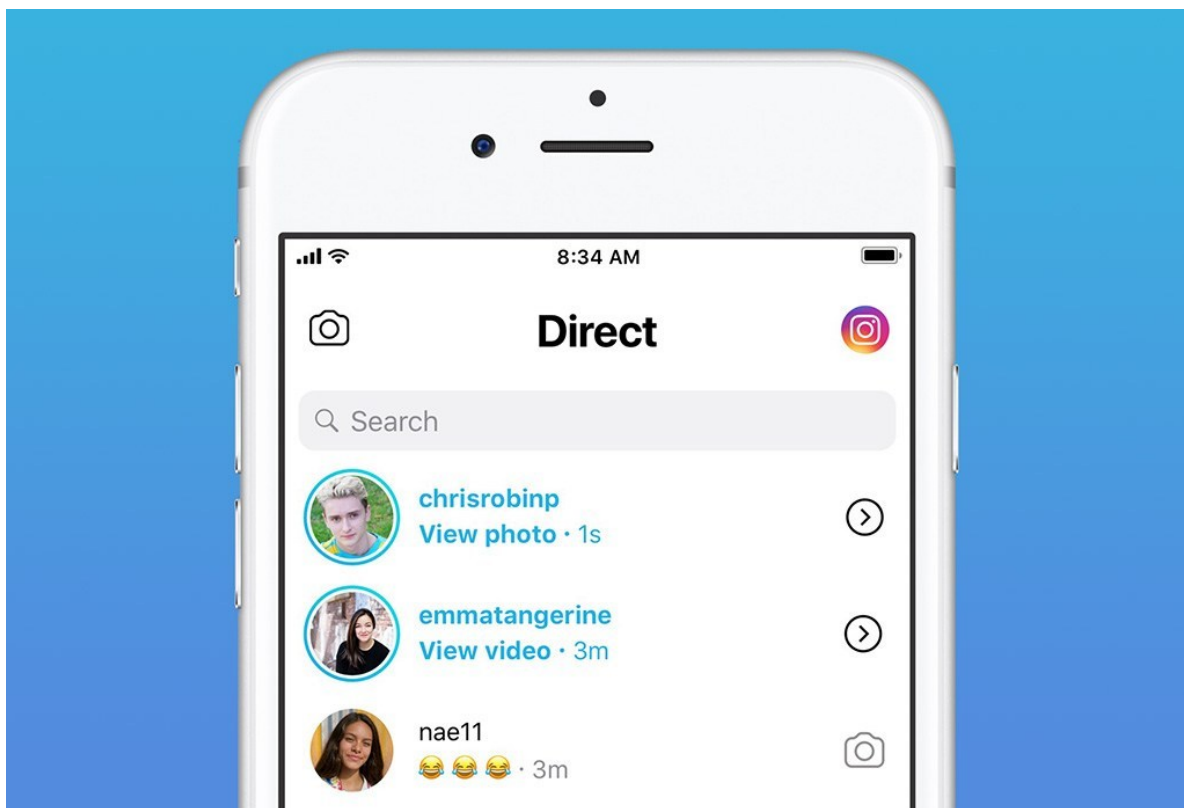


Instagram pone fin a Direct, su aplicación de mensajería

El Ciudadano · 20 de mayo de 2019



Cuando **Instagram** lanzó su aplicación de mensajería **Direct**, en diciembre de 2017, no quedaron dudas de que **era un intento por «copiar» las bondades de Snapchat** que en ese momento reportaba un auge.

Ha pasado casi un año y medio desde entonces. Ahora **Facebook**, su empresa propietaria, quiere sumar esta red social a su política de convergencia de todos sus servicios en una sola plataforma.

Por eso, el jueves pasado **Instagram** anunció que **elimina Direct para siempre**. Lo hizo con un mensaje que apareció en la misma aplicación alertando a sus usuarios.

Lo que se sabe hasta el momento es que «en el próximo mes» no se seguirá «dando apoyo» a *Direct* y **las conversaciones que se tengan activas en ella se trasladarán automáticamente a *Instagram***, reseñó *EFE*.

La novedad de esa aplicación «hija» de la red social era que permitía enviar fotos y videos como mensajes directos y, para ello, ofrecía una gama de filtros como *Snapchat*.

En principio **se lanzó al mercado en Uruguay, Chile, Turquía, Italia, Portugal e Israel y paulatinamente se amplió a otros lugares** sin que la firma de Mark Zuckerberg haya precisado hasta la fecha el número de países en los que se encuentra activa.

Pero no todo es restar. La red social también **anunció** en el comunicado que difundió el jueves pasado **una serie de novedades, que entrarán en vigencia en las próximas semanas.**

«Para ayudar a las personas a experimentar toda la amplitud del contenido de interés en *Instagram*, **la rediseñada [pestaña] ‘Explorar’ ahora incluirá ‘Historias’**», informaron.

En ese espacio **también se harán recomendaciones como las que se hacen en las publicaciones.** Siempre tomando en cuenta los intereses de los usuarios.

Además, la nueva barra de navegación de la citada pestaña **tendrá acceso directo al servicio de videos verticales IGTV, así como a la «Tienda»**, en la cual los filtros de categoría «permitirán navegar por tipos específicos de productos en *Instagram*, como belleza, ropa o decoración del hogar», refirió el portal *Actualidad RT*.

A finales de abril, **la red social anunció los test y cuestionarios en sus *stories* como una nueva experiencia interactiva** para que los usuarios no se despegaran de la red social. Esa nueva herramienta se sumó a las ya disponibles en las historias: las preguntas, las encuestas que permitían elegir entre dos opciones y la barra de puntuación para valorar imágenes o videos.

Los «cuestionarios» en Instagram, una nueva experiencia interactiva

Windows Phone se queda sin Facebook, Instagram y Messenger

Fuente: El Ciudadano