



opiniones tienen el mayor impacto. Por ejemplo, en Twitter pueden saber los twits de quién se vuelven a enviar más a menudo.

“Encontrarlos en el pajar del mundo real, es largo y tedioso”, escribe el ex gerente de fondos de alto riesgo Andy Kessler en un artículo de opinión en WSJ.com. “Sin embargo, ya se aprovechan los servidores rápidos y algoritmos constantemente actualizados para encontrarlos en las redes sociales, y sin duda eso influirá a quien llegue a ser nuestro próximo presidente”.

El Uso De Youtube

En marzo, la campaña de Obama publicó en YouTube el vídeo de 17 minutos de duración El camino que hemos recorrido. El vídeo, narrado por el actor Tom Hanks, relata los enormes desafíos que el presidente enfrentó al asumir el cargo en 2009 y sus éxitos desde entonces.

Los que visitan la página de YouTube del presidente tienen muchas opciones para donar a la campaña, ofrecerse de voluntarios, o compartir con amigos el vídeo u otro contenido de la campaña por los medios de comunicación social.

“Uno de los mayores desafíos que se presentan con YouTube es darle a la gente una acción clara a tomar después de ver”, dijo al New York Times Stephen Muller, director de la campaña de vídeo de Obama. Las campañas de Obama y del candidato republicano Mitt Romney utilizan vídeos para enfrentar ese desafío.

Las sesiones que los candidatos solían tener con los reporteros antes o después de los debates y otros

eventos televisados han sido víctimas del crecimiento de los medios sociales. Ahora, los candidatos las omiten y, en vez de ellas, permiten que los partidarios en Twitter envíen mensajes por medio de tweets.

La campaña de Obama ha comenzado a usar medios de comunicación social menos conocidos. Ha puesto en Spotify algunas de las canciones favoritas de Obama, ha publicado fotos en Instagram, e imágenes en Pinterest y usa Tumblr y Google+. Teddy Goff, el director digital de la campaña, le dijo al columnista en línea Chris O'Brien que su equipo trata de crear un mensaje diferente para cada plataforma de medios de comunicación social.

Si marcamos la pauta, entonces todas estas personas pueden hacer trabajo por nosotros”, dijo Goff. “Pero también es arriesgado. Porque si no somos auténticos en esas cosas, la gente no solo dejará de prestar atención, sino que dirá por tweet que no les interesa”.



La página Twitter del candidato presidencial Mitt Romney invita a los partidarios a que pasen su mensaje.

Arriba: la activista política Dianne Belsom, en su hogar en Carolina del Sur, consume las noticias de la campaña electoral en los medios sociales.

