Facebook apuesta cada vez más por ofrecer un servicio que, además de conectar a personas de todo el mundo, también sea ético y se lleve a cabo de manera correcta. De ese modo, prohibirá los concursos que muchas empresas organizan para sus usuarios, y que tienen como único objetivo el incrementar el número de **“me gusta” en Facebook.**

La **nueva política que está siguiendo Facebook** llega en un momento en que parece que todo está permitido en el mundo online, incluidos los engaños y abuso de sus usuarios. Entre los ejemplos más comunes, la presencia constante de publicidad. Algo que ha existido desde siempre, pero que cada vez acaba más la paciencia de los usuarios.

Además de evitar la presencia abusiva de la publicidad, otra de las líneas que está estudiando Facebook para ofrecer un servicio más correcto a sus clientes, es el de evitar que las empresas incentiven sorteos para aumentar los “me gusta” en **Facebook**. Del mismo modo, tampoco se podrá hacer uso de “plugins sociales”, ofreciendo un contenido exclusivo sólo si el usuario marca antes el tan deseado “me gustas”.

“Me gusta” sólo si realmente te gusta

Todo eso desaparecerá el próximo 5 de noviembre. A partir de esa fecha, la única manera que existirá para que el usuario califique de “me gusta” a una página en concreto, será exclusivamente por el contenido que esta ofrece.

Puede que al principio la cosa funcionara así, en base a los propios intereses de los usuarios. Pero esta práctica cada vez ha sido más pervertida por la constante presencia de la publicidad y de empresas que buscan posicionarse mejor entre el resto de páginas. Algo que, en palabras de **Mark Zuckerberg**, sólo consigue ganar usuarios de forma irreal, ya que dicho aumento es artificial.

Facebook no se olvida de la publicidad

Pero no todo va a ser malo para los anunciantes. Una cosa es que Facebook quiera poner límites a las prácticas de las empresas para ganar usuarios, y otra muy distinta no ser conciente de lo importante que es la publicidad para esta red social, e Internet en general. Por ello, Facebook ha lanzado una nueva herramienta, llamada **“cross-device reporting”**, que permitirá que las empresas puedan seguir el comportamiento de sus usuarios, así como saber cuáles son los diferentes dispositivos que estos usan a raíz de haber adquirido sus productos.

Fuente: bitoca