ESTRATEGIAS POLÍTICAS

PUBLICIDAD Y VOCEROS, LA ESTRATEGIA DE LOS CANDIDATOS EN REDES

Expertos entrevistados por EL DEBATE coinciden en que AMLO no apuesta lo suficiente por la estrategia digital

Lorena Caro @LorenaCaro

Durante una de las semanas más mediáticas rumbo a la elección del 1 de julio debido al primer debate presidencial, la estrategia digital de los candidatos ha hecho eco en las principales redes sociales, como Facebook, Twitter e Instagram.

De acuerdo con un análisis realizado por esta casa editorial, del 19 de abril al 26 del mismo mes, Andrés Manuel López Obrador se ha convertido en el candidato con mayor interacción de Facebook, que le representa la suma de me gusta, reacciones, comentarios y publicaciones compartidas, ya sea con fotografía, video o texto. En siete días, AMLO acumuló un millón 221 mil 164 interacciones en total; seguido de Ricardo Anaya, con un millón 164 mil 877; José Antonio Meade, con 831 mil 645; el Bronco, con 656 mil 659; y Margarita Zavala, con 145 mil 651 interacciones en total.

Expertos en estrategia política digital coincidieron en que, a pesar de que Andrés Manuel López Obrador se ubica en primera posición, el candidato de Morena no está apostando lo suficiente a su campaña de redes sociales. José Manuel Abdala, consultor y estratega de marketing y comunicación, explicó que AMLO trabaja, en cambio, una estrategia de territorio, que es donde él mismo acude a los sitios en la República mexicana, «lo que sus simpatizantes buscan», indicó.

➔ Efecto mediático

El experto detalló que la ventaja de Andrés Manuel en las redes sociales es porque tiene muchos embajadores: «Hay mucha gente hablando de él en las redes sociales, agréga que Tatiana Clouthier (jefa de campaña) ha demostrado mucho talento, se ha hecho tendencia en Twitter con varios memes, como trolea a los candidatos, y trae muchas páginas amigas. La estrategia de AMLO ha sido de otras vías alternas, incluso con sus candidatos», afirmó.

Por su parte, Jerry Jáuregui señaló que, durante el debate presidencial, AMLO cayó en un bache, no solo por evadir preguntas no agresivas, sino que, además, su conducta en redes sociales fue nula, «no posteó nada, ni gráficos ni imágenes ni videos. Un AMLO muy parecido al mismo de hace dos sexenios», expuso.

Respecto al pago de publicidad por parte de los candidatos a plataformas digitales para llegar a más ciudadanos, José Manuel Abdala indicó que, siendo el debate un evento tan mediático, los resultados obtenidos pudieron ser en su mayoría no pagados: «Los que estu-

Ganador del Debate | José Antonio Meade
Anuncio www.meade18.com/debate
 Mis propuestas han sido claras. ¡Contento y orgulloso de haber ganado el debate!
 Primer Debate México 2018 · Declaración 7 de 7 · Avanzar Contigo, Unidos · Presidente Sin Declaración #7de7 · Compromisos por la Nación

Con absoluta claridad | Anaya gana el primer debate
Anuncio www.ricardoanaya.com.mx/
 El cambio inteligente y con visión de futuro está cada vez más cerca.
 Una economía que crezca · Acabar con la corrupción · México en paz.
 Propuestas · Sala de Prensa · Conóceme · Activismo

Compra de publicidad: en la búsqueda de información en Google respecto al debate presidencial. El resultado publica los anuncios de Ricardo Anaya y José Antonio Meade.

Top de interacción en Facebook del 19 al 26 de abril.

Ranking	Nombre	Interacciones	Publicaciones	Compartidas
1	Andrés Manuel López	1,221,164	8	30%
2	Ricardo Anaya	1,164,877	30	29%
3	José Antonio Meade	831,645	52	21%
4	Jaime Rodríguez	656,659	96	16%
5	Margarita Zavala	145,651	28	4%

vieron publicando en el debate tuvieron menos interacción que lo que normalmente publican en sus cuentas», explicó.

Asimismo, detalló que en un día común los candidatos tienen mayor facilidad para acceder a los términos y las condiciones de publicidad que permiten redes como Facebook, Twitter e Instagram y dirigirse a su electorado de manera específica.

De hecho, en el buscador de Google, respecto al debate presidencial realizado el 22 de abril, Ricardo Anaya y José Antonio Meade aparecen en un anuncio sobre quién salió victorioso del primer debate. Ambos se dijeron ganadores desde sus páginas web oficiales.

➔ Instagram y Twitter

En el caso de Instagram, el experto en campañas políticas Jerry Jáuregui lamentó que la red social luciera gris, no solo por la ausencia de la opción de transmisiones en vivo, sino porque toda la información se concentra por Facebook y Twitter.

En el análisis de esta casa editorial, contemplando Instagram del 19 de abril al 26 del mismo mes, José Antonio Meade registra la mayor interacción: acumula 31 mil 700; seguido por Ricardo Anaya, con 25 mil 900; AMLO, con 17 mil 600; Jaime Rodríguez Calderón, con 15 mil 300; y Margarita Zavala, con 2 mil 800. Para el caso de Twitter, los candidatos se han dirigido al electorado con *hashtags*. Ricardo Anaya, con #DeFrenteAlFuturo; Jaime Rodríguez Calderón, con #MéxicoBronco; Margarita Zavala, con #SeguroConMargarita; y José Antonio Meade, con #MeadePresidente. AMLO, por su parte, ha decidido omitir esta última opción.

Glosario. **Publicación:** contenido dentro de una red social. **Compartido:** cuando una persona publica el contenido de alguien más en su red social. **Me gusta:** afinidad de una persona con una publicación. **Interacción:** la suma de compartidas, me gusta y comentarios. **Hashtag:** etiqueta en cadena de caracteres precedidos por un numeral.

Tercer piso

Maquinaria malovista. Tras las visitas de Miguel Ángel Osorio Chong y Claudia Ruiz Massieu Salinas a Culiacán para evaluar las estructuras del Partido Revolucionario Institucional y evaluar a sus candidatos, el exgobernador Mario López Valdez, junto a sus principales operadores políticos, se ha reactivado, y durante miércoles y jueves sostuvieron reuniones con candidatos del PRI, a quienes ratificaron su apoyo en este proceso electoral. Entre los personajes que fueron vistos ayer en un conocido hotel del Tres Ríos destacan Gerardo Vargas, Armando Villarreal y Bernardo Cárdenas, por mencionar solo algunos; y se vio al candidato a la alcaldía de Mazatlán, Fernando Pucheta; al Senado, Mario Zamora; y a diputado local Jesús Marcial Liparoli, quien forma parte del grupo malovista, que busca demostrar que no están operando a favor de Morena, y que su fidelidad sigue y seguirá al tricolor.

Alerta. Algo muy malo debe estar pasando al interior del cabildo de Mazatlán, pues los integrantes de la Comisión de Turismo, que encabeza el panista Santos Guillermo López, sencillamente no figuran en la discusión de los muchos temas y cambios que en esa materia se están llevando a cabo en el puerto. La infraestructura turística fue renovada en medio de una serie de polémicas en las que jamás se involucró el cabildo para tomar acuerdos de peso. Las polémicas en torno a la actividad turística continúa, y tampoco se escucha ni una sola opinión desde el ayuntamiento. Y luego se molestan cuando les refieren los más de 70 mil pesos que cobran cada mes por su poca actuación.

En conflictos. Después de haber iniciado con el pie derecho, no se sabe qué le pasó a la rectora de la Universidad Autónoma Intercultural de Sinaloa, María Guadalupe Ibarra Ceceña, quien llega hoy a su primer informe no en las mejores condiciones. Esto porque lo hace confrontada con líderes indígenas, con líderes sindicales y personal de la institución, así como con un discurso de austeridad que se contraponen con el hecho de haber contratado los servicios de asesor de Pedro Solano, que le cuesta a la institución más de 50 mil pesos mensuales. Aunque sea más de percepción, esto le crea una imagen parecida a la que de inicio dijo combatir del anterior rector Guadalupe Camargo. Es más: si Gloria González hubiera aceptado ser rectora de la UAIS para que no se fuera del PRI e irse como candidata a diputada federal del PAN, Ibarra Ceceña no hubiera llegado hoy a su primer informe como rectora.

Aplicaditos. Muy oportunamente, autoridades del municipio han dado a conocer que será a finales de este mes cuando se darán por terminados los trabajos del colector pluvial que en verano del año pasado vino a poner en marcha el gobernador Quirino Ordaz Coppel en el sector norte, muy cerca de la casa de la entonces alcaldesa Diana Armenta Armenta, ganándose, por cierto, con ello la porra de sus vecinas. De igual manera, según ventilaron, está por finalizar la pavimentación del problemático bulevar Aceitunas, en el poniente de la ciudad, pues no ha dejado de demostrar su inconformidad un grupo de socios del Ejido Guasave, quienes acusan de ilegal la asamblea donde se determinó la aprobación de dicha obra. Pues bien, así como se apuraron con estas para entregarlas a los beneficiarios, ojalá se aplicaran con muchas otras más que hay pendientes, como son propiamente el drenaje que en varios puntos de la ciudad está obsoleto, y también simplemente con la rehabilitación de sistemas de agua potable que año con año provocan un dolor de cabeza a la población.

A responder por las obras. Los regidores de Angostura se pusieron las pilas y ya preparan el recorrido por las obras inconclusas que se tienen en el municipio y que se supone que se detuvieron debido a que el recurso que estaba destinado para once obras en diferentes comunidades se fue destinado a pagos de nómina para la Jumapaang, DIF y Desarrollo Social; así como también una parte del recurso de 4 millones de pesos fue para la compra de un autobús de transporte escolar. El detalle es que existe reclamo de la sociedad, que pide que las concluya, por ello se espera que este día supervisen y vean el avance en que quedaron para saber qué se puede hacer para concluiras.