

Comunicación Política en Redes Sociales

maquiaveloyfreud.com

Comunicación Política en Redes Sociales

Copyright © 2015 Daniel Eskibel
Todos los derechos reservados

Este libro forma parte de la Biblioteca Maquiavelo&Freud. Lo puedes compartir libremente en internet a través de blogs, redes sociales, páginas web y correo electrónico...pero debes hacerlo en forma íntegra y sin alterar ni su forma ni su contenido.

maquiavelofreud.com

Los mutantes viven entre nosotros: ¿lo saben los políticos?

¿Te imaginas un mundo en el que no existan ni Facebook ni Twitter ni YouTube ni las tablets ni el iPhone ni Android?

¿Un mundo en el que los teléfonos móviles solo sirvan para hablar por teléfono?

¿Un mundo en el que decir redes sociales sea decir familiares, amigos, compañeros de trabajo y de estudio, vecinos y conocidos?

-Ese mundo no existe -podrás decir.

Pero existió.

Así era el mundo hace apenas 10 años.

El cambio es enorme, inmenso, gigantesco. Pero muchos todavía no se dieron cuenta.

Pensemos en un período más limitado aún. Veamos los cambios producidos en apenas 3 años.

Tres años. Apenas 3. Three.

Mira estos datos que muestran el cambio entre 2010 y 2013:

- Facebook pasó de 350 a 1190 millones de usuarios
- LinkedIn creció de 50 a 259 millones
- Twitter saltó de 75 a 883 millones de miembros
- Wikipedia pasó de 14 a 30 millones de artículos
- Flickr subió de 4 mil a 8 mil millones de imágenes
- Twitter pasó de 27 a 500 millones de mensajes por día (¡5700 tweets por segundo!)

- En 2010 los usuarios de Facebook compartían más de 3 mil millones de contenidos, y en 2013 más de 30 mil millones
- 65 millones accedían a su Facebook desde dispositivos móviles, mientras en 2013 lo hacen 874 millones

Y el crecimiento sigue, explosivo.

No son solo números.

Es una nueva manera de vivir, de comunicarse, de actuar, de relacionarse, de entretenerse, de divertirse, de trabajar.

Es una nueva manera de pensar.

Son los mutantes que ya están entre nosotros.

¿Cuántos partidos políticos, gobiernos, candidatos y campañas electorales se estarán dando cuenta de la invasión mutante?

¿Cuántos estarán a la altura de las circunstancias?

¿Cuántos repiten ahora mismo los procedimientos de hace 10 años mientras caminan alegremente hacia el abismo?

Comparte estos datos con tus amigos. Ayúdalos a evitar el abismo.

Y piensa...

Apuntes sobre comunicación política y redes sociales

Ya sabes que los mutantes están entre nosotros.

Todos hemos cambiado y por lo tanto todos somos nuevos votantes.

Por eso es indispensable que una campaña política trabaje las redes sociales, de lo contrario se estaría amputando un elemento central de la vida cotidiana de las personas.

Ya es impensable dejar fuera de la estrategia de marketing político el tema redes sociales.

Trabajar las redes sociales no implica dejar de lado otros aspectos de la campaña (la web, el mail, la campaña territorial, la televisión, la radio, la vía pública, los impresos...).

No se trata de sustituir sino de integrar.

No se trata de optar sino de complementar.

Solo con las redes sociales no se ganan elecciones.

Tampoco se ganan solo con la campaña territorial ni solo con la televisión ni solo con el marketing político ni solo con nada.

Entonces las redes sociales influyen pero no ganan por sí solas. Son necesarias pero no suficientes.

Tanto las redes sociales como los medios convencionales son mediadores entre el sistema político y los ciudadanos, ocupan un papel de filtrado y modificación de los mensajes antes de que los mismos ingresen al cerebro.

Los mensajes recibidos a través de las redes sociales son diferentes a los recibidos a través de los medios convencionales porque son

- más fragmentarios
- más plurales
- más contradictorios
- más breves
- más discontinuos
- más fugaces
- más personalizados
- más emocionales.

Para diseñar una estrategia de marketing político en redes sociales hay que determinar bien los públicos a los que se dirige la comunicación, entender cómo viven y cómo se comunican esas personas, saber qué problemas principales tienen, elaborar un mensaje apropiado para ellos y desarrollar estrategias de comunicación diferenciales en función de cada una de las redes sociales.

Desde una perspectiva general, podría decirse que las redes sociales son muy buenas para movilizar al electorado duro, generando motivación, brindando líneas argumentales, despertando emociones y organizando.

Es necesario tener en cuenta los perfiles diferenciales de los públicos que encontramos en las distintas redes sociales.

Por ejemplo:

- El público de Twitter suele estar más involucrado en política, ser más activo y además influyente. En Twitter llegamos muy bien a los líderes de opinión de cada sociedad.
- En cambio en Facebook accedemos a un público más amplio, más grande pero en general menos masivamente interesado en política.

- Y en Google+ tenemos un público muy especial que, además del usuario común, es el propio Google (y cuantas más personas nos agregan a sus círculos más arriba podemos estar en las búsquedas en internet).

La clave de los mensajes estará siempre en lo emocional porque esa es la base fundamental de la toma de decisiones. También hay que proporcionar elementos racionales para la 'justificación' racional de las decisiones.

En fin: allá afuera están los mutantes.

Y son (casi) todos.

Si no cuentas con una estrategia de comunicación política en redes sociales, pues estarás cediendo zonas vitales a tus adversarios.

¿Políticos en red o políticos enredados?

En este nuevo mundo de mutantes surgen muchas dudas con respecto a las estrategias de comunicación política en redes sociales.

Dudas que hay que responder de manera sensata y provisional.

Sensata. Ok.

¿Pero provisional?

Sí.

Porque los cambios son tan acelerados que necesariamente vamos a cometer errores, vamos a aprender por ensayo y error y vamos a ir mejorando por sucesivas aproximaciones.

Tratemos de despejar algunas de esas dudas para ayudar a los políticos para que puedan dejar de estar enredados y logren estar en red:

1. *¿Son realmente un cambio las redes sociales o simplemente son una herramienta más?* Más que un cambio son una revolución. No se trata de agregar una nueva herramienta a la comunicación política. Se trata de comprender que las redes sociales están modificando formas de vivir, formas de pensar y formas de comunicarse. Revolución.
 2. *¿Deberíamos dejar de lado los medios tradicionales?* No. La gráfica, la vía pública, la radio, la televisión y en general los medios tradicionales deben ser atendidos con mucho profesionalismo. Todavía no hay ningún lugar donde se puedan dejar de lado. Sería disparatado porque siguen siendo importantes a la hora del consumo de información por parte de la población.
 3. *¿Por dónde empezar?* Lo primero que hay que hacer es una encuesta-madre que estudie los hábitos y preferencias en materia de consumo de medios de la población objetivo, de nuestro target electoral. Solo a partir
-

de allí podemos evaluar el peso que tiene cada medio en la comunidad de que se trate. Y solo comprendiendo ese peso podremos planificar qué uso le daremos a las redes sociales y a los demás medios.

4. *¿Cómo segmentar el público de las redes sociales?* Lo más atinado parecería ser segmentarlo en función de las redes sociales que utilice más frecuentemente y cruzar esa segmentación con variables psicográficas que informen sobre sus valores y estilos de vida.
 5. *¿Cómo se vincula la psicología del votante con la estructuración de una campaña en redes sociales?* Construyendo la estrategia de la campaña no en función de las preferencias del community manager, del consultor político, del candidato, del dircom o del publicista sino en función del target, contemplando su forma de pensar, sentir y actuar en las redes.
 6. *¿El político debe manejar él mismo las redes sociales o debe contratar un equipo que se encargue de la tarea?* Ambas cosas. Tiene que haber equipo de redes sociales pero además el candidato debe manejar las herramientas y participar de la misma manera que participa en una recorrida callejera o en un mitin público o en una entrevista de prensa.
 7. *¿Los políticos están participando en redes sociales en sintonía con lo que la ciudadanía les reclama?* Para describir de manera gráfica un aspecto importante de la situación, diría que frecuentemente la población demanda diálogo e intercambio mientras el sistema político suele ofrecer monólogo y discurso. Ahí hay una grieta fundamental que se debe corregir.
 8. *¿Cual es la importancia real de Twitter, considerando que allí todavía no está la mayoría de la población?* Por ahora la importancia de Twitter es directamente proporcional a su alcance, a su poder multiplicador. Por lo tanto a su llegada a los líderes de opinión. En toda campaña es vital persuadir tempranamente a los líderes de opinión, y ese trabajo parece estar hecho a la medida de Twitter.
 9. *¿La campaña en redes sociales y la campaña territorial deben ser integradas o paralelas?* Es imprescindible integrarlas. Esa integración
-

debe ser un objetivo estratégico de la campaña. Es vital que cada evento territorial se aproveche para ampliar las conexiones de redes sociales. Y también es vital que las redes sociales sean un elemento movilizador en el territorio.

10. *¿Cómo manejar las críticas recibidas en redes sociales?* De la misma manera que deberían manejarse en toda la campaña. Si alguien de nuestro público objetivo tiene cuestionamientos, objeciones o dudas, tenemos que darle importancia porque seguramente no es solo una reacción individual sino un emergente de un sector social. Darle importancia, entonces, y responderlo de tal manera que podamos destruir la objeción o disipar la duda.

Parecen los 10 mandamientos pero no lo son.

Apenas se trata de un pequeño conjunto de preguntas iniciales para ir desenredando la madeja de la comunicación política en redes sociales.

Comunicación política en Facebook

Si eres político y quieres una buena presencia en Facebook, olvida tu perfil personal y comienza a construir tu página.

Seguramente será una pieza importante de toda tu estructura de marketing político.

Sé que muchos dirán: 'yo ya estoy en Facebook, ya tengo mi perfil personal...¿por qué una página dentro de Facebook?'

Una página es más efectiva por varias razones:

- El perfil está limitado a un máximo de 5000 'amigos'. Es cierto que hay trucos para ampliar ese límite. Por ejemplo tener 'seguidores'. O crear un segundo perfil, y a veces hasta un tercero. Pero es mucho más simple, claro y contundente escapar de esa limitación mediante una página, que ya de por sí no tiene límite en cuánto a cantidad de 'Me Gusta'.
- El impacto psicológico es mayor cuando el usuario de Facebook ve 8000 'Me Gusta' que cuando ve 5000 'Amigos' (y tenga que descubrir en un segundo paso que hay un segundo perfil o también seguidores). No es que la cantidad sea lo más importante ni mucho menos, pero es un factor más.
- El perfil luce más personal mientras que la página tiene un 'look and feel' más profesional, comenzando por su mismo diseño.
- La página permite hacer publicidad que llegue masivamente a los amigos de tus fans sin molestar a nadie con las tediosas etiquetas que muchas veces generan rechazo.
- Además la página permite promocionar individualmente los posts que te parezca oportuno, lo cual te brinda una nueva herramienta para darle

mucha más difusión a un artículo, foto o video que consideres especialmente importante para tu público.

- En la página es posible programar posts para que se publiquen en el día y a la hora que tú lo determines.
- La página le informa al administrador la cantidad de personas que ha visto cada post.
- La página ofrece estadísticas completas que te ayudan a entender dónde están tus fans, en qué país, en qué ciudad, cual es el porcentaje de hombres y mujeres o cómo es la distribución por edades, asuntos todos muy valiosos para la segmentación de tu comunicación política.
- La página te ayuda mucho más a construir tu imagen de marca, algo indispensable en el marketing político.
- La página le ahorra mucho tiempo a quien la administra ya que evita la humana tentación de la curiosidad, de pasarse las horas mirando publicaciones de otros y escudriñando el interminable flujo de información que en buena parte es irrelevante. En lugar de eso te ayuda a concentrarte y a focalizar en lo que te lleva a Facebook: el marketing político de tu partido o candidatura.
- Cuando alguien hace click sobre el 'Me Gusta' de tu página, luego va a ver tus actualizaciones de la misma manera que los 'Amigos' ven lo que se postea desde perfiles personales.
- La página mantiene las herramientas de interacción de los perfiles: se pueden hacer comentarios, responder, enviar mensajes privados, compartir...

Una página, entonces. No un perfil personal.

Y ésto que digo para los políticos también vale para empresas, personalidades, productos, organizaciones y marcas.

Página. Eso.

El vecino twittero de Osama bin Laden

Es la 1 de la madrugada.

Sohaib Athar está todavía despierto, atento a su notebook y al Twitter.

Tiene 33 años y es consultor en informática. Vive en una pequeña y somnolienta ciudad en las montañas de Pakistán. Es un lugar inmensamente tranquilo. Lo eligió para vivir justamente por eso: intentando escapar del estrés y la agitación de las grandes urbes.

Claro que no sabe que su vecino es Osama bin Laden.

“Un helicóptero sobrevuela Abbotabad a la una de la mañana. Es extraño”, escribe Sohaib en su Twitter.

El ruido continúa y Sohaib se molesta.

Sigue twitteando, entre irónico e irritado: “Vete helicóptero, antes de que saque mi matamoscas gigante”.

Luego escucha una explosión, y minutos después un violento tiroteo. Y sigue en el Twitter, describiendo lo que escucha y cada vez más convencido de que está pasando algo grande.

Sohaib no lo sabe, pero un comando de los Estados Unidos ingresó a la fortificada residencia de su enigmático vecino.

Sin quererlo está relatando la muerte de Osama bin Laden.

La nueva comunicación

La revolución de las comunicaciones humanas sigue su marcha a toda velocidad. Y Twitter es parte importante de ella.

¡Es tan simple! Basta una conexión a Internet, ingresar a Twitter y allí crear una cuenta gratuita. Hacerlo es muy rápido. Tal vez un minuto y listo. Ya estás en Twitter.

¿Y después?

Pues lo primero es ver lo que están haciendo otros, of course. Para entender mejor esta tecnología. Para acostumbrarse y tomarle el gusto. Para ir entrando en su ritmo.

Es muy fácil buscar otros usuarios de Twitter, simplemente con su nombre y desde la misma página de Twitter. Y es muy fácil encontrar presidentes, alcaldes, gobernadores, senadores, consultores políticos o lo que busques. Y al encontrarlos simplemente un click y ya los estás siguiendo. A partir de ese momento vas a leer todo lo que escriben en esta herramienta.

Por supuesto que cada vez es más obvia la enorme potencialidad que tiene esta tecnología en las campañas electorales y la comunicación política y de gobierno.

Ya sabemos que jugó un papel relevante en la campaña de Obama, pero también ha sido fundamental en las revueltas antigubernamentales del mundo árabe.

Y los políticos que la usan con inteligencia están viendo su alto rendimiento en cuanto a la construcción de su imagen pública.

Pero hasta el periodismo está cambiando muchas de sus reglas al incorporarse al mundo de Twitter.

Lo ocurrido en Pakistán es apenas una muestra: un ciudadano que cubre una noticia adelantándose a las grandes cadenas internacionales y dando una versión muy personal de los hechos.

¿Hasta dónde puede evolucionar esta tendencia? Imposible saberlo.

Los nuevos escenarios

Apenas un pequeño ejemplo personal.

Es de noche y estoy mirando televisión. Durante los avisos publicitarios me conecto a Twitter desde mi teléfono móvil y leo las actualizaciones. Como sigo a varios de los principales diarios del mundo, pues allí tengo las noticias más importantes.

Repaso los tweets y estoy repasando los títulos de las noticias. Cuando alguno me interesa hago un click y se abre el navegador que me trae el texto de la información.

Con lo cual me voy creando una rutina informativa que hace cada vez menos necesaria la lectura de un único medio por vías tradicionales.

Es más: en mi experiencia personal Twitter ya es mi primera fuente de información.

No es que lo vaya a ser algún día. Ya lo es.

Este tipo de escenarios comunicacionales es cada vez más frecuente. Y es indispensable que los incorporemos activamente a la comunicación política.

Los candidatos, los gobernantes y los políticos en general deben estar en Twitter. Pero además sus equipos deben desarrollar estrategias sólidas para que no sea solo presencia sino además comunicación inteligente.

No te olvides que no es solo la tecnología lo que cambia. Es que son los electores quienes van cambiando aceleradamente.

Piensa en ello.

3 armas mortales de Twitter

Ya sabes que Twitter es una red social. Como otras, pero distinta de otras.

Distinta porque es más simple.

Mucho más simple.

Tan simple que cada publicación consta apenas de 140 caracteres.

Nada más que eso: 140 caracteres.

Claro está que en ellos puedes incluir un link a un texto en tu blog o en tu página o en tu Facebook. Y ese texto enlazado sí puede tener toda la extensión que quieras...

Twitter. 140 caracteres. Simplicidad.

¿Sirve para la política?

Sí.

Rotundamente. Sí.

Y no solo para la política sino también para las empresas, los profesionales, los periodistas...Sirve porque es una herramienta de comunicación social que tiene, básicamente, 3 armas mortales.

Esas 3 armas mortales son:

1. Síntesis
2. Interacción
3. Movilidad

Sobre la capacidad de síntesis

Twitter te obliga a la síntesis con su límite de 140 caracteres. Literalmente: te obliga.

¡Y qué bueno es eso!

Es extraordinariamente bueno porque uno de los problemas más frecuentes en la comunicación es justamente el exceso.

Frases demasiado largas, argumentos demasiado extensos, formulaciones interminables...todo lo cual desemboca en ruido puro y duro. Nadie entiende nada así.

La síntesis, en cambio, es una bendición.

La síntesis comunica limpiamente.

¡Y vaya que necesita síntesis el sistema político!

Sobre la interacción

Twitter no es un discurso ni un monólogo.

Es diálogo, interacción, cooperación.

Uno puede compartir con los demás lo que produce o lo que encuentra en Internet. Puede agregar valor a los otros, enriquecer su vida y su información. Puede responder preguntas. O hacerlas. Contestar cuestionamientos, críticas, dudas...que siempre las hay.

Podrás decir que en Twitter no está la mayoría del electorado.

Es cierto.

Es una minoría.

Pero, cuidado con el detalle. ¡Cuidado!

Porque es una minoría especial. Una minoría muy activa, muy dispuesta a compartir y difundir ideas. Una minoría de formadores de opinión.

Y esos formadores de opinión pueden ser vitales para tu campaña política.

Sobre la movilidad

Twitter es ideal para llevarlo contigo.

Su brevedad y simplicidad lo adaptan de maravillas al teléfono móvil. De maravillas.

No importa donde estés.

En tu casa, tu trabajo, tu automóvil, dondequiera que sea que estés...allí puede estar Twitter.

Simple, rápido, directo. ¿No es el sueño de todo político inteligente comunicarse así con su público?

Final en menos de 140 caracteres

Twitter es ideal para los políticos.

Los obliga a sintetizar y les permite interactuar con su público y llegarle de un modo simple y rápido.

¿Es Google+ un pueblo fantasma?

¿Pierdes tu tiempo en Google+ como si pasearas por un pueblo fantasma?

¿Te estás perdiendo de algo si no estás allí?

¿Acaso hay una vibrante comunidad Google+ que te ofrece recursos insospechados hasta ahora?

El mito del pueblo fantasma

Ya sabes: recorres un pueblo fantasma. Miras las calles vacías, los edificios abandonados, algunas hojas arrastradas por el viento. Escuchas el silencio, el eco de tus propios pasos.

Nadie, no hay nadie.

Todo vacío y abandonado.

¿Es así Google+?

Así es por lo menos la imagen que transmiten algunos medios de comunicación.

Y tal vez esa sea la primera impresión de un sector importante de los recién llegados.

También a mi me ocurrió.

Un buen día desembarqué en Google+ y me llevó algún tiempo ir comprendiendo su dinámica.

Acostumbrado al conocido 'bullicio' de Facebook y de Twitter, comencé a hacerme preguntas:

¿Dónde están todos?

¿Por dónde empiezo?

¿Qué hago?

¿Qué hay aquí para mí?

¿Qué puedo aportar?

Durante cierto tiempo entré y salí de Google+ sin un rumbo claro. Visitaba, recorría, me hacía preguntas, observaba lo que otros hacían...y me volvía a ir.

Hasta que una muy buena experiencia me hizo fijar Google+ como uno de mis domicilios.

Me quedé a vivir allí.

Experiencia profesional reciente en Google+

Mis lectores son políticos, consultores, asesores, periodistas, publicistas, comunicadores, psicólogos, sociólogos y apasionados por la política, el marketing y la comunicación.

Cuento mi experiencia reciente porque creo firmemente que a un amplio sector de ese público le resultaría muy productiva una activa presencia en Google+.

Sin pretender, claro, que mi experiencia sea válida para todos.

En abril de 2014 decidí regalar un libro digital a todas las personas que me agregaran en sus círculos de Google+.

Y la respuesta del público fue muy interesante:

1. En una semana más de 600 personas me agregaron a sus círculos, todas ellas interesadas en los temas acerca de los cuales escribo y enseño, todas ellas vinculadas al mundo donde me desempeño como consultor político.
2. En el mismo período crecieron las interacciones sociales en mi perfil de Google+: 184 comentarios, 249 +1, 89 que compartieron mis posts.

3. En la misma semana respondí unos 200 mails provenientes de personas que me tienen en círculos de Google+.
4. Siempre en esa semana, el 21 % del tráfico referido hacia mi blog se originó en Google+ (por debajo del 37 % originado en Twitter y del 26 % proveniente de Facebook, por encima del 2 % referido por LinkedIn, y considerando que en estas otras 3 redes sociales también he tenido mucha participación). Veintiuno por ciento de las personas que leyeron mi blog vinieron de esta red social.

¿Pueblo fantasma con estos datos?

No, para nada.

Más bien son datos intensos, estimulantes, alentadores.

Al final del día lo que importa es lo que cada uno construye

Sí. No se trata de Facebook ni de Google+ ni de Twitter ni de LinkedIn, Pinterest, Foursquare, Instagram, etc.

Se trata de lo que haces, de lo que propones, de lo que construyes, de lo que compartes.

Todos los lugares serán pueblos fantasmas sin tu energía, sin tu trabajo, sin tu creatividad, sin tu aporte.

Todos.

Aún los más poblados serán fantasmales, inertes e inútiles.

Por eso mi humilde consejo respecto a Google+.

Tienes que estar.

Construir tu perfil.

Observar lo que hacen los demás.

Agregar gente interesante.

Ver lo que otros postean.

Comenzar a interactuar dando +1 a lo que te gusta.

Comentar algunos posts. Compartir otros.
Publicar tú mismo algunos posts interesantes.
Avanzar poco a poco. De menos a más.

Ese fue, por otra parte, el mismo consejo que te di años atrás respecto a Twitter.

Y el mismo que te di, más años atrás aún, respecto a Facebook.

En el fondo se trata de construir, de tejer redes, de despejar canales para la comunicación. Para tu partido político, para tu candidatura, para tu gobierno, para tu empresa, para tu marca, para tus servicios profesionales...

-Aquí no se puede hacer nada -dicen muchas personas.

No importa si se refieren a una ciudad, un partido, un país, una red social o una empresa.

No importa porque la frase es en realidad una actitud, un estado mental, un marco conceptual, un mapa para ver la realidad.

Si nos manejamos con ese mapa, pues siempre veremos pueblos fantasma.

No solo en Google+ sino casi que en todas partes.

Como decía el inolvidable personaje de 'Sexto sentido':

-Veo gente muerta...

Sacude los pueblos fantasma de tu mirada y de tu cabeza.

La realidad no está en ruinas. Solo te está indicando que está todo para construir.

Siempre.

Shh!! El principal motivo para estar en Google+ es...Google

Muchos y muy poderosos son los motivos que te pueden llevar a dedicarle algo de tu tiempo a Google+, la red social de Google (aunque ya veremos que es más que una red social...).

Uno de esos motivos es la interfaz limpia, clara, despojada, libre de publicidad y que no está sobrecargada de contenidos.

Esta presentación, este look visual, este modo de funcionamiento que se te brinda desde el instante mismo que entras a Google+, seguramente va a tener 3 consecuencias básicas inmediatas:

1. *Una consecuencia psicológica.* Tu respuesta a la interfaz de Google+ será menos estresada, menos ansiosa, menos apurada, más calma, más reflexiva y hasta más profunda que ante otras redes sociales. Es como la diferencia psicológica entre trabajar en un ambiente caótico y desordenado o hacerlo en un ambiente tranquilo y organizado.
2. *Una consecuencia práctica que se deriva de la anterior.* Te va a resultar mucho más fácil encontrar contenidos valiosos y que realmente te interesen. Y no solo encontrarlos, sino profundizar en ellos, disfrutarlos y aprender. Y al mismo tiempo eso te va a facilitar que tú mismo compartas más contenidos valiosos con los demás.
3. *Una consecuencia social.* Los vínculos que construyas en Google+ serán diferentes a los que generas hoy en día en otras redes sociales. Serán menos en cantidad, seguramente. Pero no serán tan superficiales ni tan frágiles ni tan volátiles. La misma comunidad de intereses que Google+ facilita desde su propio aspecto visual será un estímulo para vínculos

más duraderos y más profundos a partir de un compartir más reflexivo y más vinculado a tus intereses más permanentes.

Hay más motivos, claro, para que tu comunicación política también tenga su lugar en esta red social:

- La posibilidad de comunicarte vía video a través de los hangouts
- La posibilidad de segmentar tus mensajes organizando tus contactos en círculos
- La posibilidad de participar en comunidades o de crearlas

En fin: un mundo de posibilidades.

Pero el principal motivo para estar en Google+ es Google

Google es un gigante.

Y por lo que se ve al día de hoy no parece ser un gigante con pies de barro. Es un gigante rentable. Mientras otros gigantes pelean día a día para que su negocio demuestre claramente su rentabilidad, Google ya lo hizo hace años. Y vaya si es rentable!

Además está en la mayor avanzada mundial en materia de innovación, ciencia y tecnología, y dispone de muchas de las mentes más brillantes del planeta trabajando en sus filas.

Con esas características, todo indica que Google va a seguir avanzando y creciendo.

Y este gigante rentable, innovador y creciente es quien impulsa Google+.

¿No te parece razón suficiente para pensar que esta red social también va a crecer inmensamente?

Yo creo que sí.

Pero además...shh...lo digo en voz baja: si estás en Google+ y participas y compartes contenidos, entonces aparecerás más alto, más rápido y más pronto en el más usado de los buscadores (Google, claro).

Es simple.

Cuando una persona que te tiene en sus círculos busque en Google las palabras clave por las que te interesa que te encuentren...si participas en Google+ y haces las cosas bien, entonces tu nombre saltará frente a quien busca mucho antes que el de tus competidores.

Y eso es lo que quieres, ¿verdad?

Pues manos a la obra.

Ingresa en Google+. Inicia sesión o crea una cuenta. Agrega a tus círculos personas que publiquen contenidos que te interesen.

Comienza a participar.

Ya verás que es bastante más que una red social.

YouTube, uno de los asesinos de la TV

La televisión va a morir.

¿No lo crees? Pues toma nota.

La televisión, así como la conocemos, está condenada a muerte.

A corto plazo.

Reflexionemos:

- ¿A quién le sirve el viejo modelo de unos pocos canales de aire que prácticamente te dan cero opción para elegir?
- ¿A quién le sirve una programación entrecortada de avisos comerciales que a veces duran más que los programas?
- ¿A quién le sirve el menos viejo modelo de pagar costos abusivos por una oferta de 150 canales de cable de los cuales te interesa ver solo 10 o 15?
- ¿A quién le sirve una programación rígida donde tienes que ver el programa que te gusta pero en el día y a la hora que a los programadores se les ocurra?
- ¿A quién le sirve invertir en publicidad en un medio donde la gente espera la publicidad, justamente, para conversar-chatear-twittear-cocinar-ir al baño-comer-cambiar de canal y un largo etcétera?

No digo que no le sirva a nadie.

Nones.

Pero cada vez son menos y eso va a revolucionar lo que hoy conocemos como televisión.

¿Dije que va a revolucionar? ¿Futuro?

Me corrijo: ya la está revolucionando:

- Ya hay sitios donde ver online películas y series.
- Ya hay sitios donde bajar películas y series a tu computadora o a tu tablet.
- Ya hay sitios donde ver online eventos deportivos.

Algunos gratis. Y otros que son de pago, pero que en definitiva son más baratos y además estás pagando por lo que efectivamente te gusta.

Está la televisión en streaming como Netflix y similares.

Y ya hace rato que está YouTube.

Todos ellos son los asesinos de nuestra tradicional manera de ver televisión.

Son los asesinos de la TV tal como la conocemos.

Identikit: retrato hablado de YouTube

Pensemos en YouTube:

1. Más de mil millones de personas visitan YouTube cada mes
2. Más de 4 mil millones de horas de videos se ven cada mes en YouTube
3. Después de Google, es el segundo sitio de Internet donde más se busca información
4. Cada minuto se suben a YouTube más de 72 horas de videos
5. Varios millones de personas se suscriben por día a YouTube
6. Hay una inmensa cantidad de canales temáticos: deportivos, musicales, políticos, de cine, personales, de televisión, de tecnología...
7. Los suscriptores son gratuitos y eligen para seguir a los canales que más les interesan
8. Más de 500 tweets por minuto contienen enlaces a videos de YouTube
9. Sí: YouTube es de Google

Tienes que ser cómplice de este asesinato.

Si eres político, candidato o gobernante, no existes si no tienes tu propio canal en YouTube.

No lo puedes crear 6 meses antes de las elecciones sino que tiene que ser mucho tiempo antes.

Mucho.

Ya mismo.

Si eres consultor o asesor o publicista o profesional o empresario o periodista o músico o escritor...también tienes que tener tu canal de YouTube.

Si no eres nada de lo anterior pero quieres expresarte, darte a conocer, comunicarte con el mundo...sí, adivinaste: tienes que tener tu canal de YouTube.

No lo pienses con el antiguo formato televisivo.

No pienses en grandes producciones.

No pretendas ser Steven Spielberg ni Woody Allen.

Para muchas cosas basta con el smartphone, la tablet, la cámara amateur, la cámara web...

Simplemente trabaja, experimenta, avanza.

¿No estás en ninguna de las categorías anteriores? ¿O simplemente no quieres tener tu propio canal?

Pues busca en YouTube, persigue tus intereses, tus inquietudes, tus gustos.

Vas a encontrar un enorme tesoro. Inagotable, realmente.

Por eso es conveniente que te suscribas a los canales que te gustan.

Para no perderte en el mar de YouTube. Para recibir un aviso cuando hay nuevo material que está dentro de tus intereses. Para no estar al margen de este asesinato colectivo.

La televisión ya nunca será lo que era.

Las redes sociales tienen un solo secreto y se llama compartir

Si estás con poco tiempo te lo puedo resumir en una sola frase: el gran secreto de las redes sociales es compartir.

Compartir.

Punto. Ya puedes abandonar este capítulo. O seguirlo para profundizar, pero la clave está ahí: compartir.

El de las redes sociales es uno de esos temas estrella, uno de esos temas sobre el cual todos hablan y todos quieren saber.

En especial políticos, consultores y profesionales quieren saber cómo utilizar mejor Facebook, Google+, Twitter, YouTube y otras redes.

Y es lógico que así sea: cada una de esas redes es como si fuera una gigantesca ciudad donde puedes encontrar a tu vecino de la puerta de al lado, a los que viven en otro barrio, en otra parte del país o en otro país.

Piénsalo así, entonces: cada red social es una enorme ciudad. Y compara cuales son las 10 mayores ciudades del mundo:

1. Facebook: más de 1000 millones de personas
2. YouTube: unos 800 millones de personas
3. Google+: unos 500 millones de personas
4. Twitter: 500 millones de personas

5. LinkedIn: más de 200 millones de personas
6. Tokio: 40 millones de personas
7. México: 30 millones de personas
8. Nueva York: 25 millones de personas
9. Bombay: más de 20 millones de personas
10. Seúl: más de 20 millones de personas

Saca las cuentas en tu país y te aseguro que en Facebook viven más cantidad de tus compatriotas que en las demás ciudades.

¿Por qué están allí de un modo tan masivo?

Lo dicho: para compartir.

Las redes sociales permiten el contacto con los demás saltando las barreras de la distancia. Y ese contacto es tanto más valorado por la gente cuánto más valiosos sean los contenidos compartidos.

Entonces: si quieres tener un buen resultado de tu presencia en redes sociales lo que tienes que hacer es compartir con los demás.

¿Compartir qué?

Pues depende de la persona, de sus objetivos en las redes y de cuáles son las que utiliza.

Por ejemplo:

- Facebook es la red más personal y allí dominan mucho las imágenes. Ideal para conocer mejor a la persona de carne y hueso.
- YouTube ya sabes que es para compartir videos.
- Google+ tiene varias similitudes con Facebook, aunque con un diseño visual muy diferente, con más proporción de contenidos 'serios' y menos juegos y comentarios intrascendentes.

- Twitter es el reino de la brevedad y la síntesis: apenas 140 caracteres por cada mensaje. Y puedes seguir a cualquier persona del planeta y ver qué publica. Es una red ideal para compartir enlaces a artículos y notas de interés.
- LinkedIn es la red más profesional y empresarial y facilita los contactos en ese rubro, por lo tanto el tono y el contenido de lo que se comparte tendría que estar vinculado con estas temáticas.

Con estos ejemplos simples te quiero decir no solamente que tienes que compartir para aprovechar mejor las redes sociales.

Además tienes que compartir de acuerdo a tus intereses y fundamentalmente respetando las características de cada red y de los usuarios de la misma.

Al usuario de LinkedIn no le interesan las fotos de tu adorable abuelita.

Al usuario de Facebook no le interesan los hashtags y los RT.

Al usuario de Twitter no le interesa lo que estás comiendo.

Al usuario de YouTube no le interesan los videos demasiado largos.

Al usuario de Google+ no le interesa Farmville.

Comparte. Sí.

Pero respeta las diferencias entre los usuarios de cada red social.

Comprende que son diferentes.

Comprende que tu propio comportamiento es diferente cuando estás en cada una de ellas.

¡Y que viva la diferencia!

10 razones por las que los políticos prefieren Twitter

Es un hecho en todo el mundo.

Los políticos prefieren Twitter.

Candidatos, gobernantes, dirigentes, militantes...

La campaña electoral de Obama en 2008 marcó el camino. Twitter fue una de sus herramientas más novedosas, y el día de la elección ya tenía 100 mil seguidores.

En 2012, apenas 4 años después, Obama llegó al día de la elección con 20 millones de seguidores.

Las dos campañas de Obama fueron decisivas para difundir entre los políticos los beneficios de un uso inteligente de Twitter.

Pero luego han sido las características propias de esta red social las que han consolidado su papel en la política.

¿Por qué es la red social preferida de los políticos?

1. *Impacto.* En Twitter están los líderes de opinión. Políticos, gobernantes, candidatos, dirigentes, periodistas, medios de comunicación, referentes sociales y culturales, formadores de opinión, gente activa e influyente. No es ni pretende ser 'toda la sociedad', pero sí es un segmento con una enorme relevancia para la política por su gran poder multiplicador.
2. *Noticia.* Una participación inteligente en Twitter suele ser una vía más directa para salir en las noticias que las tradicionales ruedas de prensa.
3. *Contacto.* Es una forma rápida de contactar con personas relevantes para el político.

4. *Brevedad*. Un tweet son 140 caracteres. No es una columna ni un discurso ni unas largas declaraciones.
5. *Velocidad*. Es una herramienta ideal para difundir o seguir en tiempo real las novedades de un evento que está desarrollándose.
6. *Interacción*. Permite intercambiar ideas, dialogar, discutir, defender posiciones, responder.
7. *Síntesis*. ¿Qué más quiere un político que lograr sintetizar su pensamiento en frases breves que sirvan para un título periodístico y que sean fácilmente recordadas? Pues Twitter es un lugar de excelencia para afinar al máximo el poder de síntesis.
8. *Receptividad*. El público de Twitter recibe con mucha mayor naturalidad los mensajes vinculados a la política, mientras en otras redes sociales los mismos son muchas veces considerados como intrusiones ajenas.
9. *Información*. Seguir a un buen menú de periodistas y medios permite tener fuentes informativas creíbles siempre al alcance de la mano. Para estar informado rápidamente basta consultar Twitter y ya no es necesario acudir a muchos medios en diferentes sitios. Solo con su uso te das cuenta del tiempo que ahorras.
10. *Movilidad*. Por su brevedad Twitter es perfecto para usar desde los smartphones. Lo cual significa que siempre va contigo, nada menos.

Seguramente hay más razones, claro.

Pero estas 9 pintan con colores definidos la sólida complicidad entre Twitter y el mundo político.

Ya no digo solo 'los políticos' sino 'el mundo político'.

Porque todos los apasionados de la política le damos una jerarquía especial a esta red social.

Cómo Ganar Votos y Construir Poder Político.

**¿Estás listo para avanzar mucho más lejos en política?
Maquiavelo&Freud Premium es la herramienta más completa...**

[Click Aquí para Informarte](#)

El libro que acabas de leer cubre aspectos básicos necesarios para todo aquel que trabaja en política...pero solo es el comienzo.

Si quieres ir mucho más allá, entonces tendrás que profundizar.

Maquiavelo&Freud Premium es un sistema que te enseña cómo funciona el cerebro del votante y que te explica paso a paso cómo construir tu campaña electoral a partir de esa comprensión.

Los 2 pilares sobre los que se asienta el sistema son el conocimiento científico aportado por la psicología política y otras ciencias sociales y la experiencia práctica de centenares de campañas electorales.

Son 300 páginas de texto y 3 horas de audio que serán tu guía estratégica para lograr tus metas en el mundo de la política.

[Click Aquí para Descubrir los Beneficios que te da Maquiavelo&Freud Premium](#)