

Meta rediseña Facebook con influencia de Instagram

Meta ha anunciado una renovación integral de **Facebook** que marca un cambio estratégico significativo: la adopción de elementos visuales y funcionales que caracterizan a Instagram, incluyendo grillas estandarizadas de fotos, capacidad de dar “me gusta” mediante doble toque, y un sistema de búsqueda completamente rediseñado.

La actualización, disponible a partir de esta semana, representa un reconocimiento explícito de que la interfaz histórica de Facebook ya no responde a las expectativas de usuarios contemporáneos y que Instagram, adquirida por Meta en 2012, ha establecido estándares de usabilidad que son superiores a los del producto original.□



El cambio más visible es la transformación del feed de Facebook. Donde antes el flujo de contenido era una mezcla desordenada de diferentes tamaños de imagen, video, texto y anuncios, ahora adopta un enfoque de grilla estandarizada

similar a la de Instagram. Cuando un usuario carga múltiples fotos en una actualización, estas se organizan automáticamente en una grilla donde todas tienen el mismo tamaño visual, creando un feed que Meta describe como “más simple y más inmersivo”. El usuario puede tocar una foto para ampliarla a pantalla completa o simplemente recorrer la grilla, permitiendo un consumo de contenido visual más eficiente.

Una de las implementaciones más significativas es la capacidad de dar “me gusta” mediante doble toque, una característica que ha sido central en la experiencia de Instagram durante años. Sin embargo, Meta aparentemente ha decidido mantener las reacciones emoji más complejas (Corazón, Risa, Asombro, Triste, Enojado, Cuidado) disponibles mediante presión prolongada y deslizamiento, sugiriendo que no todos los usuarios desearán simplificar su interacción emocional con contenido. Esta es una decisión equilibrada que mantiene la sofisticación de las reacciones de Facebook mientras simplifica la interacción cotidiana.

El sistema de búsqueda ha sido completamente rediseñado para mostrar un layout de grilla inmersivo que integra fotos, videos y posts de texto en un formato único. Esta es una desviación significativa de cómo Facebook históricamente mostraba resultados de búsqueda, que tendían a ser listados textuales con thumbnails pequeños. La nueva presentación crea una experiencia visual más satisfactoria y probablemente aumentará la tasa de clics en resultados, un diferenciador potencial en términos de tiempo de sesión y engagement.

La barra de pestañas ha sido rediseñada para mostrar “todas las funciones principales” directamente accesibles. Estos incluyen Reels, Amigos, Marketplace, Perfil y el botón de inicio, posicionados en la barra inferior para acceso constante. Para los usuarios que desean acceso adicional a features específicas, hay un menú hamburguesa renovado en la esquina superior izquierda que contiene accesos directos personalizables a amigos, páginas y grupos.

En términos de creación de contenido, Meta ha implementado un nuevo flujo de carga que consolida herramientas de edición previas al publicación en un único lugar. Los usuarios ahora pueden agregar música, ajustar crop, aplicar filtros, etiquetado y otras opciones dentro de una interfaz unificada antes de publicar, reduciendo significativamente el número de pasos requeridos para crear contenido pulido. Para creadores de historias o reels, esto representa una mejora cualitativa importante en la experiencia de usuario.□



Posiblemente la característica más sofisticada del rediseño es la mejora del algoritmo de recomendaciones. Meta afirma que el nuevo motor “aprende intereses más rápido y muestra reels más actuales y relevantes”. Específicamente, el algoritmo ahora prioriza mostrar hasta un 50% más de reels publicados el mismo día que está siendo visto, teoréticamente aumentando la sensación de contenido fresco y actual. Para usuarios acostumbrados al feed estancado de Facebook, donde a veces ven contenido de días u horas atrás, esto podría representar una mejora significativa en relevancia percibida.

Meta también ha introducido sugerencias de amistad basadas en

intereses. Si un usuario indica públicamente que es aficionado del Real Madrid, disfruta de juegos retro, y está aprendiendo programación, Facebook ahora sugerirá amigos potenciales con perfiles de interés similares. Esta característica potencialmente podría revitalizar el aspecto social de Facebook, que ha sido progresivamente vaciado de contenido social real en favor de content descubierto algorítmicamente de extraños.□

La adición de la función “No me interesa” permite a usuarios refinar sus recomendaciones rechazando tipos específicos de contenido, proporcionando feedback directo al algoritmo sobre preferencias negativas. Esta es una mejora de calidad de vida significativa para usuarios exhaustos por el sistema actual de recomendaciones.□

Fuente: digitaltrends.