



SHIFT  
LATAM PN<sup>2</sup> PORTER  
NOVELLI





# ¡TENEMOS *MUCHO* QUE CONTAR!



## **Tendencias, actualizaciones, noticias...**

Acá te contamos todo lo que está pasando en el mundo de la comunicación.

Pero hay **tanto** que contar que primero vamos a empezar con Instagram.

# ¿QUÉ HAY DE NUEVO EN LAS REDES?



## Nuevas medidas de posts.

Unas con más espacio para atención.

Otras con un formato horizontal 5120 X 1080 (estilo cine), que se encuentra en tendencia.

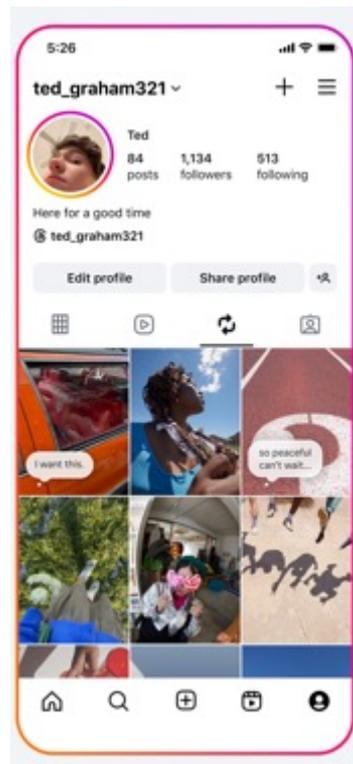


# ¿QUÉ HAY DE NUEVO EN LAS REDES?



## Reposts visibles en el perfil.

Repostear contenido para que los seguidores lo vean en inicio y se añada al perfil también.



# ¿QUÉ HAY DE NUEVO EN LAS REDES?



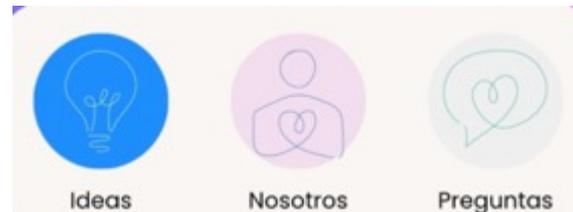
## Cambio de historias destacadas.

Repostear contenido para que los seguidores lo vean en inicio y se añada al perfil también.

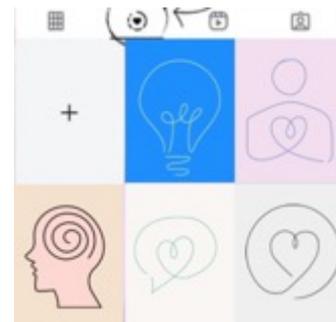
### Recomendación:

Cambiar las fotos de las historias destacadas

ANTES



DESPUÉS

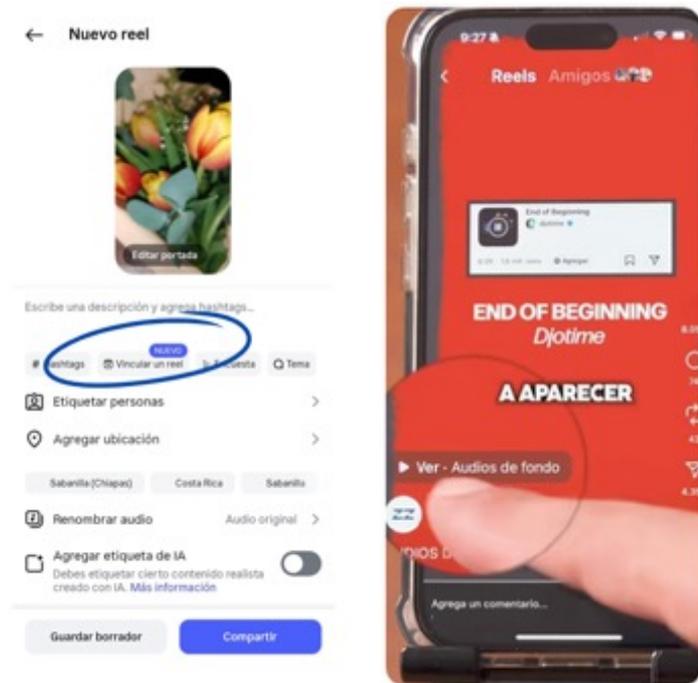


# ¿QUÉ HAY DE NUEVO EN LAS REDES?



## Vincular un Reel

Sirve para cuando hacemos **parte 1** y **parte 2** de un reel. Nos va aparecer la opción **“ver audios de fondo”** y esto nos va a dirigir a la parte 2 o viceversa. Perfecto para generar tráfico.

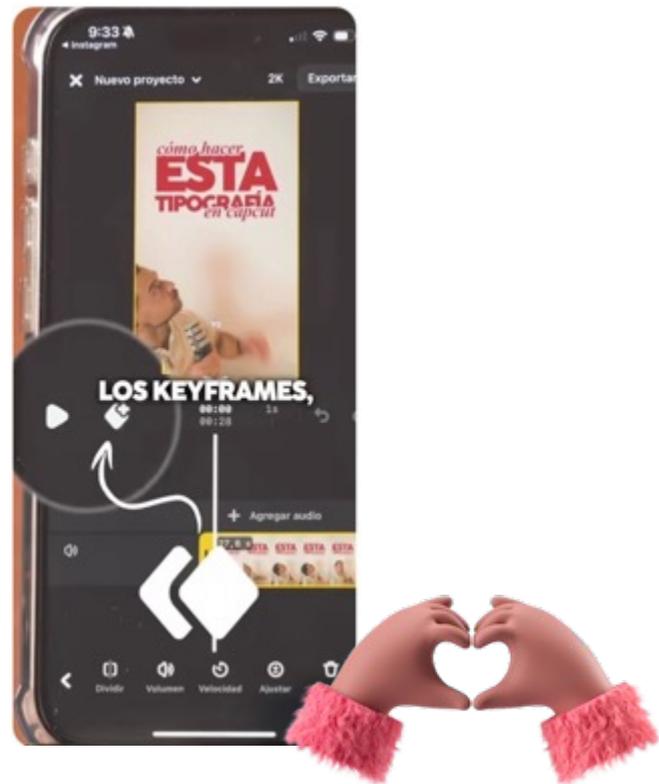


# ¿QUÉ HAY DE NUEVO EN LAS REDES?



## Keyframes en Edits

**Edits**, la app de Meta, habilitó esta función que nos ayuda a controlar de forma precisa la transición de elementos (como opacidad o movimiento) en diferentes momentos del video, logrando **ediciones más fluidas y profesionales** dentro de IG.



# FRECUENCIA DE PUBLICACIONES



**Subamos contenido máx. 2 veces por semana.**

Sino nuestros propios posteos van a competir entre sí. **Recomendación:** dejar 72 h entre videos.



# SEGÚN ADAM MOSSERI, EL "QUERIDO ALGORITMO" YA NO DECIDE SOLO: AHORA VOS ELIGÍS EL RUMBO



## Personalización de temas

---

Ahora podemos seleccionar categorías de interés para recibir más reels relacionados.



## Filtro para contenido

---

Además de elegir temas, habrá un filtro para sacar temas **no deseados** o **resetear** las recomendaciones.

# ¿QUÉ HAY DE NUEVO EN LAS REDES?

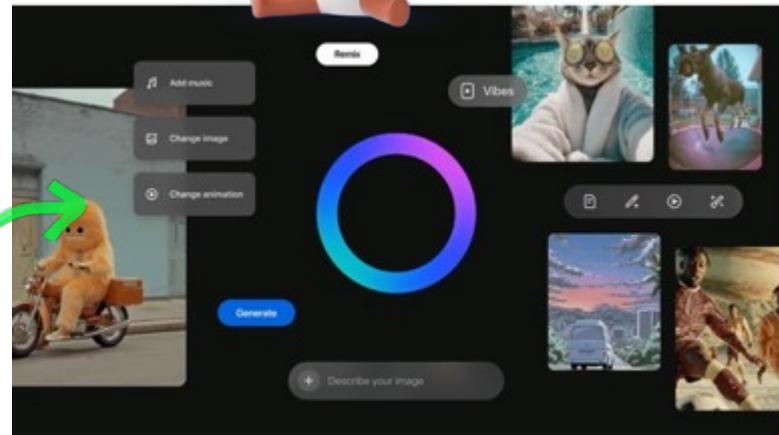


## Traducción de voz con IA de Meta

Te permite **doblar Reels** automáticamente conservando la voz del creador y sincronizando los labios.

## Meta Vibes

Te permitirá **crear y compartir** videos cortos generados por IA, que pueden editarse o remixarse.



# ¿QUÉ HAY DE NUEVO EN LAS REDES?



## Uso de datos para IA

---

Desde el 3 de noviembre de 2025, LinkedIn usará perfiles, publicaciones y actividad de usuarios para **personalizar** anuncios y entrenar modelos de IA de Microsoft.

## Nuevas Métricas

---

**Nuevas métricas** por publicación: vistas al perfil, seguidores ganados y clics Premium.



# NUEVAS MÉTRICAS

EN INSTAGRAM:

---

## LIKES POR IMAGEN EN FORMATO CARRUSEL



**AHORA, PODEMOS SABER QUÉ FOTO HA SIDO LA QUE MÁS HA DESTACADO DEL CARRUSEL. ESO NOS DA PISTAS SOBRE LO QUE MÁS ATRAE.**

## LIKES POR MOMENTO EXACTO EN LOS REELS



**YA PODEMOS VER EN QUÉ PARTE DEL VIDEO NOS HA DADO LIKE NUESTRA AUDIENCIA. ES SUPER ÚTIL PARA SABER QUÉ MOMENTOS ENGANCHAN MÁS.**

## QUÉ POSTS ATRAEN MÁS A LOS SEGUIDORES:



**AHORA INSTAGRAM NOS ENSEÑA QUÉ PUBLICACIONES NOS HAN TRAÍDO MÁS SEGUIDORES.**

## LA MÉTRICA PRINCIPAL: VISUALIZACIONES



**INSTAGRAM REEMPLAZÓ CUENTAS ALCANZADAS POR VISUALIZACIONES COMO MÉTRICA CLAVE.**

## MÁS DETALLES EN CADA POST



**TAMBIÉN PODEMOS SABER QUÉ TIPO DE AUDIENCIA INTERACTÚA CON NUESTRO CONTENIDO.**

# EL CONSEJO SHIFT DE LA SEMANA:

The background is a dynamic, abstract composition of swirling, glossy lines in shades of red, pink, and black. The lines create a sense of depth and movement, resembling a vortex or a stylized, futuristic landscape. The overall effect is energetic and modern.

**#5 HACKS**

new year

# **EL MEJOR STORYTELLING**

# #1 CREÁ AL HÉROE DE TU HISTORIA

## Convirtamos al cliente y al colaborador en protagonistas

---

No solo hablamos de la marca: en digital, PR y comunicación interna, el héroe debe ser nuestra comunidad. Hagamos que el público, los empleados y los clientes se vean reflejados en la narrativa y se sientan parte activa de la historia.



# #2 CREÁ UN PROBLEMA QUE RESOLVER

## Planteemos un reto que importe en todos los canales

Desde un comunicado de prensa hasta un TikTok, cada historia necesita un problema que resolver. Puede ser la reputación digital, la confianza del público o la motivación de los equipos. El reto debe ser claro y resonar en múltiples plataformas.

A las 3 de la mañana  
en plena crisis  
existencial intentando  
cerrar ciclos



# #3 SEAMOS SU GUÍA

## Sé el guía con propósito y estrategia

Como agencia, nuestro rol es acompañar: mostrar cómo la marca soluciona problemas, inspira confianza y conecta en digital y offline. Con PR generamos autoridad, en comunicación interna construimos cultura, y en digital amplificamos el mensaje.



# #4 UTILICEMOS CASOS REALES

## Demos prueba con historias reales y medibles

---

En digital muestra resultados con métricas, en PR con cobertura en medios y en comunicación interna con casos de impacto cultural. Los testimonios, cifras y evidencias consolidan la credibilidad de la narrativa.



# #5 NO DEJEMOS QUE LA HISTORIA TERMINE

## Expandamos la historia en múltiples formatos

---

El storytelling no termina en un solo post o comunicado. Podemos llevarlo a cápsulas digitales, notas de prensa, boletines internos, reels o podcasts. Al diversificar, mantenemos viva la conversación y multiplicamos los puntos de contacto con la audiencia.



# NOS VEMOS EN EL PRÓXIMO SOCIAL MEDIA NEWS

LOOK



SHIFT  
LATAM

PN<sup>7</sup> PORTER  
NOVELLI

