

Hola a todos y una vez más vamos a seguir hablando de Facebook y, particularmente, vamos a hablar del algoritmo de Facebook. Cómo hacer para, en este caso, aparecer un poquito más, ser un poco más visible, entendiendo cómo funciona este algoritmo o lo que Facebook llama "Edge rank", en este caso, a qué se refiere, en este caso, el algoritmo de Facebook. Y vamos a aprender que todo lo que tiene que ver con el "Edge Rank", es el algoritmo mediante el cual Facebook define cuáles de tus publicaciones aparecen en el feed de noticias de cada uno de tus seguidores.

Como quizás se habrán dado cuenta, cuando nosotros tenemos una serie de seguidores y publicamos algo, no a todas las personas le aparece lo que nosotros estamos publicando. Lo que hace este programa es, de alguna manera, hacer una muestra de la cantidad de seguidores que nosotros tenemos. Hace una muestra, si tenemos 100, hace una muestra de 10 personas y le muestra nuestro contenido, efectivamente, si ese contenido es interesante para una buena cantidad de esa muestra a la que se lo está, en este caso, visibilizando, lo que hace Facebook es empezar a expandirlo a otras personas. Si en esa muestra, a la cual Facebook le está mostrando tu contenido, no le resulta interesante, Facebook lo que va a hacer, va a ser visibilizarlo menos al contenido o al alcance. Es por eso que, muchas veces, las métricas de seguidores, en las métricas que tienen que ver con todo lo que son los números, en los cuales las personas les dejan "Me gusta" o seguir a ciertas páginas, al fin y al cabo, van perdiendo un poquito de preponderancia, funcionan un poco para darle credibilidad a la página, funcionan un poco para mostrarnos y tener algún otro tipo de aporte de valor o reputación, pero a los fines de lo que tenga que ver con el alcance potencial que pueda tener una página, si no hacemos un contenido que sea relevante para las muestras que Facebook les está mostrando el contenido en nuestras primeras etapas, vamos a tener un alcance muy bajo. No sé si se han encontrado con fanpages que tienen cientos de miles de seguidores, pero sus interacciones son muy bajitas, ¿por qué?, porque quizás está muy dispersa esa comunidad de cientos de miles de seguidores, entonces, cuando esa página publica un contenido, la muestra generalmente cae en personas al que no le está interesando ese contenido y lo que hace Facebook es empezar a invisibilizarla y en este ranking, este corte de ranking que tiene el algoritmo de Facebook, lo que hace es empezar a catalogar un poquito menos, esa fanpage. Entonces, cada vez que esa fanpage publica un contenido lo va a estar mostrando en promedio a menos personas, ¿por qué?, porque si, consecuentemente, cuando va mostrando y haciendo esos muestreos, las personas no responden de una manera interesada, Facebook lo que hace es empezar a entender que ese contenido no es de interés para esa comunidad, independientemente que tengas 100 seguidores o un millón. Es por eso que es tan importante no solamente, en este caso, tratar de ganar seguidores y demás, porque al fin y al cabo, qué es lo que hace un seguidor, va y hace un clic en un botón, sin embargo, a Facebook no le es tan importante que vaya y haga clic en el botón "me gusta" o seguir, lo que es importante para Facebook es que una persona se quede la mayor cantidad de tiempo en la red social, independientemente que siga o no siga una página. En este caso, cuando le da "me gusta", cuando le da "seguir", Facebook va a entender que hay un interés efectivo de una persona contra una página, pero si, consecuentemente, cuando esa página pública a alguna persona, le es indiferente ese contenido, no se lo va a mostrar. Es por eso que es importante entender cómo funciona esto y de qué manera nosotros podemos ir utilizándolo, en este caso, a nuestro favor. En particular, tiene tres cosas en cuenta este algoritmo o este corte de ranking, ¿no?, que es la afinidad, un poco lo que tenga que ver con los intereses, todo lo que las personas, nosotros

vamos mostrando en materia de dar me gusta, comentar y compartir una publicación, cuán a fin resulta ser para la muestra en la cual Facebook está visibilizando ese contenido, bueno, si hay una cercanía, si hay una muestra de interacción, Facebook eso, bueno, lo cataloga positivo. Si en la afinidad es negativo, bueno, posiblemente la visibilidad final sea menos. La segunda etapa es el peso, es decir, de qué calidad es este contenido y mientras haya algún, e incluso, haya algún tipo de contenido multimedia o haya alguna y métrica de validez que sea pesada, ¿no?, para Facebook, como el tiempo de retención, por ejemplo, vos podés escribir un texto muy largo y las personas se quedan mucho tiempo leyendo tu texto o puedes publicar un vídeo y, en este caso, las personas se quedan viendo una buena parte de tu vídeo, vos podés publicar un carrusel de fotos y las personas van haciendo un clic, dos clic, tres clic, cuatro clic, para ir ampliando o viendo la cantidad de fotos. En función a lo que tenga que ver con el peso y la calidad de tu contenido, eso va a impulsar a invisibilizar tu contenido en función de lo que vaya entendiendo Facebook. Lo que te recomiendo es que siempre tengan la posibilidad de generar algún tipo de contenido multimedia, contenidos largos, de manera de que algunas de estas, en este caso, métricas importantes, como el tiempo de retención mirando tu publicación, la cantidad de interacciones o algunas otras que podamos considerar importantes, podrás tener la posibilidad de que la gente, bueno, interactúe con vos de esa manera.

Y, finalmente, el paso del tiempo. A medida que el tiempo va pasando, nuestras publicaciones se ponen un poco menos relevantes, sin embargo, en los tiempos de actualidad, en los tiempos de contexto, en donde hay un tema candente o hay un tema candente, o hay un tema de novedad, o hay algo que lo estamos publicando y la gente lo está viendo por primera vez, bueno, si eso se mantiene relevante, si a las personas les sigue interesando el tema, lo va a seguir visibilizando. No sé si a vos te pasó que estás en Facebook viendo vídeos y te empieza a recomendar otro vídeo de hace un año, de hace un año y medio, en la sección, por ejemplo, de "Watch" de vídeo, bueno, si hay un contenido que con el paso del tiempo sigue siendo relevante, por los intereses, por lo que nosotros nos gusta consumir y demás, lo va a volver a mostrar. Mientras más relevante sea, en este caso, o mientras más se pueda mantener la relevancia con el paso del tiempo, bueno, este algoritmo lo va a seguir mostrando. Mientras más vaya perdiendo la relevancia y las personas cuando lo vean, ya no le parezca interesante, porque es un tema pasado, porque es algo que en definitiva ya no, no va en este momento, bueno, menos lo va a ir mostrando, hasta el punto en que lo invisibilice. Así que, mientras más afinidad, más peso por las características de las interacciones que va teniendo la red social, o las opciones que tiene y accesos a interacción la red social y el contenido que vos vas haciendo. Y el paso del tiempo, la relevancia en el paso del tiempo, bueno, eso va a hacer que tu contenido o se visibilice más o se invisibilice y es por eso que, en este caso, vamos a ver algunas recomendaciones.

En particular, a partir de lo conversado, entonces, es interesante que puedas publicar contenido que pueda ser afín al público, por eso es interesante, también, en este punto, ir censando, ¿no?, a ver cómo van reaccionando tus audiencias en función de lo que vas publicando, de manera de ir llevándole cada vez más contenidos que les puedan interesar y si usás multimedia, mucho mejor. Actualizá frecuentemente, porque el paso del tiempo va haciendo que nuestras publicaciones vayan perdiendo un poco de relevancia, así que, anda actualizando las novedades sobre tus temas, algún vídeo que ya hayas hecho, hablando de algún tema, bueno, actualizalo, hacé otro vídeo con las novedades, en particular, para el sector, para la industria, para la muestra del producto que tenés, para lo que se ha actualizado, porque el paso del tiempo hace que, naturalmente, nuestros contenidos vayan

perdiendo relevancia y se vean menos, así que, para mantener esa vigencia, es necesario estar actualizado.

Finalmente, la interacción con los seguidores, sobre todo aquellas interacciones que van en pos de nuevas interacciones, mientras más interacciones haya, más afinidad va a haber, mientras más opciones vos tengas de darle acceso a las personas, de tener algún tipo de contacto con tu contenido, sea en vídeo, sea en carrusel, sean fotos, sean textos largos, distintos tipos de elementos que uno puede utilizar dentro de las opciones vigentes, mayor posibilidad de que también se visibilice.

Y, finalmente, la relevancia, mientras más actual o más relevante, se mantenga en el tiempo tu contenido, también más visible va a ser. Así que, en definitiva, afinidad, todo lo que tiene que ver con la calidad de contenido y todo lo que tiene que ver con la relevancia, con el paso del tiempo, son importantes para mantener nuestros contenidos los más visibles posibles.

Entender esto no garantiza que nosotros generemos ya, por arte de magia, contenidos que todo el tiempo estén visibles, pero, entenderlo, nos posiciona mejor al momento de estar creando el contenido, pensar y considerar este tipo de cosas y eso sí, no nos garantiza, pero nos posiciona, para que podamos hacer contenidos más visibles.

Espero que todo lo que hablamos ahora del algoritmo de Facebook pueda serte de ayuda para tu proyecto profesional o para las marcas que asesores y nos vemos en el próximo contenido. Muchas gracias.