



Polític@ y TWITTER: delfines, tiburones o rémoras.

Comunicación, 06/07/2012



Tuitear para un político ha de ser una estrategia sutil y egoístamente inteligente a la hora de promulgar externamente unos valores que a posteriori se desarrollaran en un programa electoral.

Se dice que en virtud de cómo te lances a una piscina así te irá: avanzando, simplemente flotando o por el contrario hundiéndote. En los océanos de Twitter, al político le puede ocurrir lo mismo.

El valor, ruido o vacío que se aporte en dicho medio social repercutirá en la imagen que se diluirá del político entre la red.

En España ya somos más de 5'3 millones de tuiteros, país donde en las últimas elecciones votaron 24'5 millones de personas de los 35'8 millones de españoles llamados a votar. Lo que supone, siendo el medio social más 'adulto' y con menos presencia de adolescentes en red, que orientativamente el 15% de la población con posibilidad de votar practica y genera Twitter.

Viendo esto nos hacemos a la idea del potencial y del jugo que se puede obtener.

Y parte de ahí **la motivación que ha de mover a todo político a Tuitear : LA GENTE, como motor del movimiento en toda sociedad, LAS PERSONAS como ejes de guía.**

Porqué al otro lado siempre hay personas, el político ha de accionar la escucha activa en la red, entendiéndola como bidireccional y recíproca. Retuiteando cuando sea menester a quell@s que cultivan sus propuestas. Ponerse en boca de

otr@s es una apuesta de COcreación, COparticipación y de COprotagonismo.

Fomentar las conversaciones nos hará dialogantes y por lo tanto generaremos interés.

Focalizar ayudará a que crean al político con muestra de sinceridad popular y no simplemente populista. No por estar unos peldaños más arriba en ciertas temáticas se conseguirán más y mejores réditos, seguramente todo lo contrario. Las particularidades y su trato en Twitter mejoran lo que se transmite, posteriormente, en lemas más globalizados.

El político no es la cúspide de la pirámide, seguramente, más bien debería creerse un representante de la base, que es plural y no acaba donde finalizan las sombras de las siglas. Se hace política hacia la universalidad y de la misma forma se interacciona en Twitter.

En Twitter nadie tiene más poder, mismo utillaje y mismo receptáculo. 140 razones para aportar ideales y compromisos. El poder no se tiene, el poder te lo dan, te lo renuevan y te lo quitan.

El político ha de cuidar a los que más pronto que tarde querrá que le cuiden con unos resultados.

De él no esperan una pancarta, seguramente desearan una identidad sintetizada en un mensaje.

Seguir a la oposición en Twitter conllevará credibilidad y respeto a la hora de no querer refrendar sus postulados y se hablará con propiedad a la par que con conocimiento. Solamente así se tendrá habilidad al contrarrestar argumentos, propuestas y decisiones.

El político debe recordar que Twitter es compartir y que a la red se expone.

La humildad y la sinceridad serán la mejor arma. Porqué asumir y gestionar óptimamente un conflicto nos hará relevantes.

El Branding, o la gestión de tu marca, como político nos dice que todos somos activos constructores de la misma y de base ser un líder coherente es pilar. Y eso se debe plasmar en cada uno de los tuits.

En los medios sociales y específicamente en Twitter se ha de tener presencia eficiente, continua y perseverante.

No cansa aquel que más aparece sino aquel que más se repite y menos aporta. Convive, calibra, sintoniza, lidera y

ENTRÉGATE. No demonices el canal, mal usándolo a tu favor solamente en períodos electorales. Por eso tu actividad ha de ser lineal, constante y si no se tiene nada que decir, políticamente hablando, humaniza, puntualmente tus aportaciones.

Un tuit de domingo por la tarde de un mundano o trivial tema que el político quiera publicar, puede hacerle más querido, más seguido o quien sabe si más adelante, más votado.

Finalizando, decir que **el mensaje que se quiera transmitir en Twitter empieza ya de por sí en su envoltorio**. Y como siempre digo, [si puedes escribir no te limites a rellenar](#) y menos si eres político.

Estima a tu vocabulario como querrías que te trataran a ti, sabiendo que cada momento tiene su tilde y que no son ni mejor ni peor las formas, sino que **el correcto equilibrio para un tuit político son la adecuación entre la circunstancia, la misión y el público**.

Por lo tanto, quizá de todo esto se derive, que en este azul mar de Twitter, sigan y gusten de tu navegar, teman o esquiven tu aparición, o peor aún,... repudien el incordio que generas.

Polític@ y TWITTER: delfines, tiburones o rémoras.

Moisés Rodríguez Cantón

[@ MoisesRC](#)

