LOS HASHTAGS Y SU IMPORTANCIA PARA EL ALCANCE



Posted on 22. abril 2025 by Mia

Durante mucho tiempo, los hashtags han sido un elemento clave en las estrategias de redes sociales, especialmente en Instagram. También en plataformas como X (antes Twitter), LinkedIn o Facebook, es habitual incluir hashtags en las publicaciones con el objetivo de **aumentar el alcance y llegar de forma más eficaz al público objetivo**.

Sin embargo, cada vez son más las voces que cuestionan **la efectividad actual del uso del símbolo de almohadilla en redes sociales**. En este artículo, analizamos en detalle las tendencias más recientes para responder a la siguiente pregunta: **¿Siguen siendo relevantes los hashtags en 2025?**

¿CÓMO HA CAMBIADO EL USO DE LOS HASHTAGS?

Durante años, las guías más habituales han recomendado una combinación estratégica de hashtags populares y de nicho, con el fin de atraer tanto a un público amplio como a audiencias más específicas.

Por lo general, se aconsejaba utilizar entre 10 y 15 hashtags por publicación, adaptando la combinación concreta a **los objetivos y características de cada empresa**.

No obstante, ya en 2023, el propio director de Instagram, Adam Mosseri, señaló que los hashtags **están dejando de ser una herramienta para aumentar el alcance, pasando a tener un papel más**

orientado a la categorización de contenidos. Esto se debe a que el algoritmo de Instagram (al igual que los de otras plataformas como TikTok o LinkedIn) ha comenzado a centrarse en el **procesamiento del lenguaje natural (NLP)**.

En consecuencia, las publicaciones ya no se clasifican principalmente a través de hashtags, sino según su contenido real y el comportamiento de los usuarios. A través de la interacción, el algoritmo identifica los intereses de cada persona y muestra contenidos relevantes, incluso sin depender directamente de las etiquetas.

INSTAGRAM ELIMINARÁ LA FUNCIÓN “SEGUIR HASHTAGS”

Un claro indicador de la disminución del papel de los hashtags es el plan de Instagram de **eliminar la función "seguir hashtags"**. Esta función permitía a los usuarios seguir hashtags específicos y ver publicaciones relacionadas directamente en su feed.

A medida que el algoritmo se enfoca más en la comprensión del contenido y el comportamiento del usuario, esta función se está volviendo obsoleta. Instagram anunció su eliminación para el 13 de diciembre de 2024, aunque **la implementación aún no se ha completado** en todas las regiones.

INSTAGRAM REDEFINE SUS PRIORIDADES

Con sus cambios de algoritmo, Instagram pretende crear nuevas oportunidades, especialmente para las cuentas más pequeñas. Según Mosseri, los creadores más pequeños se **beneficiarán de una mayor visibilidad**, lo que facilitará el crecimiento de una comunidad. Al mismo tiempo, se **penalizará el contenido duplicado** (reposts, posts reciclados) para fomentar la originalidad.

Instagram también está considerando reducir el número máximo de hashtags permitidos por publicación a sólo cinco. El objetivo es pasar de la cantidad a la calidad.

¿Le gustaría recibir apoyo en sus actividades en las redes sociales?

Descubra aquí cómo podemos llevar su marketing en redes sociales al siguiente nivel.
Marketing en redes sociales

¿QUÉ PASA CON LOS HASHTAGS EN LINKEDIN, TIKTOK Y OTRAS PLATAFORMAS?

El uso y la relevancia de los hashtags varían mucho en función de la plataforma.

LinkedIn

En LinkedIn, los hashtags siguen desempeñando un papel importante en la clasificación de contenidos por temas y sectores. Las publicaciones con los hashtags adecuados aparecen en los feeds de temas específicos y pueden mejorar la visibilidad.

Dicho esto, la combinación de palabras clave relevantes y un fuerte compromiso (comentarios, reacciones, compartidos) es cada vez **más importante** que los hashtags por sí solos.

TikTok

TikTok utiliza los hashtags principalmente para una categorización inicial. Sin embargo, su algoritmo da prioridad al **comportamiento del usuario** (como el tiempo de visualización, la interacción y las veces que se comparte un video) por encima de los hashtags a la hora de decidir qué contenido mostrar.

Hashtags como #fyp (For You Page) están perdiendo influencia. En su lugar, las **palabras clave en los textos de los subtítulos y en el audio hablado** (detectadas mediante reconocimiento de voz) tienen ahora un papel más importante para determinar la relevancia del contenido.

FACEBOOK Y X (ANTES TWITTER)

En Facebook, los hashtags son más bien un «complemento» y desempeñan un **papel secundario** en la difusión.
En X (antes Twitter), sin embargo, **siguen siendo una función esencial**, sobre todo para participar en conversaciones en directo y en los temas del momento (#ÚltimaHora, #Eventos, etc.).

OTROS FACTORES DE POSICIONAMIENTO ESTÁN GANANDO

IMPORTANCIA.

¿La fórmula mágica? **La interacción**.
Cuantos más comentarios, likes, compartidos y tiempo pasen los usuarios en su contenido, mayores serán sus posibilidades de llegar a más personas.

Y aún hay más: cuando los usuarios interactúan con ciertos tipos de contenido, los algoritmos tienden a recomendarles contenido similar en el futuro. Por eso, **el contenido adaptado a las necesidades de su público objetivo** siempre tiene mejor rendimiento.

Además, en lugar de basarse en hashtags, los algoritmos cada vez se apoyan más en las palabras clave del texto para entender el contenido. Por eso el SEO está ganando relevancia en redes sociales: se trata de usar estratégicamente **palabras clave dentro del texto de sus publicaciones**.



Los hashtags se utilizan en todas las plataformas como herramienta de categorización de

contenidos.

¿SIGUEN SIENDO ÚTILES LOS HASHTAGS?

Respuesta corta: **Sí, pero de forma diferente a antes**.
Ya no se trata de cantidad. Hoy en día, unos pocos hashtags cuidadosamente seleccionados que **apoyen el contenido de forma contextual** son mucho más efectivos.

Los hashtags siguen siendo una herramienta útil para hacer que el contenido sea más visible dentro de nichos específicos o para participar en conversaciones en tendencia.

¿QUÉ TIPOS DE HASHTAGS EXISTEN Y CUÁNTOS DEBERÍA USAR?

No hay una respuesta única que sirva para todos. Adam Mosseri recomienda usar un máximo de cinco hashtags por publicación. Aun así, dependiendo de su nicho y sus objetivos, puede tener sentido usar algunos más.

La mejor estrategia es crear un enfoque personalizado de hashtags que se alinee con su marca y sus objetivos.

Los hashtags deben aparecer en su pie de foto y aportar un contexto relevante. Estos son los principales tipos de hashtags que puede utilizar:

1. Hashtags generales o genéricos (#Cocina, #Marketing)
2. Hashtags de nicho (#CocinaVegana, #Emprendedoras)
3. Hashtags de marca y campañas (#ComeFresco, #ComparteUnaCocaCola, #Canva)
4. Hashtags del sector (#MarketingDigital, #TendenciasDeReclutamiento)
5. Hashtags de comunidad (#ComunidadFoodie, #VidaDeFotógrafo)
6. Hashtags estacionales y de eventos (#CuentaRegresivaNavideña, #BlackFriday)

7. Hashtags en tendencia (#MotivaciónDeLunes, #MemeDelDía)
8. Hashtags locales (#StartUpBerlín, #CologneFoodie)
9. Hashtags divertidos y de estilo de vida (#AmanteDelCafé, #MamáDePerros)

También puedes diferenciar los hashtags por su popularidad:
Por un lado, existen los **hashtags de alta densidad**: los que se utilizan en una gran cantidad de publicaciones. Ofrecen un alto potencial de visibilidad, pero también son muy competitivos.
Por otro lado, están los **hashtags de baja densidad**: se usan con menos frecuencia. Estos pueden aumentar sus posibilidades de ser descubierto en comunidades de nicho específicas.

CONCLUSIÓN: LA CLAVE ESTÁ EN LA ESTRATEGIA

Los hashtags quizá ya no sean el impulso mágico para aumentar el alcance, pero siguen siendo una herramienta valiosa para estructurar el contenido y mejorar su visibilidad.
Lo importante es utilizarlos con criterio, como parte de **una estrategia más amplia** que contemple el SEO, la optimización del engagement y una planificación adecuada de los formatos de contenido.

¿Necesita ayuda para desarrollar esa estrategia? No dude en ponerse en contacto con nosotros.