

Uruguay. Jorge Castrillón, protagonista del movimiento de indignados en España, cuestionó el uso que los políticos uruguayos le dan al Twitter



Twitter: la red social que da poder a los que no se ven

JORGE CASTRILLÓN

“Aún no conocen las redes”

Yo creo que las redes sociales son una herramienta muy potente que los partidos políticos han estado utilizando mal. Eso se ve tanto en España como en Uruguay.

Para muchos, estar en Twitter es hacer algo por obligación, es estar ahí porque está Barack Obama. Y te encuentras con cosas como perfiles falsos y muy poca interacción con el público.

No ven que no es solo una herramienta, es un medio para conectarse con la gente. La política es un mecanismo de control ciudadano, la gente tiene que participar y le gusta hacerlo. No puede ser que aparezca en Twitter un candidato y diga “vamos a hacer esto y esto” y cuando la gente lo interpela no dice ni “mu”.

Una estrategia exitosa es tener gente que lo sepa hacer y que esté implicada, (que no haga marketing político). Esa gente convencida de su partido existe, pero todavía no se le da el espacio para que ejerza su militancia en las redes. Eso es un error.

■ LETICIA COSTA DELGADO

En las manifestaciones de los últimos años ha habido un actor que se ganó un rol protagónico: Twitter. Jorge Castrillón quien integró el movimiento de Indignados en España, dijo que es una herramienta poderosa que Uruguay aún subestima.

“Tengo dos cosas para decirles antes de comenzar: la primera es que no me gustan los *power points*, la segunda es que no creo en este tipo de charlas”, así comenzó su exposición Jorge Castrillón ante un auditorio de unas 750 personas en la Sala Teatro Movie del Montevideo Shopping.

Castrillón fue uno de los oradores del Social Media Day, un evento realizado el pasado 22 de julio bajo la organización de la Universidad ORT y definido como una instancia para “celebrar los alcances y el potencial de la revolución digital en los medios sociales”.

De origen español, con un acento que le impide ocultar su nacionalidad, su presencia entre los oradores no se debió solamente a que es especialista en comunicación, cultura y desarrollo, sino a que fue una de las personas que participaron y estuvieron más comprometidas con uno de los fenómenos de comunicación en redes sociales más significativo de los últimos años: el 15M, el movimiento de los autollamados “indignados” en España.

“Cuando digo que no creo en este tipo de charlas me refiero a que para mí el uso de la

tecnología no se basa en las charlas como las de Steve Jobs ni de alguien que quiera dar un mensaje personal sino de una organización colectiva, una comunidad, esa es la base de Internet y de las redes sociales, una estructura horizontal”, expresó captando la atención de todos los presentes.

En diálogo con El País, Castrillón contó que llegó a Uruguay hace un año y medio motivado por las dificultades económicas que se viven en su país. Aquí vive con su novia, una periodista que conoció en las manifestaciones del movimiento de indignados.

—¿Cómo tomaste contacto con las manifestaciones?

—Hubo una manifestación que empezó a difundirse por las redes sociales apelando a un espíritu generacional, sin partidos ni sindicatos, con un lenguaje que no era ‘viejuno’ sino directo. Decidimos ir con amigos y nos encontramos que el enfado que teníamos por cómo estaban las cosas lo compartía muchísima gente.

Un día se enteraron que un grupo de personas se iban a reunir en la Plaza del Sol, en Madrid. Fueron y como ellos, habían sido 7.000 personas las que salieron a manifestarse. “Fue una cosa muy tremenda”, rememora Castrillón, quien había perdido un empleo de gran responsabilidad y había tenido que regresar a casa de sus padres a los 35 años.

La convocatoria surgió y se expandió a través de Twitter y Facebook. Después de unos

días, le propusieron que se encargara de la comunicación y pasó a formar parte del desarrollo de estrategias de comunicación que ayudaron a catalizar el movimiento 15M, del cual surgió el partido “Podemos”.

URUGUAY. En las últimas elecciones internas Castrillón colaboró en la campaña de Constanza Moreira. “Me di cuenta que uno no puede venir desde afuera como un paracaidista a decir lo que tienen que hacer”.

Por el contrario, expresó, para aprovechar las redes sociales se necesita alguien que

transmiten los tuits. “En Uruguay hay mucho miedo a escribir en Twitter todavía”, admitió. “Se piensa: ‘ay no pongas eso porque lo pueden tomar a mal’, no se puede estar en Twitter con miedo. Para estar en las redes sociales es fundamental no tenerles miedo”.

Lo importante, agregó, es saber que junto a las personas que critican aparecen otras que retuitean, comentan y hacen circular el mensaje.

Otro detalle no menor, en su opinión, es que hay que manejar una forma de escribir y comunicarse que es propia de cada red social. En el caso



Muchos están en Twitter por obligación pero es una herramienta y un medio para conectarse con la gente”.

Jorge Castrillón

esté comprometido con la causa y conozca los códigos locales. “Que se la crea”, sentenció. En otras palabras, que sea un militante en las redes sociales.

Para Castrillón, máster en políticas de cooperación para el desarrollo, utilizar las redes para hacer política no consiste únicamente en retransmitir una frase de un candidato, sino interactuar con otros, responder a las críticas, soportar los comentarios negativos y tener una red de personas que empatizan con el mensaje y re-

del Twitter se trata del sentido del humor y el sarcasmo. Si los mensajes son transmitidos en esos términos, es casi seguro que serán más efectivos que copiar una frase dicha en un acto político, consideró.

Por último, Castrillón cuestionó que los políticos cuenten con una persona que escriba en su cuenta. “Eso se nota; no es la idea, no es para eso”. Es una herramienta para convocar, reunir y hacerse sentir ante personas que son anónimas pero dan, o no, su voto.