

LA HISTORIA DEL HASHTAG

Autores: Victor Fernández, integrante del Comité de Trabajo de TICS AMPPPI y Laura Estrada-Rodríguez Counsel en Dentons Lopez Velarde, y coordinadora del Comité de TICS de la Asociación Mexicana para la Protección a la Propiedad Intelectual (AMPPPI).

Los hashtags: un fenómeno mundial que ha transformado la manera de comunicarse en el entorno digital desde sus primeras apariciones. La popularidad de los hashtags ha crecido tanto que en 2012 la Sociedad Americana de Dialecto declaró “Hashtag” como la palabra del año en 2012. También, de acuerdo con el artículo ‘Día internacional del Hashtag: 10 curiosidades sobre ellos’ de UNOTV, cada día se comparten 125 millones de hashtags en promedio. Pero ¿dónde nace este fenómeno social? Y ¿por qué sigue siendo relevante?

El diccionario de Oxford define la palabra Hashtag como “palabra o frase precedida por un símbolo de numeral (#), utilizado en las redes sociales y en las aplicaciones, especialmente en Twitter, para identificar mensajes sobre un tema específico”, pero también en Instagram, Facebook, Google+, Tumblr y Pinterest. El símbolo # convierte a cualquier palabra o grupo de palabras que la siguen en un vínculo de búsqueda, con lo que se organiza el contenido, y ello permite dar seguimiento a temas específicos partiendo de palabras clave. La composición de un hashtag es muy relevante, porque de ello dependerán los resultados obtenidos. Para formar un hashtag lo primero que hay que analizar es que el mismo debe relacionarse con el tema a tratar, y no debe abusarse de los hashtags en una sola publicación, ni tampoco hacer hashtags para palabras aisladas, sino preferentemente para frases. Para formar un hashtag no deben dejarse espacios entre las palabras que lo conforman, por lo que todas las palabras parte de éste deben escribirse juntas, aunque se pueden usar letras mayúsculas como separadores. No deben usarse comas ni puntos al final de un hashtag. También es posible utilizar números y tildes para crear un hashtag, pero no es recomendable usar tildes porque pueden dificultar su búsqueda por los usuarios.

El hashtag hizo su primera aparición en 2007, cuando el usuario de Twitter Chris Messina lo propuso como un mecanismo para unificar conversaciones en esta red social. Sin embargo, la funcionalidad de esta herramienta no se apreció hasta que el periodista Nate Ridder utilizó el #SanDiegoFire para informar sobre un incendio en San Diego en octubre del mismo año. La popularidad de los hashtags se incrementó exponencialmente con el paso de los años.

Debido a la expansión de las diferentes redes sociales su uso y funcionalidad ha evolucionado para adaptarse a las peculiaridades de las distintas plataformas. Por ejemplo, Twitter tiene un límite de caracteres por tweet, por lo que los hashtags en esta plataforma usualmente utilizan pocas palabras y pocos hashtags por tweet. Mientras que Instagram no impone restricciones en caracteres o palabras, por lo que es común el uso de diversos hashtags en una sola publicación. Esta expansión ha vuelto los hashtags en herramientas de marketing digital, de periodismo o un mecanismo para protestar en medios digitales.

De acuerdo con el artículo ‘#Hashtag: ¿Qué significa y cómo utilizarlo de manera adecuada?’ de RDStation, “elegir el hashtag correcto puede aumentar el alcance de tus posts en las redes sociales”. Los hashtags son una herramienta interactiva que permite a los clientes involucrarse y a quién la emplea, una oportunidad de expandir su presencia de manera orgánica. Un ejemplo de esto es “#ShareaCoke”, utilizado por Coca-Cola en 2015 como parte de una campaña impulsada por la empresa. Esto permitió que los consumidores del producto interactuaran con la marca y que su posicionamiento en redes sociales aumentara.

A su vez, los hashtags han sido utilizados como mecanismos para protestar en el entorno digital, como es el caso de “#MeToo”. Este movimiento fue iniciado por la actriz Alyssa Milano en 2017 como una protesta a las agresiones sexuales relatadas en Twitter, principalmente contra el productor Harvey Weinstein. Otro ejemplo de esto es “#LetHerRun”, un Hashtag utilizado para protestar contra las pruebas de testosterona implementadas por la Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo, utilizadas para determinar si las atletas pueden competir en categorías femeninas. Estos hashtags han funcionado como un mecanismo de protesta, permitiendo la participación de simpatizantes de cualquier parte del mundo.

Junto con esto, los hashtags han sido utilizados como herramientas periódicas para informar sobre temas específicos. Un ejemplo es “#Tokyo2020” utilizado para informar sobre las diferentes actualizaciones sobre los juegos olímpicos celebrados en Tokio, Japón.

Los hashtags han evolucionado con el paso del tiempo y se han transformado en una herramienta presente en las vidas de los usuarios de redes sociales al punto en que las comunicaciones sin ellos son inimaginables. Debido a esto, el 23 de agosto es reconocido como el Día Internacional del Hashtag, el cual se ha celebrado utilizando el “#DíaDelHashtag” o “#HashtagDay”. Desde su uso como un mecanismo de protesta hasta una herramienta de marketing digital, los hashtags han mantenido su propósito original de unificar las conversaciones y con ellas, a las personas alrededor del mundo.

Las opiniones expresadas en este contenido son responsabilidad exclusiva de los autores, y no representan necesariamente los puntos de vista de la AMPPPI.

Todos los Derechos Reservados ©. La reproducción, copia y utilización total o parcial del contenido están expresamente prohibidas sin autorización. AMPPPI, A.C., Asociación Mexicana para la Protección de la Propiedad Intelectual, A.C.