

# Algoritmos de Redes Sociales V. 2025

## Instagram (Algoritmo)

Instagram reveló el año pasado que cada parte de la plataforma funciona con un algoritmo diferente. Estos son los criterios de clasificación conocidos para cada una.

Recuerda, el feed de IG en 2025 cambió, y ahora, en lugar de proporción 1:1 (1080x1080 px), ahora se maneja proporción 4:5 (1080x1350 px).



### Algoritmo del feed de Instagram

La mejor manera de maximizar el alcance es que el contenido se muestre a las personas que aún no te siguen en recomendaciones, que son una parte cada vez más importante de la aplicación.

#### Cinco cosas en mente para que el contenido sea elegible para recibir recomendaciones:

- Sin marcas de agua
- Agrega audio, especialmente si estás publicando fotos o carruseles
- Asegúrate de que los videos sean de 3 minutos o menos
- Publicar contenido original
- Compruebe el estado de la cuenta en la configuración de su perfil para confirmar que su cuenta está en buen estado

#### Tu actividad:

Es el contenido que te gusta, compartes, guardas o comentas.



#### Información de quien publica:

Este criterio tiene como objetivo determinar el interés que podrías tener en la cuenta que publicó un contenido concreto, utilizando criterios como la frecuencia con la que la gente ha interactuado recientemente con su cuenta.



#### Información de la publicación:

La popularidad de la publicación es lo primero aquí, incluyendo no sólo cuántas personas interactúan con el contenido, sino con qué rapidez lo hacen. Aquí también entran en juego otros factores como la fecha, la hora y la ubicación.



#### Tu historial con el anunciante:

Es más probable que veas contenido de personas a las que sigues, con las que te mensajeas o con las que interactúas de alguna otra forma. Para las marcas, esto significa que es fundamental fomentar y responder a la interacción de los seguidores.



## Algoritmo de Instagram Stories

Ten en cuenta que las Historias no incluyen publicaciones de cuentas que no sigues, excepto los anuncios. Por tanto, para las Historias de Instagram, el algoritmo del contexto de las redes sociales consiste en ordenar la prioridad del contenido publicado por las cuentas que sigues.

### Histórico de visionado:

Si siempre ves las Historias de una cuenta, ésta pasará al principio de tu lista de Historias. Si sueles saltarte las Historias de esa cuenta, ésta pasará al final de la lista.



### Cercanía:

Esto es similar a tu historia con el algoritmo del Feed, excepto que en este caso el algoritmo está evaluando específicamente la probabilidad de que sean tus amigos o familiares. Este es un punto complicado para las marcas, así que cántate en las dos primeras.



### Historia de la interacción:

Ver está bien, pero interactuar está mejor.



## Algoritmo de Instagram para Explorar

Instagram dice que el algoritmo Explorar está diseñado específicamente para mostrarte los tipos de contenido con los que es probable que «hagas algo». Las acciones más importantes aquí son dar “me gusta”, guardar y compartir.

Tu Página Explorar personal es prácticamente una declaración de personalidad en una sola pantalla.

## Página de exploración de Instagram

### Información de la publicación:

El nivel y la velocidad de interacción con una publicación. Esto es más importante para Explorar que para cualquier otra área de Instagram.



### Tu historia con el post:

Esto no es tan relevante para Explorar, pero si una publicación está bien clasificada en los otros factores, esto puede darle un impulso añadido.



**Tu actividad en Explorar:** Similar al criterio de clasificación equivalente para Feed, salvo que ésta pondera más el tipo de contenido.



### Información de quien publica:

Igual que para el algoritmo Feed, aquí se busca específicamente contenido de una amplia gama de cuentas.



## Algoritmo de Instagram Reels

Instagram dice que los Reels tienen «un énfasis en el entretenimiento». En este caso, quieren mostrar contenido que los usuarios tengan más probabilidades de volver a compartir, ver hasta el final y que les guste.

### Estas son los criterios de clasificación:

**Tu actividad:**  
Explicado arriba.



**Tu historia con quien publica:**

De nuevo, esto es menos relevante aquí que en Feed, pero puede ser una ventaja añadida.



#### Información del Reel:

Detalles básicos como pista de audio y visual, así como el siempre importante nivel y velocidad de interacción.



#### Información de quien publica:

Aquí se incluye el número de seguidores y el nivel de interacción.

