

Hashtags De Facebook: Cómo Funciona,

Hashtags De Facebook: Cómo Funciona Y Cómo Usarlo

Digamos que eres una persona innovadora, alguien que se esfuerza en desarrollar las cosas más [innovadoras para los usuarios](#), pero que en realidad, se conoce por su idea más «estúpida», esta es la historia de **Chris Messina**, y gracias a él es que puedes usar lo que hoy en día se conoce como Hashtag.

Me pasé un montón de tiempo trabajando en tecnologías que yo esperaba unificaría la [web social](#) y dar a la gente más opciones – y en lugar de que cualquiera de esos esfuerzos despegaran, esta estúpida, estúpida idea que había llegando a ser lo que se incendió . Vaya usted a saber.

Los hashtag se han convertido en una herramienta realmente útil, ya sea para los usuarios de Facebook o Twitter. Tal vez sea por esto que Facebook pudo montar su [propia plataforma de publicidad](#), ya que con estos hashtag, los usuarios pueden ayudar a [ubicar a otros usuarios en temas concretos](#), digamos, si lo que compartes se refiere a un programa de televisión en particular, puedes añadir el **símbolo #** para que otra persona pueda llegar de forma fácil a tu opinión.

El #Hashtag

Esa estúpida idea comenzó en 2007, cuando Chris twitteó lo siguiente:



Hoy en día, ese símbolo # de hash utilizado antes de una palabra, mejor conocido como el hashtag, está en todas partes. Se puede ver en los anuncios de televisión, videos de hip-hop, bares y vallas publicitarias. Los políticos lo usan para tratar de conseguir que la gente #vote y Lil Wayne lo usa para conseguir más seguidores en sus extraños diseños Gucci inspirados en Twitter con el alias #liltunechi.

Todos los días, más y más aplicaciones introducen apoyo a la hashtag, tratando de emular a los gigantes que ya están a bordo: Google+, Pinterest, Tumblr, Instagram, Path, Twitter. Viendo la tendencia obvia (con un retraso podría añadir) y no querer ser visto como el un extraño y esto lo llevó a su sala de redacción y anunciar el soporte hashtag para sus usuarios.

¿Que es en facebook @point, #Skipper?

La idea, tal como lo presentan, es simple: **«ayudar a las personas a descubrir con mayor facilidad lo que otros dicen acerca de un tema específico, y participar en las conversaciones públicas.»**

Así hashtags del FB son básicamente las etiquetas utilizadas para categorizar las conversaciones entre los usuarios. Facebook también amablemente se ofreció estos 3 consejos de uso para el hashtag:

- Buscar un hashtag específico desde su barra de búsqueda.
- Hacer clic en hashtags que se originan en otros servicios, como Instagram.
- Redactar mensajes directamente desde la fuente hashtag y resultados de búsqueda.

Parecería entonces que esta actualización proviene de plan de la empresa basada en Menlo Park-para atraer a los usuarios en más conversaciones. Ahora, como siempre, esa no es la historia completa. Facebook tiene dos beneficios potenciales gigantes

de la introducción de la **#API**. Son SEO y monetización.

Ellos se preocupan por el **#tráfico**

Desde el punto de vista SEO, hay mucho que ganar. Imagine la cantidad de tráfico de Facebook podría estar recibiendo de Google, a través de todas esas ingeniosas palabras **#etiquetadas**. Tome la palabra «**# facebook**», que según la Herramienta para palabras clave de Google recibe 3760000000 éxitos que son coincidencias exactas. Imagínate lo frustrante que es para Zuckerberg para ver el enlace como el primer resultado para esa palabra clave.

Ahora, multiplique eso con todas las marcas gigantes por ahí que están promoviendo a sí mismos fuera de línea (TV, radio, banners) a través de hashtags, y se hace una idea.

También se preocupan por el **#dinero**

Después de el tráfico, hay gran potencial de monetización, que esto es muy consciente de:

[quote author=»» type=»simple»]

La reciente «Boda Roja» en el episodio de Game of Thrones, recibió más de 1,5 millones de menciones en Facebook, lo que representa una parte importante de los 5,2 millones de personas que vieron el programa. Y este año el Oscar buzz llegó a un máximo histórico en Facebook con más de 66,5 millones interacciones, incluyendo gustos, comentarios y mensajes. Hasta la fecha, no ha habido una manera simple de ver la vista más amplia de lo que está pasando o lo que la gente está hablando.

[/quote]

Sabiendo que Facebook de forma lenta pero segura, se desvía de su meta original de conectar a la gente y unirse a las filas de los gigantes de Internet cada vez más hambrientos de dinero, es fácil imaginar cómo se venderían hashtags tendencia

o crear algún tipo de publicidad de pago por el signo libra. De hecho, ya están presionando a los anunciantes para que lo utilicen.

¿Por qué debería **#importarle?**

Digamos que usted tiene una página de Facebook para promocionar su negocio local. En teoría, más signos de número que utilizan el simbolo #, gracias a que hacen clic y búsqueda de hashtag.

Obviamente, usted desea utilizar la tendencia con competentes únicos. Este proceso llevaría finalmente a más dinero «**real**» en la cuenta bancaria de su empresa, debido a una mayor visibilidad, al menos en teoría. En la práctica los resultados de la búsqueda de un hashtag, probablemente será decidido por una serie de factores, incluyendo «**viralidad**», base de fans, la marca, los mensajes llegan, etc.

Abierto para el mal uso

Es difícil imaginar el pequeño chico aprovechando el nuevo hashtag para obtener más negocios en largo plazo. Pero me imagino que, al menos ahora, cuando la idea es bastante nueva, algunos usuarios con estrategias no éticas puedan utilizar hashtags para superponer eventos importantes y dirigir el tráfico a sus páginas.

Esto plantea la pregunta: ¿Será Facebook logra mantener sus resultados de búsqueda de hashtag de forma relevante y libre de spam? La respuesta va a decidir si sus usuarios lo utilizan

a gran escala o simplemente como un paso de vals entre distintas plataformas de medios sociales.

Usted debe ser [#cuidadoso](#) sobre el uso y hacerlo bien!

Si usted es un usuario decente, sólo tiene que [#preocuparse](#) por algunas reglas al usar el invento de Chris Messina:

1. No pierda su vigencia

Como se dijo antes, lo que lleva a cuentas en trending hashtags sólo es para el bien de tráfico. Usted eventualmente puede arruinar su reputación, recibir comentarios negativos e incluso puede ser multado. Así que debe usar hashtags sólo cuando sea necesario.



2. Mantenerlo simple

Menos es más. Si usted desea iniciar un hashtag fresco para la gente use, solo debe ir a una o dos palabras o una abreviatura. Digamos que usted desea promover su personaje favorito de dibujos animados, Ren y Stimpy y el Toast Man. Es posible que no desee ir a [#PowderedToastManRenStimpy](#). Una forma mejor opción sería algo así como [#PTMChar](#).

3. Manténgalo Obvio

Muchas personas simplemente buscan etiquetas existentes antes de llegar a sus propios hashtags. Como tal, sólo escriben el hashtag que esperan que los demás utilizarán. ¿Quieres que esas personas también sean parte de la conversación?.

Mantener los hashtags en base a su marca, producto o nombre del espectáculo suele ser la mejor opción. Además, compruebe que los hashtags no terminen perjudicando sus esfuerzos de relaciones públicas.

4. No hagas spam

Usar demasiados hashtags en un solo día o comentario podría dejarle con la duda por qué nadie te quiere. Eso es porque vas a ser visto como un spammer. Los estudios demuestran que, al menos en Twitter, los tweets de una o dos hashtags reciben el doble de atención, mientras que los tweets con más de 2 hashtags reciben 17% menos de compromiso.



No hay razón para pensar que Facebook funciona de forma diferente.

5. Defina su Hashtag

Al publicar primero una etiqueta para una conversación, es una buena práctica para definirlo. Que la gente sepa lo que el hashtag se trata. Describir con palabras simples. También puede definir aquí si quieres ser minucioso.

Conclusión

Hashtags son un gran invento. Deberíamos estar contentos de que Chris Messina se le ocurrió esta idea increíblemente impresionante y «**estúpida**». Facebook podría llegar tarde al tren y que podría hacerlo por las razones equivocadas, pero eso no debe impedir preocuparse por su imagen y el uso de hashtags correctamente.