



Barcelona está más cerca que nunca de ser una realidad. ¿Cómo que Barcelona?

Si has aterrizado hace poco a esta newsletter te pongo en contexto: **Meta aprovechó el jaleo de Twitter para crear su propia red social** como la del pajarito y el nombre en clave fue Barcelona (parece una película de espías, tú también lo has pensado).

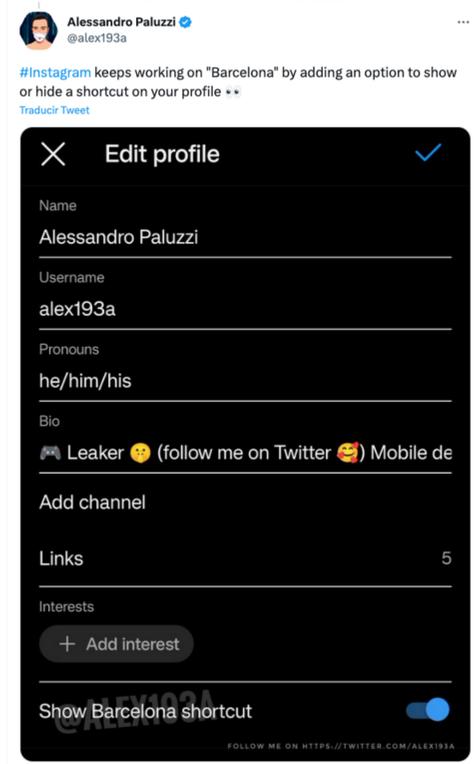
El caso es que parece que Barcelona está a puntito de salir del horno...

## Primeras imágenes de 'Barcelona'

Tan a punto que se dice y se comenta que será en junio. ¿Nervios? ¿Ganas de probar esta nueva red social? De todo un poco, señoría.

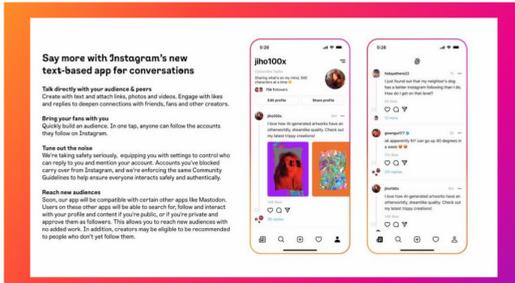
Muchas han sido las pistas que nos han ido dejando los **insiders de Estados Unidos**.

Sin ir más lejos esta semana Alessandro Paluzzi, compartió una imagen en Twitter de **cómo es la página de editar un perfil de 'Barcelona'**.



Y ahora, gracias a Lia Habermann, tenemos la primera imagen del feed. Una imagen que compartió en su newsletter y a la que puedes acceder haciendo clic en la misma captura.

Como ves, es muy similar a Twitter (para que te sientas como en casa), donde predominan los hilos de mensajes con una foto de perfil para reconocer al autor o autora.



Ya queda menos para ver, de forma oficial, todo sobre esta red social incluido el verdadero nombre... o si finalmente se queda en Barcelona.

Y tú, ¿tienes ganas de preparar una estrategia para esta aplicación?

## Videos más largos en Twitter

Twitter sigue ofreciendo ventajas a aquellas cuentas que decidieron pagar por **Twitter Blue**.

Este servicio incluye varias ventajas entre las que destacan, como no, el tener la cuenta verificada: **maravillas de los programas de suscripción**.

Una de las últimas novedades de este servicio es que **los miembros podrán compartir videos más largos**:

- Hasta dos horas de duración.
- En calidad 1080p.

Lo cierto es que las cuentas que suben videos constantemente estarán de enhorabuena: **¿cuántas veces has dejado de ver un video en Tweet porque empezaba con mala calidad y te perdías la mitad del contenido?**

Eso sí, aquí me surge una duda, ¿preferirán los usuarios ver el video en Twitter o mejor en YouTube con mejor calidad (hasta 4k)?

Las marcas seguirán apostando por Twitter, recordemos que **Elon Musk afirmó que daría prioridad al contenido en video** en la red social antes que enlaces externos.

## LinkedIn verifica las ofertas de trabajo

La red social del trabajo anunció hace unas semanas que **permitiría solicitar la verificación** para cualquier cuenta o página de empresa...

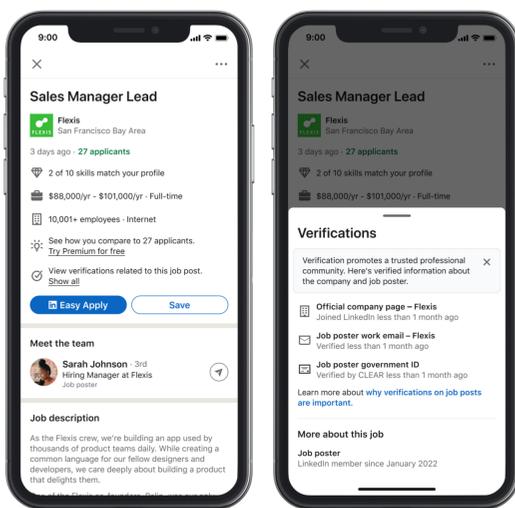
Y ahora, muy acertado por cierto, **extiende esta verificación a las ofertas de trabajo**.

Digo acertado porque **las ofertas de trabajo son un tema serio y tener la certeza de que son reales ayuda bastante**, tanto a las empresas, como a los usuarios que están en **búsqueda activa de empleo**.

Si estas ofertas cuentan con la verificación de LinkedIn, **significa que la información ha sido autenticada por LinkedIn o alguno de sus socios**.

Además, podrás ver si el anunciante está afiliado a una de las páginas oficiales de la empresa, si está verificado su correo electrónico o su lugar de trabajo.

Sin duda, un **paso adelante de LinkedIn para ser lo más transparente posible**.



## YouTube Comunidad para todos

La pestaña de Comunidad en YouTube supuso una auténtica revolución: **se trataba del primer feed de la plataforma que incluía texto o imágenes, como si fuera el propio Facebook**.

El problema con el que contaba es que tenía un pequeño requisito: **solo aquellos canales con más de 1000 suscriptores tenían acceso a esta pestaña**.

Y ahora es para todos, **YouTube va a permitir a cualquier creador de contenido a publicar en esta pestaña** con todas las opciones:

- Texto con emojis.
- Imágenes.
- Videos
- Encuestas.

Si tienes un canal de YouTube, esta pestaña **te ayuda a crear comunidad, interactuar con tus suscriptores y a atraer tráfico a tu web o nuevo video**.

PD: Te dejo más información sobre esta funcionalidad con [nuestro post del blog](#).

## Nueva opción para añadir ubicación y aparecer en el mapa

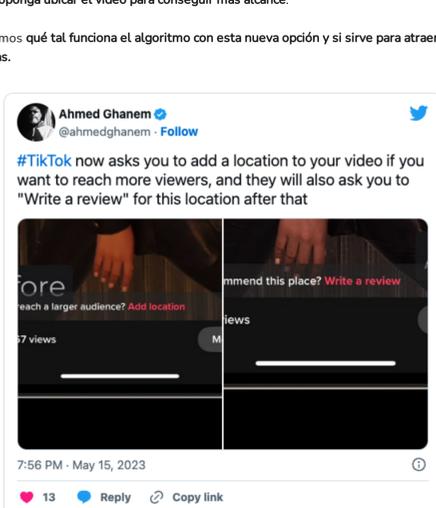
¿Cómo conseguir más visualizaciones en TikTok?

Parece que la red social lo tiene claro: a partir de la etiqueta de ubicación que puedes incluir en tus videos.

El objetivo, al menos a priori, es que permita a los **creadores de contenido ubicar sus videos para que los usuarios tengan otra opción para encontrarlos**.

De ahí que, tal como ves en la imagen compartida del tweet de **Ahmed Ghanem, TikTok** te proponga **ubicar el video en la imagen compartida del tweet** para conseguir más alcance.

Veremos **qué tal funciona el algoritmo con esta nueva opción y si sirve para atraer visitas**.



Hasta aquí las noticias de la semana en redes.

Deseando conocer a Barcelona, o a *como quiera* que se llame la nueva red social de Meta...

¡Que tengas una genial semana!

Carlos, de Metricool.

PD: Y antes de decirte hasta la semana que viene, como viene, desde de autobombo porque tenemos Masterclass de estrategia en Stories de Instagram, si te apetece [te puedes apuntar desde aquí](#).

With metricool

Comparte la Newsletter en Twitter

Comparte la Newsletter en LinkedIn

<https://metricool.com/es/newsletter/> target="blank" style="text-decoration: underline; color: #1a1a1a;" rel="noopener">Compartir en Whatsapp target="blank" style="text-decoration: underline; color: #1a1a1a;" rel="noopener">Compartir en Telegram



Copyright © 2023 Metricool.com. All rights reserved.

Puedes oponerte a las comunicaciones comerciales en cualquier momento [pulcando aquí](#) o remitiendo un correo electrónico a [info@metricool.com](mailto:info@metricool.com). Metricool Software, S.L. es la Responsable del Tratamiento de tus datos, con las siguientes finalidades: En caso de haber contratado alguno de sus servicios para para mantener la relación contractual, así como la gestión, administración, información, prestación y mejora del servicio y para remitir comunicaciones comerciales, salvo se haya optado a ello. En caso de haber prestado el consentimiento a tal fin para la remisión de comunicaciones sobre novedades y/o promociones de Metricool. Para atender tu solicitud de información. Tienes derecho de acceso, rectificación, supresión, limitación, oposición al tratamiento, portabilidad y a no ser objeto de decisiones automatizadas con efectos jurídicos o que te afecten significativamente de modo similar. Puedes ejercitar tus derechos en [info@metricool.com](mailto:info@metricool.com). Más información en la [Política de privacidad](#)