

# Cambios en Instagram y Facebook: cómo será el feed cronológico para Reels y Stories

18/09/2023



Según informó Nick Clegg, el presidente de asuntos globales de **Meta**, los usuarios de Instagram y Facebook en Europa podrán acceder a funciones como Reels, Stories y Search en dichas redes **sin ver contenido clasificado según los algoritmos de recomendación de la compañía.**

«Por ejemplo, en Facebook e Instagram, los usuarios tendrán la opción de ver Historias y Reels **sólo de las personas que siguen, clasificados en orden cronológico**, del más nuevo al más antiguo», explicó Clegg, y agregó: «También **podrán ver los resultados de la Búsqueda basándose únicamente en las palabras que ingresen**, en lugar de personalizarlos específicamente según su actividad anterior e intereses personales».

Estos cambios en Meta llegan debido a que la compañía

está realizando cambios para cumplir con la Ley de Servicios Digitales (DSA) de la Unión Europea (UE), nueva regulación que afectará la forma en que las empresas de tecnología moderan el contenido en sus plataformas.

✖ *Meta. Foto: Reuters.*

La DSA requiere plataformas en línea muy grandes que permitan a los usuarios optar por **no recibir recomendaciones personalizadas**. A principios de este mes, TikTok anunció un cambio similar en su servicio en Europa, mientras que desde Meta explicaron que deberá cumplir esta ley a finales de este mes.

## Cambios en Instagram y Facebook

Los usuarios de Instagram y Facebook ya pueden ver partes seleccionadas de los servicios utilizando **contenidos cronológicos sin publicaciones recomendadas algorítmicamente**. La app de las fotos introdujo un feed puramente cronológico en marzo de 2022, mientras que la otra red social de meta anunció una pestaña «Feeds» en julio de ese año. En ambos casos, **los anuncios se referían a los principales feeds que ofrecen ambos servicios**, sin mencionar la eventualidad de acceder cronológicamente al contenido de Reels o Stories.

✖ *Aplicaciones de Meta. Foto Reuters.*

Clegg explicó que los cambios realizados en las secciones Stories, Reels y Search **son solo parte de una serie de trabajos** que Meta está realizando para cumplir con la DSA este mes. Actualmente, la compañía posee más de 1.000 empleados trabajando para cumplir con las nuevas reglas.

En tanto, el presidente de asuntos globales agregó que la empresa lanzó **una biblioteca de anuncios ampliada** para ofrecer más transparencia en los anuncios que se publican en sus

plataformas, ofreció más detalles sobre sus algoritmos de recomendación e introdujo nuevos límites sobre cómo los anunciantes pueden dirigirse a los adolescentes. Además, está intentando facilitar la denuncia de contenido ilegal en sus plataformas y brindará a los usuarios de la UE más información sobre las decisiones de moderación.

Fuente: Canal 26