Instagram esconderá publicaciones duplicadas y el contenido no original

Un cambio en el algoritmo que recomienda contenido en Instagram amenaza con desestabilizar el enorme ecosistema de cuentas virales que ha crecido en la plataforma a lo largo de los últimos años. A partir de ahora, Instagram dejará de premiar con visibilidad a cuentas que reutilicen fotos o vídeos de otros usuarios del servicio.

La medida afecta a lo que Meta, dueña de Instagram, denomina «agregadores»; cuentas que simplemente publican lo que otros usuarios suben a la plataforma a modo de «selección». Este tipo de cuentas consiguen a menudo millones de seguidores usando estas tácticas, y pocas ni siquiera atribuyen el contenido al autor original. La popularización del nuevo formato de vídeos cortos, que Instagram denomina «reels», ha disparado el número de este tipo de agregadores.

A partir de ahora lo tendrán más difícil. Instagram asegura sólo dará visibilidad dentro de su algoritmo al contenido original. Aunque permitirá que este tipo de cuentas siga existiendo, si detecta el uso de más de 10 publicaciones de otros usuarios a lo largo de un mes, perderán prioridad en el algoritmo.

Ese cambio afecta a la función de Discover, que propone fotos y vídeos de nuevos usuarios. Figurar en esa página puede disparar el número de seguidores de una cuenta y convertirla en un negocio. También afecta a los vídeos sugeridos tras ver uno de los «reels» o a las publicaciones en la página principal de la aplicación.

Si el algoritmo detecta que un vídeo que podría gustarle a un usuario es un duplicado, mostrará en su lugar el del autor original. La aplicación también etiquetará de forma automática los vídeos que se suban si detecta que pertenece a otros usuarios, aunque el agregador, si lo desea, podrá quitar esta etiqueta.

«Se necesita mucho tiempo y esfuerzo para crear contenido original, y aquellos que lo crean deben obtener crédito y distribución incluso cuando es republicado por otras cuentas», aseguran desde Meta que habrá excepciones con medios de comunicación y otras empresas que tengan derechos para duplicar

el contenido de un usuario, como por ejemplo una agencia de fotografía que publique las fotos de un fotógrafo que también comparta su trabajo en Instagram.

Otro de los parámetros que Meta ha decidido cambiar en su algoritmo es el de la popularidad de las cuentas sugeridas. Hasta ahora, las cuentas con más seguidores e interacción tenían más posibilidades de ser destacadas como contenido sugerido.

Esto creaba un círculo vicioso en el que las cuentas más populares tendían a crecer más rápido a expensas de los creadores más pequeños o desconocidos. Con el nuevo algoritmo, Instagram asegura que la cantidad de seguidores dejará de tener peso a la hora de recomendar cuentas.

Los cambios en el algoritmo empezarán a aplicarse ya, pero tardarán unos meses en desplegarse por las diferentes regiones.

Por El Mundo.es