

Facebook cancela planes para incluir publicidad en WhatsApp



La multinacional estadounidense Facebook **ha cancelado sus planes para incluir espacios publicitarios en la popular aplicación de mensajería de su propiedad, WhatsApp**, según publicó este jueves el diario *The Wall Street Journal* citando a fuentes conocedoras del asunto.

La empresa con sede en Menlo Park (California, EEUU) **no ha confirmado ni desmentido la información y no se espera que lo haga**, puesto que tampoco llegaron a confirmar nunca la existencia de planes para incluir anuncios en la plataforma.

Aun así, el rotativo neoyorquino aseguró que los avances de Facebook para vender espacios publicitarios fue uno de los motivos principales que llevaron a los creadores de la aplicación, Brian Acton y Jan Koum, **a abandonar la firma en 2017 y 2018 respectivamente**, apenas unos años después de ser adquiridos por la empresa de Mark Zuckerberg en 2014.

De acuerdo con la información publicada, WhatsApp habría llegado a tener un equipo dedicado en exclusiva a estudiar la mejor forma para integrar anuncios en el servicio, **pero supuestamente ese equipo habría sido suprimido en los últimos meses.**



Facebook se encuentra, junto a otras grandes empresas tecnológicas, en el punto de mira de los reguladores de Estados Unidos por presuntas prácticas monopolísticas y contrarias a la libre competencia (Foto: REUTERS/Dado Ruvic)

Facebook se encuentra, junto a otras grandes empresas tecnológicas, en el punto de mira de los reguladores de Estados Unidos **por presuntas prácticas monopolísticas y contrarias a la libre competencia**, y son varias las agencias y entes gubernamentales que han abierto investigaciones sobre esta cuestión.

Hasta ser adquiridas por la empresa que dirige Mark Zuckerberg, tanto Instagram como WhatsApp eran competidores de Facebook –en el campo de las redes sociales y en el de la mensajería con relación a Messenger de Facebook, respectivamente– por lo que **esas adquisiciones contribuyeron decisivamente a su actual posición de dominio en el mercado.**

Facebook es, por mucho, la red social más usada del mundo y sigue creciendo tanto en ingresos (en su inmensa mayoría por publicidad) como en internautas (especialmente en los países en desarrollo), situándose ya, según los últimos datos publicados, **en los 2.410 millones de usuarios mensuales activos** (alrededor de un tercio de la población mundial).

La única otra plataforma que se le acerca es, si se la considera una red social, YouTube (propiedad de Google), con 2.000 millones de usuarios, **aunque podría argumentarse que no se trata de negocios en competencia**, ya que esta se centra muy específicamente en los videos y es incluso complementaria a Facebook.