

Las metaetiquetas esenciales para las redes sociales



Adán Coti en 20 de junio de 2016 (Actualizado en 12 de noviembre de 2021)

Hoy en día, casi todos los sitios web animan a los visitantes a compartir sus páginas en las redes sociales. Todos hemos visto los omnipresentes íconos de Facebook y Twitter, entre otros, pidiendo a gritos que se les haga clic. Esto no sorprende, ya que compartir a través de las redes sociales, la encarnación del boca a boca en Internet, es una de las formas más efectivas para que las empresas y los individuos adquieran conciencia.

Cuando los usuarios eligen compartir estos enlaces, el desarrollador web tiene la tarea de asegurarse de que las páginas web asociadas estén preparadas adecuadamente, que es lo que veremos ahora. Facebook y Twitter son, con diferencia, las plataformas de redes sociales más populares, así que centrémonos en esas dos.

🔗 ([#aa-sharing-on-facebook-and-twitter](#)) **Compartir en Facebook y Twitter**

Facebook ofrece a los desarrolladores varias opciones sobre cómo aparece una página web compartida en su línea de tiempo dependiendo del contenido del sitio web. A menos que se especifique lo contrario, cada sitio web tiene por defecto el tipo llamado, apropiadamente, "sitio web", que es el ejemplo que usaremos.

Digamos que alguien ha compartido la página de inicio de una empresa de viajes ficticia; Facebook la muestra así:



Twitter también tiene múltiples formas de formatear las páginas web compartidas que aparecen en su feed, pero veremos una que es bastante similar al ejemplo anterior de Facebook, que Twitter llama "Tarjeta de resumen con imagen grande":



Como podemos ver, cada uno presenta múltiples atributos de la página web compartida:

- una imagen y un título destacados
- una descripción
- el nombre de dominio

🔗 (#aa-proprietary-meta-tags) <meta>Etiquetas propietarias

¿Cómo especificamos estos atributos? Con <meta>etiquetas. Cuando se comparte un enlace, tanto Facebook como Twitter raspan la página web asociada y leen sus <meta>etiquetas para mostrar la información adecuada.

Facebook utiliza <meta>etiquetas que aprovechan el protocolo Open Graph, un sistema de clasificación para páginas web que se extiende más allá de las <meta>etiquetas ya definidas en HTML5. <meta>Puede encontrar una lista completa de etiquetas disponibles en el sitio web de Open Graph. (<http://ogp.me/>) Hay tantos entre los que elegir que puede resultar algo intimidante, pero en realidad sólo se requieren cuatro:

```
<meta property="og:title" content="The Rock" />
<meta property="og:type" content="video.movie" />
<meta property="og:url" content="https://www.imdb.com/title/tt0117500/" />
<meta property="og:image" content="https://ia.media-imdb.com/images/rock.jpg" />
```

HTML

- Una versión anterior de esta publicación enumeró estos cuatro

Twitter tiene sus propias <meta>etiquetas que son similares al protocolo Open Graph, pero utiliza el prefijo "twitter" en lugar de "og". Al igual que con Facebook, sólo se requieren unos pocos. También se especifica el tipo de formato de visualización que solicitamos a Twitter:

```
<meta name="twitter:title" content="European Travel Destinations ">
<meta name="twitter:description" content=" Offering tour packages for individuals or groups.">
<meta name="twitter:image" content=" http://euro-travel-example.com/thumbnail.jpg">
<meta name="twitter:card" content="summary_large_image">
```

HTML

Tanto Facebook como Twitter ofrecen pautas sobre cómo utilizar las <meta>etiquetas anteriores. Son bastante similares entre sí, aunque pueden ser algo subjetivos en su interpretación. Tenga en cuenta que, para nuestros propósitos, Facebook se refiere a la página web compartida cuando utiliza el término "objeto":

	Facebook	Gorjeo
Título	El título, titular o nombre del objeto.	Un título conciso para el contenido relacionado. [Máximo 70 caracteres.]
Descripción	Una breve descripción o resumen del objeto. [Entre 2 y 4 frases.]	Una descripción que resume de manera concisa el contenido según sea apropiado para su presentación dentro de un Tweet. No debe reutilizar el título como descripción ni utilizar este campo para describir los servicios generales proporcionados por el sitio web. [Máximo 200 caracteres.]
Imagen	La URL de la imagen de su objeto. Debe tener al menos 600×315 píxeles, pero se prefiere 1200×630 o más (hasta 5 MB). Manténgase cerca de una relación de aspecto de 1,91:1 para evitar recortes.	Una URL a una imagen única que representa el contenido de la página. No debe utilizar una imagen genérica, como el logotipo de su sitio web, la foto del autor u otra imagen que abarque varias páginas. Las imágenes de esta Tarjeta deben tener al menos 280 px de ancho y al menos 150 px de alto. La imagen debe tener un tamaño inferior a 1 MB.
URL	La URL canónica de tu página. Esta debe ser la URL sin decoración, sin variables de sesión, parámetros de identificación del usuario ni contadores.	

Dado que estas <meta>etiquetas de propiedad, al final, se refieren a los mismos elementos, sería ideal si hubiera de alguna manera una manera de conciliar los dos. Afortunadamente, lo hay.

🔗 (#aa-reconciling-tags) Conciliar etiquetas

No hay nada de malo en tener varias `<meta>`etiquetas que parezcan redundantes. Demasiada información nunca perjudica a nadie, excepto añadiendo unos cuantos bytes adicionales al archivo HTML.

Pero para nuestros propósitos, y en aras de la brevedad, podemos aprovechar el hecho de que Twitter nos permite sustituir las `<meta>`etiquetas Open Graph por las suyas propias. Al final, excepto por la necesidad de especificar un formato de visualización, no `<meta>`se necesita ninguna de las etiquetas personalizadas de Twitter. Esto nos da lo siguiente, que podría considerarse el mínimo de `<meta>`etiquetas necesarias para que una página web se pueda compartir en las redes sociales:

HTML

```
<meta property="og:title" content="European Travel Destinations">
<meta property="og:type" content="article" />
<meta property="og:description" content="Offering tour packages for individuals or groups.">
<meta property="og:image" content="http://euro-travel-example.com/thumbnail.jpg">
<meta property="og:url" content="http://euro-travel-example.com/index.htm">
<meta name="twitter:card" content="summary_large_image">
```

Conciliar las pautas para la imagen es simple: siga la recomendación de Facebook de una dimensión mínima de 1200×630 píxeles y una relación de aspecto de 1,91:1, pero cumpla con el requisito de tamaño de archivo de Twitter de menos de 1 MB.

🔗 (#aa-validating-meta-tags) Validar `<meta>`etiquetas

Si hay alguna duda sobre la legitimidad de reducir a estas cinco etiquetas, podemos utilizar el útil [Facebook Sharing Debugger](https://developers.facebook.com/tools/debug/sharing/) (<https://developers.facebook.com/tools/debug/sharing/>) y el [Twitter Card Validator](https://cards-dev.twitter.com/validator) (<https://cards-dev.twitter.com/validator>). Ambas herramientas buscarán `<meta>`etiquetas relevantes en cualquier página web alojada en un servidor público y mostrarán cómo se vería si se compartiera. También enumerará los errores y proporcionará sugerencias. Entonces, ¿cómo nos fue con nuestro ejemplo particular? Twitter parece estar bien con las cosas, pero Facebook, por otro lado, enumera un elemento como advertencia:

⚠ Warnings That Should Be Fixed

Share App ID Missing

The 'fb:app_id' property should be explicitly provided. Specify the app ID so that stories shared to Facebook will be properly attributed to the app. Alternatively, app_id can be set in url when open the share dialog.

Advertencia de Facebook

Esto proporciona una transición perfecta para hablar sobre...

🔗 (#aa-social-media-analytics) **Análisis de redes sociales**

Lo que Facebook indica es que si vas a utilizar su herramienta de análisis, a la que llaman Domain Insights (<https://developers.facebook.com/docs/platforminsights/domains>), debes proporcionar el número de identificación único asociado con tu cuenta. La etiqueta entonces se vería así:

```
<meta property="fb:app_id" content="your_app_id" />
```

HTML

Twitter tiene algo similar que llaman Twitter Card Analytics (<https://dev.twitter.com/cards/analytics>). Para aprovechar al máximo esta herramienta, Twitter recomienda utilizar la siguiente etiqueta que contiene el nombre de usuario de Twitter que desea asociar con la página web compartida:

```
<meta name="twitter:site" content="@website-username">
```

HTML

Sin embargo, tenga en cuenta que si no tiene ningún interés particular en utilizar estas herramientas analíticas, omitir las dos <meta>etiquetas anteriores no tiene ningún efecto sobre cómo aparece una página web compartida en una línea de tiempo de Facebook o Twitter.

🔗 (#aa-anything-else) **¿Algo más?**

La documentación de Facebook recomienda una <meta>etiqueta adicional, aunque no es obligatoria. Una etiqueta que indica el nombre del sitio web en el que reside la página compartida:

```
<meta property="og:site_name" content="European Travel, Inc.">
```

HTML

Twitter también sugiere otra etiqueta que se recomienda, pero no es obligatoria:

```
<meta name="twitter:image:alt" content="Alt text for image">
```

HTML

Esto proporciona una descripción de imagen alternativa para personas con discapacidad visual.

🔗 (#aa-final-markup) **Marcado final**

Deberías hacer eso. Para reiterar, cuando consulta la documentación de Facebook y Twitter para compartir páginas web, hay muchas otras etiquetas disponibles que se pueden usar para especificar diferentes tipos de contenido. Pero, en general, bastará con lo siguiente:

```
<!-- Essential META Tags -->
<meta property="og:title" content="European Travel Destinations">
<meta property="og:type" content="article" />
<meta property="og:image" content="http://euro-travel-example.com/thumbnail.jpg">
<meta property="og:url" content="http://euro-travel-example.com/index.htm">
<meta name="twitter:card" content="summary_large_image">

<!-- Non-Essential, But Recommended -->
<meta property="og:description" content="Offering tour packages for individuals or groups.">
<meta property="og:site_name" content="European Travel, Inc.">
<meta name="twitter:image:alt" content="Alt text for image">

<!-- Non-Essential, But Required for Analytics -->
<meta property="fb:app_id" content="your_app_id" />
<meta name="twitter:site" content="@website-username">
```

HTML

🔗 (#aa-resources) Recursos

- El protocolo Open Graph (<http://ogp.me/>)
Facebook: una guía para compartir para webmasters
(<https://developers.facebook.com/docs/sharing/webmasters>)
- Facebook: información sobre el dominio
(<https://developers.facebook.com/docs/platforminsights/domains>)
- Facebook: compartir depurador (<https://developers.facebook.com/tools/debug/sharing/>)
- Twitter: Tarjeta de resumen con imagen grande
(<https://dev.twitter.com/cards/types/summary-large-image>)
- Twitter: análisis de tarjetas (<https://dev.twitter.com/cards/analytics>)
- Twitter: Validador de tarjetas (<https://cards-dev.twitter.com/validator>)