

Facebook e Instagram comienzan a ofrecer suscripción paga sin publicidad

31/10/2023



Las plataformas digitales Facebook e Instagram propondrán a partir de noviembre un sistema de suscripción paga y sin publicidad a sus usuarios en Europa, anunció este lunes la empresa Meta.

La oferta estará disponible para usuarios de la Unión Europea (UE), el Espacio Económico Europeo (EEE, que añade a Noruega, Islandia y Liechtenstein) y Suiza, aunque los servicios seguirán disponibles gratuitamente con publicidad.

En el comunicado, la empresa apuntó que el costo de la suscripción para usar Facebook o Instagram sin publicidad será de 9,99 euros mensuales (10,59 dólares) para uso en la web, y 12,99 euros (13,77 dólares) en teléfonos celulares.

Mientras los usuarios mantengan activa su suscripción, «su información no será utilizada para publicidad».

De acuerdo con Meta, el lanzamiento de la propuesta de una suscripción obedece a la necesidad «cumplir con una regulación europea en evolución».

El modelo de Meta de personalizar la publicidad visible a partir de información recogida entre los usuarios aún sin su consentimiento explícito es objeto de preocupaciones en la UE.

En ese escenario, el lanzamiento del modelo de suscripción de pago es una tentativa de Meta de atender a los reclamos en la UE en materia de privacidad y tratamiento de la información de los usuarios.

«La opción para que las personas compren una suscripción sin publicidad equilibra los requisitos de los reguladores europeos, al tiempo que ofrece a los usuarios opciones y permite a Meta continuar sirviendo a todas las personas en la UE, el EEE y Suiza», señaló la empresa.

Meta apuntó en su nota que los usuarios podrán «seguir usando los servicios personalizados gratuitamente mediante publicidad, o suscribir para no ver más los anuncios».

En tanto, si un usuario decide no pagar la suscripción y mantener el formato gratuito, la «experiencia seguirá siendo la misma».

«La suscripción sin anuncios estará disponible para personas mayores de 18 años, y continuamos explorando cómo brindarles a los adolescentes una experiencia publicitaria útil y responsable», señaló Meta.