



La columna de...

ARIEL JERIA,
GERENTE GENERAL DE ROMPECABEZA DIGITAL

Instagram a los 14 años: evolución y la Influencia de TikTok

Desde su lanzamiento en 2010, Instagram ha sido una de las plataformas más influyentes en el panorama digital. Inicialmente centrada en la fotografía estática, ha sabido adaptarse a los cambios tecnológicos y culturales para seguir siendo relevante. En su aniversario número 14, resulta innegable que uno de los principales catalizadores de su evolución reciente ha sido TikTok. La forma en que TikTok muestra el contenido, así como su enfoque en los generadores de contenido, ha obligado a Instagram a repensar sus estrategias y adoptar características que lo han transformado profundamente.

Una de las mejoras más notables ha sido la incorporación de Instagram Reels (2020), claramente inspirado en el formato de videos cortos y verticales de TikTok. Este cambio no sólo respondió a la creciente popularidad del contenido rápido y dinámico, sino que también permitió a Instagram mantener a su audiencia joven, que se estaba desplazando hacia TikTok. Reels le dio a los usuarios de Instagram una nueva forma de crear, descubrir y consumir contenido, donde la música, los efectos visuales y las tendencias juegan un papel crucial, igual que en TikTok.

A nivel de visibilidad del contenido, Instagram ha adoptado un algoritmo más orientado al entretenimiento, similar al de TikTok. En lugar de centrarse únicamente en el contenido de los usuarios que seguimos, el feed de Instagram ahora prioriza el contenido sugerido basado en los intereses y hábitos de consumo del usuario, con una clara orientación hacia los videos. Este cambio ha incentivado a los creadores a generar contenido más atractivo y relevante para llegar a nuevas audiencias, en lugar de depender solo de su base de seguidores.

Instagram sigue siendo la plataforma preferida por las marcas cuando se trata de patrocinar o buscar influencers. A pesar del crecimiento de otras redes sociales, como TikTok, Instagram ha mantenido una sólida base de creadores de contenido e influencers que colaboran con marcas de todos los tamaños. Esto se debe en gran parte a su interfaz visualmente atractiva y a sus herramientas de monetización y colaboración, que permiten a las marcas lanzar campañas personalizadas y dirigirse a audiencias específicas. Esta preferencia por parte de las marcas ha permitido que muchos influencers sigan eligiendo Instagram como su plataforma principal para desarrollar su carrera, garantizando así un flujo constante de oportunidades comerciales y también de contenido atractivo.

Sin embargo, Instagram sigue enfrentando desafíos. La constante comparación con TikTok ha generado críticas sobre la originalidad de la plataforma, ya que muchos usuarios perciben a Instagram como un seguidor, en lugar de un innovador en el espacio de las redes sociales. A pesar de esto, no se puede negar que las mejoras implementadas han permitido a Instagram mantenerse competitivo y seguir siendo una plataforma de referencia para creadores y marcas en un entorno digital que evoluciona rápidamente.

Instagram, en su aniversario 14, sigue demostrando su capacidad de adaptación, pero su futuro dependerá de cómo continúe diferenciándose y encontrando nuevas formas de atraer y retener tanto a creadores como a consumidores de contenido.