

El #hashtag ya tiene historia

Nieves González-Fernández-Villavicencio

13 diciembre 2013

González-Fernández-Villavicencio, Nieves (2014). "El #hashtag ya tiene historia".
Anuario ThinkEPI, v. 8, pp. 326-330.



Resumen: El *hashtag* es un nombre que se quiere resaltar en los medios sociales, para lo cual se precede por una almohadilla (#). Cumple ya 6 años y su uso se ha extendido por todos los medios sociales. Se utiliza con dos fines: etiquetar contenidos y conversaciones e identificar una comunidad, pero se usa también con otros fines secundarios como el activismo, el sarcasmo o la diversión. Estudios recientes señalan su valor como sistema predictivo y para el *engagement* de las audiencias TV + *Twitter*. Algunas bibliotecas nacionales y universitarias están recopilando y conservando estos testimonios del presente para garantizar su preservación y acceso.

Palabras clave: *Hashtags*, *Twitter*, Medios sociales, Símbolos, Conversaciones, Comunidades, Etiquetar, Recuperación de información.

Title: The history of the #hashtag

Abstract: The hashtag, a phrase that is highlighted by preceding it with a hash symbol (#), is already 6 years old. People use it on a massive scale in social media, with two objectives: to tag (or label) conversations and content, and to identify communities. It can be used also as a rhetorical element in activism, marketing, or just for amusement. Recent research highlights its value as a predictive system and for engaging the TV audience using Twitter. Some national and academic libraries are storing and preserving hashtags for future research.

Keywords: Hashtags, Twitter, Social media, Symbols, Conversations, Communities, Tags, Tagging, Information retrieval.

La historia

El *hashtag*, esa pequeña etiqueta precedida de una almohadilla, ya tiene historia, y a lo largo de este año hemos visto aparecer diferentes infografías que demuestran el paso del tiempo y los avatares del famoso símbolo. He realizado una recopilación de éstas en un panel en *Pinterest*.
<http://www.pinterest.com/nievesglez/historia-del-hashtag>

Realmente, si nos referimos al símbolo de la almohadilla (#), su historia no es reciente, ya que tenemos antecedentes de su uso en relación con los números, monedas o notas musicales. Sin embargo, en este caso nos vamos a referir al uso del *hashtag* que ha popularizado *Twitter*, y que después han continuado muchos otros medios sociales.

Para quien aún no lo sepa, un *hashtag* es una palabra o frase sin espacios, precedida del símbolo de la almohadilla (#). Se trata por tanto de una etiqueta de metadatos, que va precedida de un carácter especial, para que pueda ser identificada de forma fácil tanto por un usuario como por un sistema, y ofrece a los que la usan una forma fácil

de comunicación en torno a un tema.

Su uso moderno comienza con las redes IRC (*internet relay chats*) o *internet chats rooms*, y en los tableros de mensajes para etiquetar temas y grupos. Esta convención de la almohadilla se utilizaba para dar el nombre a la "sala", tratándose así de una forma de indicar el tema de conversación, de etiquetarla y, aunque nos hubiera encantado a los bibliotecarios... fue *Twitter* quien lo llevó a su máximo esplendor más tarde.

Cuando apareció *Twitter* en 2006 (el primer tuit es de 21 de marzo de 2006), los tuits no contenían *hashtags*. Esta convención fue inventada por sus usuarios y, tras un tiempo, la incorporó la compañía, no sin un cierto desprecio inicial.

La primera vez que se usó fue en un tuit del 23 agosto de 2007, enviado por **Chris Messina**, un joven de 32 años experto en diseño de experiencia de usuario (UX) y defensor del software en código abierto. Ese día, **Messina** envió este tuit: "how do you feel about using # (pound) for groups. As in #barcamp [msg]?"[1]. Y de esta forma nació el *hashtag* como forma de organizar y recuperar *tuits*.

<https://twitter.com/chrismessina/status/223115412>

El primer *hashtag* que se usó como ejemplo de este nuevo concepto fue *#barcamp*, para hacer referencia a una serie de conferencias sobre tecnología. En estos comienzos, **Messina** los llamó canales, y más tarde **Stowe Boyd** (2007) propuso el nombre de *hash tag*.

<https://en.wikipedia.org/wiki/BarCamp>

La idea no fue bien acogida por todo el mundo, unos pensaban que su uso era innecesario, y los propios ejecutivos de *Twitter* la consideraban “muy friki”, como el propio **Messina**. Sin embargo, el éxito alcanzado con la etiqueta *#sandiegofire* consagró el uso del *hashtag*. En octubre de 2007, los periodistas fueron informando sobre los incendios forestales de San Diego, usando esta etiqueta que **Messina** (2007) había enviado previamente en mensaje privado a uno de los corresponsales, para que lo usaran en las actualizaciones.

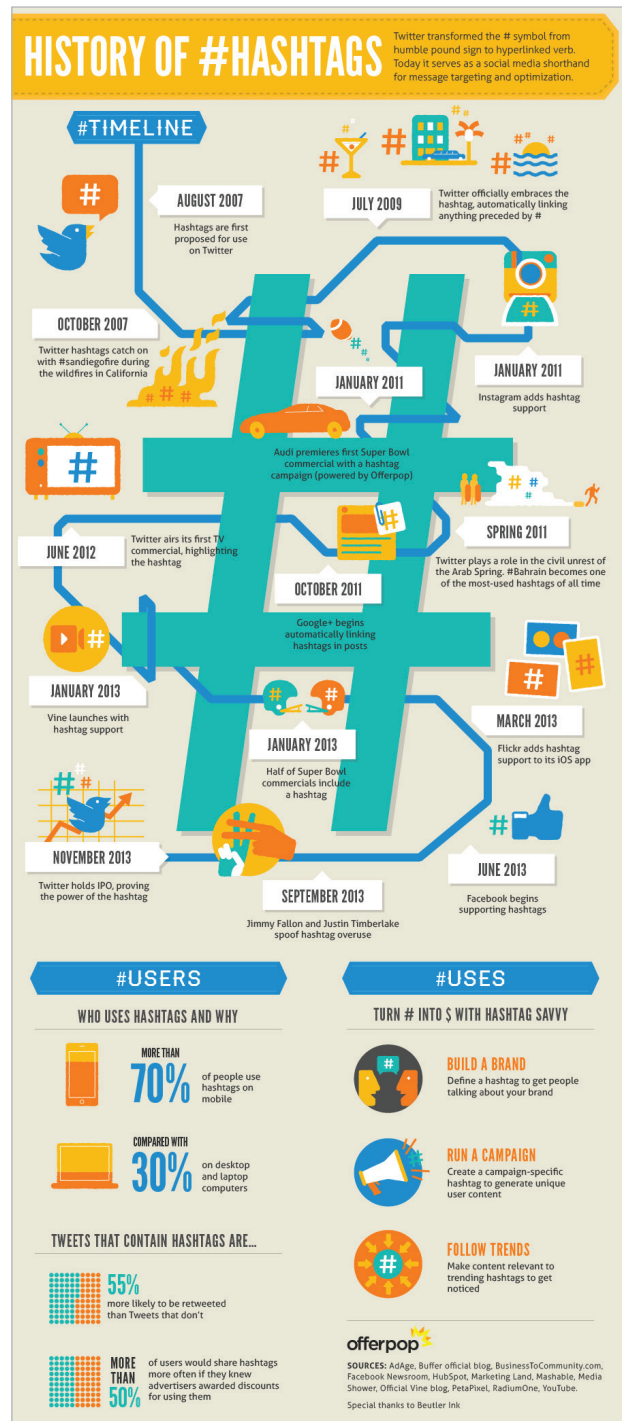
Twitter hizo oficial el uso de los *hashtags* en julio de 2009, hipervinculando todas las palabras que fueran precedidas de la almohadilla. Los usuarios podían de esta forma localizar nuevas cuentas y seguirlas en función de intereses comunes, por determinados eventos o localización (**Filonchuk**, 2013).

“La mayoría de los medios sociales se han ido incorporando de forma gradual al uso de los *hashtags*”

A partir de ese momento la mayoría de medios sociales se han ido incorporando de forma gradual al uso de los *hashtags*. En enero de 2011 *Instagram* lo adopta para compartir sus fotos. Ese mismo año los *hashtags* fueron clave para el seguimiento de las protestas de la Primavera Árabe. En octubre de 2011 *Google+* empieza a usar las etiquetas en sus *posts*. *Pinterest* se une en 2012 y en enero de 2013 *Vine* -la red de clips de *Twitter*-, adopta su uso. El 16 de marzo *Flickr* empieza a usar estos elementos para organizar su contenido, y en junio *Facebook* anuncia su uso en la línea de tiempo de su comunidad.

Por su parte *LinkedIn* anunció que incorporaba los *hashtags* en su red el 12 de febrero de 2013, sin embargo los retiró el 29 de julio de 2013, argumentando que encontraba poco potencial en el uso de las etiquetas dentro de su servicio.

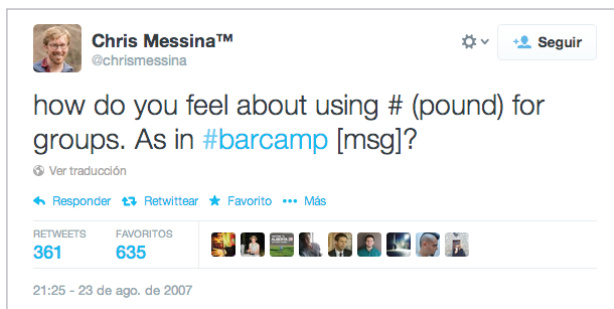
La incorporación de *hashtags* en *Facebook* se ha producido durante junio de 2013. Las razones por las que *Facebook* los ha adoptado han sido las mismas que *Twitter*, para facilitar a los usuarios la organización y filtrado de la información en torno



Historia del hashtag

<http://www.offerpop.com/resources/blog/history-hashtags>

a un tema. El hecho de que *Instagram* ya usara *hashtags* en sus fotos, y su adquisición por *Facebook*, ha hecho que esta última valorara el incorporarlo a su red. Como es habitual entre las técnicas de marketing que utilizan las redes sociales, no se trata de una función que pueda utilizar todo el mundo de forma inmediata, sino que se van implementando de forma gradual, en determinados grupos de usuarios, para que vaya probando la iniciativa y de paso, aumentar su fidelización.

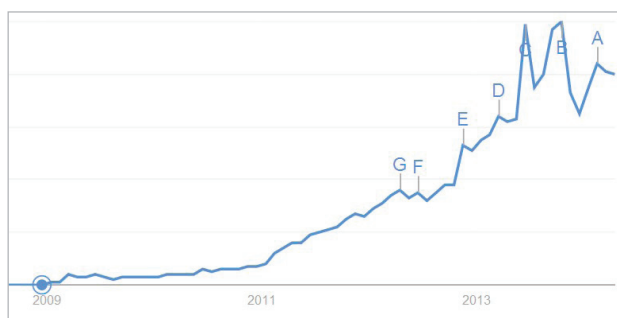


El primer hashtag
<https://twitter.com/chrismessina/status/223115412>

Para respetar los temas de privacidad de Facebook, sólo se recuperan con hashtag los comentarios que sean públicos y respetando siempre los distintos niveles de privacidad establecidos por el usuario. Actualmente los hashtag en Facebook no están siendo tan populares como ocurre en Twitter. Según recientes estadísticas, los posts con hashtag no consiguen el engagement esperado. Esto es debido a que los usuarios no los usan para buscar, simplemente leen en el timeline bajando el scroll de la página, hasta encontrar lo que necesitan. Facebook está estudiando la forma en la que los usuarios utilizan los hashtags para mejorar sus prestaciones y funciones (Filonchuk, 2013; Wittman, 2013).

Otros medios sociales que se han sumado al uso de los hashtags han sido YouTube, Taringa, Menéame, FriendFeed, Identi.ca, entre otros. En Wikipedia podemos ver una lista bastante completa de los sitios que dan soporte a los hashtags. <http://en.wikipedia.org/wiki/Hashtag>

La extensión del uso de la etiqueta ha hecho que la American Dialect Society (ADS), dedicada al estudio de la lengua en los Estados Unidos, declarara la palabra hashtag como la más popular del año 2012. Su presidente, Ben Zimmer expresó que “en Twitter y otras redes sociales, los distintos hashtags han creado tendencias sociales inmediatas, al ser capaces de expandir mensajes de toda índole”. En una simple búsqueda en Google trends observamos el uso que se hace del término, que no deja de aumentar desde finales de 2008:



<http://www.google.es/trends>

Por su parte, la Real Academia Española ha informado este año de que en la próxima edición impresa de su diccionario, número 23 (prevista para finales de 2014), incorporaría las palabras *tuitear*, *tuiteo*, *tuit* y *tuitero*, como reflejo de las modificaciones en el vocabulario de los hispanohablantes en los últimos años.

El uso de los hashtags

Aunque el uso de los hashtags sea muy popular, como se demostró con el nacimiento del hijo de Kate Middleton (con más de 900.000 tuits con el hashtag #royalbaby) (Summers, 2013), las estadísticas sobre su uso no se ponen de acuerdo. Según una encuesta de marzo de 2013, el 58% de los usuarios utilizan el hashtag de forma regular, el 71% desde sus dispositivos móviles y el 30% desde sus ordenadores de escritorio. El 43% pensaba que los hashtags eran útiles y un 34% los usaba para buscar y seguir temas de su interés. El 41% los utilizaban para comunicar y compartir sus ideas personales (Radiumone, 2013).

“Los hashtags ya tienen una historia que hay que conservar y garantizar”

Otros estudios muestran, sin embargo, que tan sólo el 24% de los tuits llevan hashtags y, en relación a su efectividad, aquellos que llevan uno o dos hashtags consiguen más engagement (personas que están de acuerdo y retuits) que los que llevan tres o más (Cooper, 2013).

De cualquier forma, se trata de un símbolo aceptado sin ninguna resistencia y de forma masiva. A lo largo de estos seis años, su uso ha recorrido un largo camino, y siempre con dos finalidades principales:

- etiquetar y organizar contenidos y conversaciones, enlazando tuits que traten del mismo tema con vistas a su recuperación;
- como símbolo de una comunidad, es decir, sirve de puente de conexión para una comunidad.

Incluso se ha demostrado que existe una correlación entre ambos usos (Yang, 2012). Algunos estudios han demostrado la eficacia de la incorporación de los hashtags a los catálogos de bibliotecas, para recuperar la información (Chang; Iyer, 2012). Bajo el paraguas de estas dos finalidades, podemos encontrar usos diversos:

- activismo (defensa y expansión de proyectos o causas sociales o políticas, sobre todo aquellas que requieren de una acción de la gente);
- uso retórico o sarcástico, para clarificar o comentar de forma irónica o sarcástica, o

compartir el significado de un *tuit* (*#FirstWorldProblem*);

- juego o diversión (*#FiveWordTEDTalks*);
- marketing, usados para promocionar empresas o marcas, eventos o campañas específicas, que sin embargo a veces se vuelven en contra si aparecen los *hashjacking*, ladrones de *hashtag*, o el *tagjacking*, secuestro de etiquetas (*#McDStories*) (**McFedries**, 2013).

También hemos visto cómo han saltado de lo virtual a lo presencial y se usan con fines de promoción o de identificación, en espacios físicos. O para escribir en la Luna (**Rico**, 2013).

Según recientes investigaciones, toda esta información que se vuelca en las redes sociales puede predecir nuestro comportamiento, emociones, depresiones o la aceptación de un producto (**González-Fernández-Villavicencio**, 2008; 2013). Como decía **Pisani** en 2008, “Bajo ciertas circunstancias, cuando se extrae el conocimiento, se puede obtener mayor información a partir de las muchedumbres que a través de un experto”. La tendencia predictiva de *Twitter* es algo que está ya demostrado (**Zhang et al.**, 2012).

“El hashtag se usa con dos finalidades: etiquetar y organizar contenidos y conversaciones, y como símbolo de una comunidad”

También los estudios de audiencias en TV + *Twitter* llaman la atención. Recientes trabajos de investigación examinan la actividad de *Twitter* y de los *hashtags* asociados a los programas de TV, y demuestran cómo esta actividad está creando un mayor nivel de compromiso con las audiencias, de tal manera que los televidentes más activos consultan sus cuentas en medios sociales para obtener más información (**Hutchinson**, 2013; **Castelló-Martínez**, 2013).

Iniciativas de conservación

Todo esto lleva a pensar en la importancia estratégica de la conservación de estos testimonios de la sociedad actual y de nuestra historia más reciente. La proliferación de materiales efímeros que hoy día constituyen la base de nuestra historia más reciente, como pueden ser los posts en *Facebook* o *tuits* en *Twitter*, con los que además muchos científicos comparten sus experiencias, anuncian nuevas publicaciones o debaten sobre temas científicos, hace que todo este material tenga que ser preservado de forma urgente (**Ferry**, 2013). El hardware y software uti-



Primer hashtag viral

lizado para generar y almacenar estos materiales digitales puede llegar a desaparecer o volverse obsoleto, y no está claro quién es el responsable de su conservación.

Existen varias iniciativas que han llevado a determinadas bibliotecas a asumir la conservación de los archivos de los medios sociales, para garantizar su acceso. La pionera fue la *Library of Congress* de los EUA, que conserva el archivo de los *tuits* desde 2006 hasta 2012 (**Allen**, 2013).

Otro ejemplo es la *South Carolina State Library* (SCSL) que conserva y ofrece acceso a través de un único portal a todos los *tuits*, posts de *Facebook* y contenidos de *YouTube* de las agencias federales del Estado (**Enis**, 2013).

Por último, seis bibliotecas de Reino Unido e Irlanda están recopilando y conservando también los *tuits* y posts de Reino Unido en *Facebook*, entre ellas la *British Library* o la *Cambridge University Library* (**Meikle**, 2013).

Los *hashtags* ya tienen una historia que hay que conservar y garantizar.

Bibliografía

- Allen, Erin** (2013). “Update on the *Twitter* archive at the *Library of Congress*”. *Library of Congress Blog*, 4 enero. <http://blogs.loc.gov/loc/2013/01/update-on-the-twitter-archive-at-the-library-of-congress>
- Boyd, Stowe** (2007). “Hash tags = *Twitter* groupings”. *Stoweboyd.com*, 16 agosto. <http://stoweboyd.com/post/39877198249/hash-tags-twitter-groupings>
- Castelló-Martínez, Araceli** (2013). “El uso de *hashtags* en *Twitter* por parte de los programas de televisión españoles”. En: *I Congreso Internacional Comunicación y Sociedad*. <http://reunir.unir.net/handle/123456789/1762>
- Chang, Hsia-Ching; Hemalata, Iyer** (2012). “Trends in *Twitter* hashtag applications: design features for value-added dimensions to future library catalogues”. *Library trends*, v. 61, n. 1, pp. 248–258. <http://dx.doi.org/10.1353/lib.2012.0024>

Cooper, Belle-Beth (2013). "The surprising history of Twitter's hashtag and 4 ways to get the most out of them". *Buffer*, 24 septiembre.

<http://blog.bufferapp.com/a-concise-history-of-twitter-hashtags-and-how-you-should-use-them-properly>

Enis, Matt (2013). "South Carolina State Library launches social media library and archive". *The digital shift*, 4 octubre.

<http://www.thedigitalshift.com/2013/10/social-media-south-carolina-state-library-launches-social-media-library-and-archive>

Ferry, Georgina (2013). "Scientific heritage: science today, history tomorrow". *Nature*, n. 493, pp. 19-21.

<http://dx.doi.org/10.1038/493019a>

Filonchuk, Olga (2013). "The history of hashtag: a true Cinderella story". *Link-Assistant.com*, 28 noviembre.

<http://www.link-assistant.com/blog/the-history-of-hashtag>

González-Fernández-Villavicencio, Nieves (2008). "Prediction markets / Mercados predictivos (o algo así)". *Bibliotecarios 2020*, 10 abril.

<http://www.nievesglez.com/2008/04/prediction-markets-mercados-predictivos.html>

González-Fernández-Villavicencio, Nieves (2013). "Los datos en medios sociales predicen nuestro comportamiento". *Bibliotecarios 2020*, 6 octubre.

<http://www.nievesglez.com/2013/10/los-datos-en-medios-sociales-predicen.html>

Hutchinson, Jessica (2013). *Did you watch #TheWalkingDead last night? An examination of television hashtags and Twitter activity*. Louisiana State University, Master's Tesis.

<http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-07082013-144346>

McFedries, Paul (2013). "Hashtag, you're it". *Spectrum*, v. 50, n. 4.

Meikle, James (2013). "British Library adds billions of webpages and tweets to archive". *The guardian*, 5 abril.

<http://www.theguardian.com/technology/2013/apr/05/british-library-archive-webpages-tweets>

Messina, Chris (2007). "Twitter hashtags for emergency coordination and disaster relief". *Factory city*, 22 octubre.

<http://factoryjoe.com/blog/2007/10/22/twitter-hashtags-for-emergency-coordination-and-disaster-relief/>

Radiumone (2013). "RadiumOne Finds Over 70 Percent of Consumers Favor Using Hashtags on Mobile Devices and Nearly Half Feel Motivated to Explore New Content when Hashtags are Present" *Radiumone.com*, 27 marzo

<http://www.radiumone.com/press/hashtags-on-mobile-devices.html>

Rico, Inma (2013). "Dibuja tu obra de arte o escribe tu mensaje en la Luna". *Ticbeat*, 9 diciembre.

<http://cyborgcultura.ticbeat.com/dibuja-tu-obra-de-arte-escribe-tu-mensaje-en-la-luna>

Summers, Steve (2013). #RoyalBaby, 22 julio.

<https://blog.twitter.com/2013/royalbaby>

Wittman, Chad (2013). "Hashtags on Facebook do nothing to help additional exposure". *Edgerank checker*, 3 septiembre.

<http://edgerankchecker.com/blog/2013/09/hashtags->

[on-facebook-do-nothing-to-help-additional-exposure](#)

Yang, Lei (2012). "We know what @you #tag: Does the dual role affect hashtag adoption?" En: *WWW 2012 - Session: Behavioral analysis and content characterization in social media*. Lyon, April 16-20, pp. 261-270.

Zhang, Peng; Wang, Xufei; Li, Baoxin (2012). "On predicting Twitter trend: important factors and models". En: *Procs of the 21st intl conf on World Wide Web*, ACM, pp. 261-270.

* * *

Los descriptores de toda la vida

Natalia Arroyo-Vázquez



En *Lectyo*, la red social especializada para "la gente de la lectura" de la *Fundación Germán Sánchez Ruipérez* (actualmente en fase beta), se ha incorporado recientemente la opción de añadir *hashtags* en las publicaciones, haciendo posible la recuperación de los contenidos por temas y el seguimiento de las con-

versaciones, al igual que en *Twitter*.

<http://lectyo.com>

El texto de **Nieves González** refleja de forma significativa cómo se está trasladando la tradicional forma de hacer de los bibliotecarios al ámbito digital. Los *hashtags* o etiquetas en *Twitter*, no lo perdamos de vista, son los descriptores de toda la vida, las materias, los metadatos. Que vuelvan al catálogo, pero esta vez para enriquecer su lado más social, como indican **Chang** y **Hemalata** (citados por **Nieves**), no deja de resultar sorprendente.

Descriptores de la comunidad

Nieves González-Fernández-Villavicencio

En relación con la vuelta al catálogo de las etiquetas o descriptores, he estado buscando información sobre el uso que los usuarios hacen de estos "descriptores de la comunidad" que los opacs sociales y sistemas de descubrimiento favorecen. Tan sólo he encontrado algunos artículos en los que se preguntan por su uso real y los beneficios que pueden aportar, como éste:

Gerolimos, Michalis (2013). "Tagging for libraries: a review of the effectiveness of tagging systems for library catalogs". *Journal of library metadata*, v. 13, n. 1, pp. 36-58.

<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19386389.2013.778730>

<http://dx.doi.org/10.1080/19386389.2013.778730>