

# Instagram reduce calidad de videos poco populares

En caso de que algún usuario de Instagram se haya preguntado por qué algunos videos en la plataforma se ven con mejor calidad que otros, hay una respuesta en concreto. El 26 de octubre, Adam Mosseri, ejecutivo de Meta que lidera Instagram y Threads, aseguró a través de su perfil en Instagram que los videos populares se muestran con la mayor calidad posible, mientras que los que tienen pocas visualizaciones se muestran con menos.

“En general, queremos mostrar el video de la más alta calidad que podamos. Pero si algo no se ve durante mucho tiempo, porque la gran mayoría de las vistas se dan al principio, pasaremos a un video de menor calidad. Y luego, si se vuelve a ver muchas veces, volveremos a reproducir el video de mayor calidad”, indicó Mosseri.

Asimismo, agregó que es una práctica que tiene como intención “mostrar a las personas la mayor cantidad de contenido de alta calidad que podamos”.

Esta estrategia no es nueva. El año pasado Meta anunció que usaban configuraciones de codificación distintas para videos, dependiendo de cuán populares fueran. Sin embargo, esta información cobró relevancia nuevamente cuando un usuario compartió en Threads el clip de Mosseri en el que discutía este tema. Esto generó una ola de preguntas y críticas entre los usuarios, quienes están preocupados por la experiencia de sus videos y por cómo esto podría afectar su visibilidad y la percepción de su contenido.

Tras la oleada de comentarios y críticas, Mosseri ofreció más detalles en las respuestas de la publicación del usuario con su clip. Explicó que estas decisiones se aplican a nivel global, no de manera individual. Es decir, la calidad del video no depende de la participación de cada espectador de forma aislada, sino de criterios generales.

Mosseri también comentó que Instagram opta por una mayor calidad en la codificación, la cual requiere un mayor uso de CPU y almacenamiento más caro para archivos de mayor tamaño, pero solo para los creadores cuyos videos generan más vistas. Esta política no se aplica como un “umbral binario”, donde un contenido alcanza o no una calidad específica, sino que funciona como una “escala móvil”: a medida que crece la popularidad del

contenido, aumenta la calidad de codificación, ajustando así los recursos destinados a cada vídeo según su nivel de impacto.

Además, varios usuarios señalaron que este enfoque podría favorecer a los creadores populares, permitiéndoles publicar con la más alta calidad, y reforzar aún más su popularidad. Mientras tanto, los creadores más pequeños tendrían dificultades para avanzar en la plataforma si sus videos se muestran en una calidad inferior.

Mosseri reconoció que esta es una “preocupación válida”, pero afirmó que, en la práctica, el impacto de la calidad en la popularidad no es tan significativo. Explicó que la diferencia en calidad de codificación no es enorme y que la interacción de los usuarios depende mucho más del contenido del video que de su calidad técnica. En su opinión, la calidad del video es mucho más relevante para el creador original, mientras que la audiencia tiende a valorar el contenido en sí por encima de su resolución o nitidez.

Este enfoque de Instagram encaja con la estrategia que Meta describió en el pasado para gestionar la creciente demanda de contenido de video. En 2021, Meta estimó que, debido a la cantidad masiva de videos subidos a sus plataformas, resultaba imposible mantener el mismo nivel de procesamiento para cada video. Para dar una idea de la magnitud de este reto, calculó que Facebook ofrecía aproximadamente 4 mil millones de transmisiones de video diarias.

Para manejar estos volúmenes, implementó un sistema de codificación escalonada. Según lo explicado en un blog de la empresa, los videos nuevos comienzan con una codificación más rápida y básica, lo que permite ahorrar recursos. Sin embargo, una vez que un vídeo acumula un tiempo de visualización alto, pasa a una codificación más robusta, y si continúa ganando popularidad, Meta aplica su procesamiento más avanzado, que es más lento y costoso en términos de recursos informáticos. Este sistema permite que los videos de los creadores más populares lleguen al público en una calidad visual más alta, mientras que el contenido menos popular permanece con codificación básica.

Con información de [El Espectador](#)