

Facebook prueba compartir historias en Instagram

11/03/2020

Facebook se encuentra probando una función que permitirá compartir sus historias en sus respectivas cuentas de Instagram. Si bien la función todavía no se encuentra disponible, la red social creada la está probando en algunos usuarios.

El fundador de Facebook, Mark Zuckerberg, ya había hablado sobre su intención de unificar la red social con Instagram y WhatsApp porque busca que sean una plataforma uniformada para compartir mensajes.

De acuerdo con el medio especializado TechCrunch, el primer paso hacia dicha unificación de redes sociales es la que se está probando: publicar historias cruzadas entre plataformas de forma total.

Este lunes, la especialista en ingeniería inversa Jane Manchun Wong, quien se hizo conocida en las redes sociales por develar varias funciones ocultas en estas y otras aplicaciones, reveló cómo es la nueva función probada en usuarios selectos.

Sucede que Wong tuiteó una imagen en la que muestra que la función ya está en plena fase de prueba. Si bien ya estaba disponible la chance de compartir las historias de Instagram a Facebook, esta flamante herramienta posibilitará hacer lo mismo en dirección opuesta. Es decir, habrá un cruce pleno de historias.

Lo que se propone esta función, además de fusionar las redes sociales entre sí, es llevar tráfico de usuarios de una a la otra.

Se trata de una herramienta que se propone «simplificar y mejorar» la manera en que las historias funcionan en sus distintas aplicaciones. Puntualmente, una historia que se haya publicado en Facebook podrá verse durante 24 horas también en Instagram y Messenger.

Mientras tanto, un vocero de Facebook confirmó que la compañía se encuentra testeando la función de historias cruzadas y que «continuará explorando opciones para simplificar y mejorar el funcionamiento de las Stories en sus aplicaciones».

Facebook lanzó el formato de historias durante 2017, un año más tarde las ofrecidas por Instagram.

Este formato de publicaciones cortas y efímeras -de 15 segundos de duración- y que permanecen disponibles durante 24 horas, fue originalmente creado por otra red social: Snapchat.

Actualmente las aplicaciones como LinkedIn o Twitter planean integrarlo en sus servicios.