

Meta creó un solo lugar para configurar Instagram, Facebook y Messenger

23/01/2023



Pensando en la comodidad de las personas, Meta anunció 'Centro de Cuentas', un panel en el que unifica los ajustes de sus tres redes sociales: Instagram, Facebook y Messenger, para que las configuraciones sean mucho más sencillas de realizar.

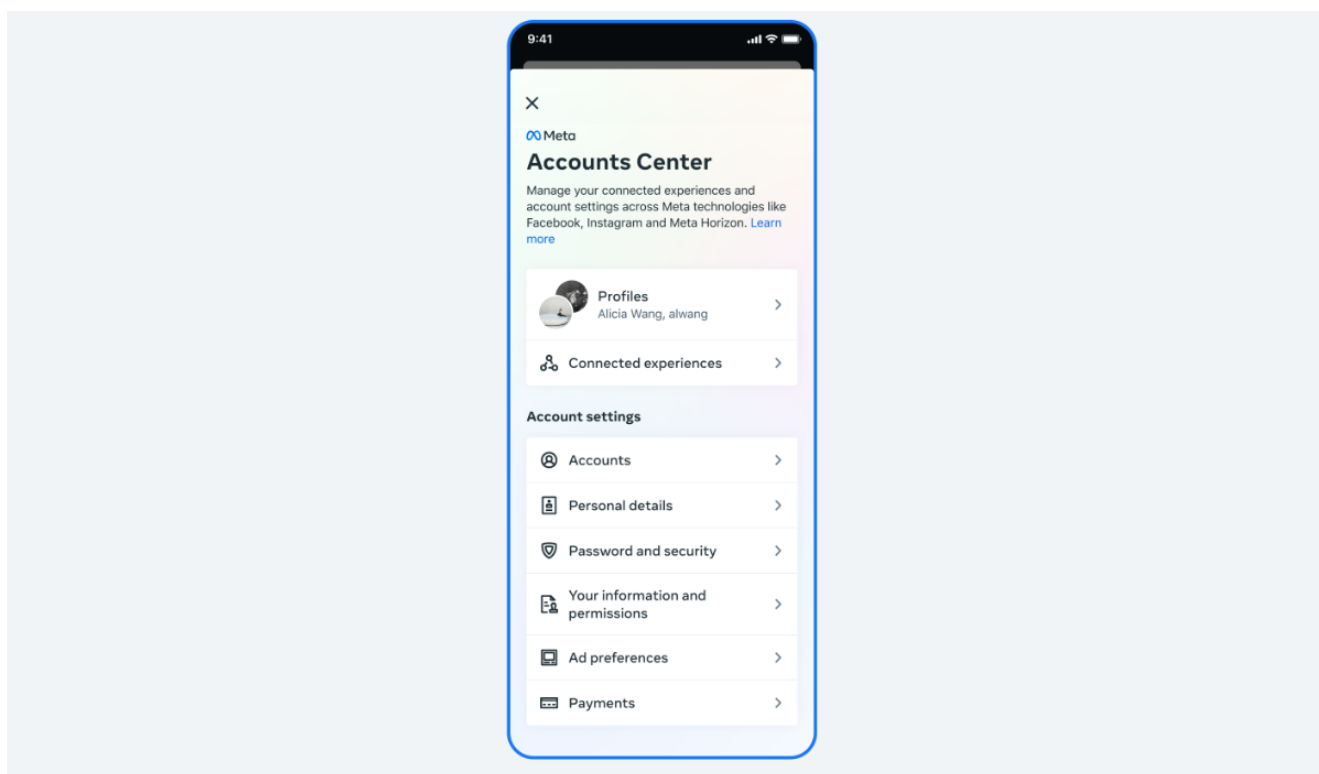
Este apartado estará disponible en cada una de las aplicaciones, dando acceso a un panel de ajustes para las tres plataformas por igual, sin tener que ir una por una a cambiar las preferencias en apartados generales.

Estos cambios ya entraron en vigencia, según el blog de la empresa, aunque irán llegando gradualmente a todas las apps. Su idea es ampliar las opciones para "centralizar configuraciones adicionales en el Centro de cuentas en el futuro" y que los usuarios "puedan administrar más fácilmente sus preferencias en todos nuestros productos".

Cómo es el Centro de cuentas de Meta

La compañía destaca que cada persona será quien tenga la potestad de añadir el perfil que prefiera al panel de configuración o si decide mantener todo por aparte, cómo está actualmente.

“Agregar más de una cuenta al mismo Centro de cuentas es opcional; si desea mantener sus cuentas en Centros de cuentas separados, puede hacerlo. Para las personas que elijan hacerlo, seguirán teniendo acceso a la misma configuración y podrán aplicarla a cuentas individuales”, informaron.



Centro de Cuentas es un espacio en el que los usuarios pueden gestionar sus perfiles de las tres redes de la empresa.

En esta opción estarán habilitadas funciones como los detalles personales, las contraseñas, la seguridad, pagos y las preferencias en anuncios, haciendo más fácil la administración del perfil general del usuario.

Por ejemplo, aseguran que al elegir las preferencias de

publicidad de Instagram se apliquen las mismas para **Facebook**. Estas serán todas las funciones que se encontrarán en este Centro de cuentas:

– **Datos personales:** actualizar la información de contacto, gestionar la confirmación de identidad y elimine o desactive su cuenta.

– **Contraseña y seguridad:** gestionar la contraseña, la autenticación de dos factores, las alertas de inicio de sesión, la actividad de inicio de sesión y dónde se ha iniciado sesión.

– **Información y permisos:** ajustar cómo se enlazan los contactos, gestionar el historial de búsqueda y las preferencias de navegador o cookies.

– **Preferencias de anuncios:** ajustar las preferencias de la publicidad que aparece en la aplicación. También se puede ver la actividad reciente con los anuncios.

– **Pagos:** gestionar la configuración de los pagos de anuncios y/o Meta Pay.



Centro de Cuentas es un espacio en el que los usuarios pueden gestionar sus perfiles de las tres redes de la empresa.

Advierten que por ahora la combinación de configuraciones no se hará para funciones como el modo oscuro, notificaciones, videos, fotos, bloqueos de perfil, etiquetados, actividades fuera de Facebook, entre otras.

Las configuraciones se enlazarán una vez se agregue una cuenta de otra red social, aunque en cualquier momento el usuario puede eliminarla si prefiere mantener los ajustes por separado.

Publicidad en Meta

Aprovechando la revelación de esta novedad, la empresa aseguró que está trabajando en agregar nuevas formas de control para que las personas vean el contenido publicitario que realmente les interesa y menos del que no.

Además, están haciendo mejoras para que los usuarios comprendan más fácil “cómo se utiliza su actividad enviada desde otros sitios web y aplicaciones para impulsar los anuncios que ven” y acercado la información sobre las opciones que tienen para ver los anuncios mostrados por Meta en otras aplicaciones y sitios web.

Fuente. Infobae