

Tirada: 49.455	Expansión	Superficie: 20 cm²
Difusión: 32.013		Ocupación: 18,04%
(O.J.D)	Nacional	Valor: 2.009,06 €
Audiencia: 112.045	Economía	Página: 14
(E.G.M)	2 ª Edición	1 / 1
Ref: 5731987	14/11/2014	



OPINIÓN

Enrique
Dans

WhatsApp y el respeto

Esta semana se ha hablado mucho de la nueva prestación de WhatsApp, la aplicación de mensajería más implantada en nuestro país: una doble marca azul que avisa cuando un mensaje ha sido leído por su destinatario.

En una aplicación de mensajería, cambiar las reglas del juego puede ser problemático: para quienes están acostumbrados a utilizar una herramienta de una manera determinada, que ésta cambie la forma de presentar ciertos parámetros de una conversación puede generar malos entendidos o susceptibilidades. Si esa función facilita más datos sobre la comunicación y se introduce obligatoriamente sin dar opción a su desconexión, pasa a ser, en realidad, una falta de respeto al usuario. Aunque parezcan detalles de poca importancia. Lo importante está en la actitud.

La escasa sensibilidad hacia el usuario ha sido una constante en WhatsApp. Una empresa pequeña, centrada en la eficiencia de sus sistemas a costa de las prestaciones. No cifrar las comunicaciones o hacerlo de manera poco segura con la débil excusa de que "los SMS tampoco se cifraban" supone poner en peligro a unos usuarios que han confiado sus comunicaciones a la compañía.

Ahora, se dispone a ofrecer una opción para desactivar la doble marca azul, tras su mala acogida. En realidad, la funcionalidad no está mal diseñada ni resulta especialmente intrusiva: si hubiese estado ahí desde el principio, nadie habría protestado. El problema no está en la función, sino en la forma en que ha sido introducida.

El respeto al usuario es una norma fundamental de los negocios. Pero cuando el usuario tiene voz y canales de comunicación sociales a su disposición... más aún.

Profesor IE Business School