

22 CLAVES DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN TWITTER

Jaime Albero-Gabriel

Resumen

Twitter se ha convertido en el medio digital preferido por los periodistas para la comunicación política. Pero para que sea efectivo el marketing político en Twitter, el cargo público o candidato tiene que saber utilizar correctamente la herramienta. En el presente artículo recopilamos una serie de consejos para sacarle el máximo partido a Twitter.

Palabras clave: Twitter, comunicación, política.

Abstract

Twitter has become the preferred digital media by journalists for political communication. But to be effective political marketing on Twitter, the public official or candidate has to know how to use the tool properly. In this article we compiled a few tips for getting the most out of Twitter.

Keywords: Twitter, communication, policy.

La mayoría de los analistas sugieren que un cargo público, candidato o político en general, ha de estar presente en Twitter. Esto puede ser así, pero hay que tener en cuenta una serie de puntos básicos a la hora de interactuar en Twitter.

He ido recopilando algunas recomendaciones y he añadido algunas de cosecha propia. Son todas de sentido común, pero está bien tenerlas en cuenta:



1º Es una herramienta de comunicación multidireccional. Un cargo político ha de atender lo que dicen sus interlocutores y responder de manera natural. Escuchar y responder. Aunque no es una muestra fiable (pues solo representa a la gente que está presente en Twitter), la información que extraiga de su interacción con el electorado puede servir como

estudio exploratorio de las inquietudes y expectativas de la ciudadanía. Es una buena forma de “pisar la calle”.

2º Paciencia, sentido común y del humor a la hora de responder. Ante las críticas la paciencia, la pedagogía y el humor hacen que el político se humanice. Hay que recordar que lo que escribimos en Twitter permanece, por lo que hay que pensar que tenemos un público al que le va a llegar y un público potencial que puede leerlo. En el momento de un retweet, perdemos el control de lo que escribimos.

3º Lleva la iniciativa. La persona con responsabilidades o aspiraciones políticas ha de lanzar propuestas y fomentar el debate. También te puedes convertir en un recomendador de contenido informativo, variando la agenda de los medios, siempre que el contenido que lance sea interesante, aporte valor, a través de información, enlaces o imágenes. De esta

manera, los ciudadanos que siguen al político tienen un “marco mental” que permita comprender las acciones que defiende o toma.

4º Accesibilidad. Demostrar que te crees la participación y que tienes las mismas necesidades que tus electores es una buena manera de crear una red de contactos y defensores que pueden derivar en respeto y credibilidad, las claves del liderazgo.

5º Mójate. Esconderte de los temas que te afectan o que afectan a tus políticas es una mala estrategia. Si estamos en Twitter es para dar nuestra opinión y discutir/debatir para defender unas ideas o una gestión.

6º No te obsesiones con tus adversarios. No se trata de no tenerlos controlados, que es necesario, sino de tener una línea clara de comunicación y de branding personal para construir un relato coherente que te permita contextualizar tus actuaciones políticas.

7º 1 Tweet, 1 idea: son 140 caracteres. Y no te cobran por lanzar más. Así que jerarquiza y lanza las ideas de una en una.

8º Cuidado con pasarse. A la gente no le interesa TODO lo que haces.

9º No lances multitweets. Los tweets por entregas no se suelen seguir y lanzas ideas inconexas que funcionan cada una como un individuo concreto.



Concisión. Tienes 140 caracteres, pero hay estudios que demuestran que el máximo índice de Rts se observa en los que tienen entre 85 y 130. Piensa el tweet cuidadosamente.

11º No empieces los tweets públicos con @ aunque quieras que le llegue a ese usuario. Así haces que se dirijan a una persona en concreto y pierdes interés para el resto. Pon el usuario al que quieres que llegue al final.

12º Integra la posibilidad de twittear desde tu página web. A modo de recomendación, como a la hora de compartir una noticia en el periódico.

13º Revisa antes de enviar el mensaje. Las faltas de ortografía o los bailes de letra son muy criticados en Twitter.

14º 1 tweet, 1 idea, 1 link. Twitter se lee fundamentalmente en el móvil y no es multipantalla. Si queremos que visiten dos enlaces, lanza 2 tweets.

15º Evita la parodia. Las cuentas paródicas solo funcionan si son graciosas y se utilizan a modo de caricatura.

16º Los tweets tienen memoria. Lo que escribimos en Twitter se queda en nuestro historial. Cuidado con lo que decimos.



17º Elige los momentos para enviar tweets. Mide cuándo son más efectivos y utiliza esos horarios y días. Evita los domingos (y fines de semana en general).

18º Usa el hashtag #FF /#Followfriday como reconocimiento. Mola.

19º No escribas como un adolescente. Por favor. Gracias.

20º Anuncia el lanzamiento de la cuenta del candidato o partido a través de otros usuarios influyentes.

21º Es muy difícil luchar contra los trolls en Twitter. No dudes en bloquear si se pasan.

22º Se puede utilizar los hashtags de la competencia para provecho propio. Y para hacer parodia. Acordaos de #marianoresponde u otros ejemplos con los que tan buenos ratos hemos pasado.



Jaime Albero-Gabriel.

Especialista en comunicación. Formador e investigador en comunicación social.
jaime.albero@gmail.com