

Así funcionan los algoritmos de Instagram, TikTok o Facebook

Los algoritmos en las redes sociales quedan claro que son una herramienta clave para las empresas y aquellas personas que se dedican íntegramente a ellas. Estos algoritmos al final determinan qué contenido se muestra a los usuarios, lo que puede tener un enorme impacto en el alcance y la visibilidad de las marcas.

Sin embargo, los algoritmos también son un auténtico quebradero de cabeza, ya que están constantemente cambiando, lo que puede ser difícil mantenerse al día. Además, pueden ser opacos, lo que dificulta que realmente puedas entender cómo funcionan y cómo puedes aprovecharlos al máximo.

En pocas palabras, un algoritmo de redes sociales es un conjunto de reglas, señales y datos que rigen cómo se filtra, clasifica y recomienda el contenido a los usuarios de la plataforma.

Las señales más comunes son las métricas de participación del usuario, la frecuencia y el momento de las publicaciones, la calidad del contenido, la relevancia del contenido y otros criterios específicos de la plataforma.

Por ejemplo, Facebook realiza un análisis profundo del círculo de amigos, las interacciones más frecuentes y el tiempo que pasas dentro de la plataforma. Por otro lado, X, antes conocido como Twitter, prioriza el estilo de tuits que miras, las interacciones con perfiles y ajusta sus sugerencias de noticias según tus intereses.

A diferencia de otras redes, TikTok, finalmente, prioriza la novedad del contenido sobre la lista de seguidores. Tres elementos principales guían su algoritmo:

1. Información del vídeo: hashtags, subtítulos, sonidos y efectos son cruciales para que el algoritmo comprenda y clasifique el contenido en la página «Para ti».
2. Interacciones pasadas: el comportamiento del usuario, desde likes hasta cuentas seguidas, forma la base para entender las preferencias individuales.
3. Indicadores de cuenta y dispositivo: detalles como tipo de dispositivo, preferencias de idioma y ubicación son analizados para adaptar la experiencia.

Mucho se habla de algoritmos, especialmente en redes sociales. Pero ¿qué es exactamente un algoritmo? En esta infografía puedes ver una explicación concisa pero clara. pic.twitter.com/MpRQmYxPGQ

– OpenlabEC (@OpenlabEc) [September 2, 2020](#)

/li>

La ciencia detrás del algoritmo de redes sociales

Ningún usuario en redes sociales ve el mismo contenido diariamente. Pero ¿cómo garantizan las plataformas que los usuarios vean contenido especialmente diseñado para ellos?

1. Relevancia

La relevancia es el factor clave que afecta el algoritmo. Cuanto más interactúes con un tipo particular de contenido en las redes sociales, más probable será que el algoritmo te muestre contenido similar en tus *feeds*. Según la relevancia, las plataformas de redes sociales deciden cómo clasificar el contenido en los *feeds* de los usuarios.

«El nivel y la velocidad de interacción con una publicación, y el nivel de compromiso con una cuenta en general, indican popularidad, lo que puede ayudar a que el contenido llegue a la página Explorar», explican desde Cepymenews.

2. Filtros de ruido

Además de la relevancia, las plataformas sociales ponen un fuerte énfasis en el contenido de tus amigos, seguidores y conexiones. Sin embargo, los algoritmos también funcionan al revés y filtran el ruido. Por ejemplo, si tienes una conexión o un amigo que publica contenido con el que no interactúas, un algoritmo de redes sociales filtrará todo ese contenido por ti.

3. Contenido patrocinado según el interés

El contenido patrocinado, son anuncios pagados que se dirigen a un conjunto específico de audiencias. Facebook, YouTube, X y todas las demás plataformas de redes sociales muestran contenido patrocinado que refleja tus gustos e intereses.

Puedes ampliar esta información en ComputerHoy