

Algunos están muy activos con las nuevas tecnologías

# Así se mueven los candidatos a la Alcaldía en las redes sociales

LIA MIRANDA BATISTA  
Redacción Q'hubo

## Los candidatos a la Alcaldía de Cartagena y sus números en redes sociales

A 20 días de la gran cita electoral, cualquier plataforma es válida para que los candidatos a la Alcaldía de Cartagena se vendan ante la ciudadanía. Las redes sociales, por ejemplo, se han convertido en un canal efectivo para las campañas políticas, que aprovechan la oportunidad de alcanzar de forma directa a la ciudadanía.

A manera de ejercicio, **Q'hubo** revisó las cuentas en redes sociales de seis candidatos a la Alcaldía: William García Tirado, William Dau Chamatt, Yolanda Wong Baldiris, Fernando Araujo Perdomo, Sergio Londoño Zurek y Adelina Covo, quienes han obtenido al menos un 5% de la intención de votos en la reciente encuesta de Guarumo y Ecoanalítica.

### El más seguido

William Dau Chamatt es el candidato que lidera las cifras más robustas en redes sociales. En Facebook cuenta con más de 33 mil seguidores. Una cifra que alcanzó primero con su página "Let's Save Cartagena", en la que publica datos e informaciones sobre presuntos actos de corrupción, una forma ágil de captar la atención.

Le siguen los candidatos Yolanda Wong y William García Tirado, que, al parecer, han sabido sacar todo el jugo al marketing político en sus redes. Ambos muestran contenido distintivo con su



estrategia de campaña: logos, fotos con ciudadanos en los barrios, jingle con artistas reconocidos en la ciudad y videos hablando de sus propuestas.

También son activos en la interacción con los ciudadanos que comentan, cuestionan y exigen conocer sus planes de gobierno.

Los candidatos Sergio Londoño, Fernando Araujo y Adelina Covo, por su parte, se posicionan aún con bajos números en redes, pero difunden sus ideas y propuestas de manera creativa a través de esta plataforma.

Un ejemplo de esto es la forma como el aspirante Londoño ha vendido su propuesta de gobierno con su peculiar frase "Se van a joder", que utilizó durante su discurso como alcalde encargado.

O cuando el candidato Araujo Perdomo animó a través de redes a los ciudadanos en su reto "Aguas Abiertas", en el que nadó jun-

to con otros aficionados desde Tierrabomba a Castillogrande. Con esta actividad aprovechó para contarle a la ciudadanía su propuesta en el tema deportivo para Cartagena.

### El análisis

Carlos Arias, profesor de la maestría en comunicación política de la Universidad Externado, explica que las estrategias disruptivas en redes sociales son las que hoy definen la conexión en comunicación política digital.

"Algunas campañas no han entendido que el mensaje en las redes sociales y cada vez más, en los escenarios tradicionales de comunicación, deben ser innovadores y generar romper el canon tradicional del testimonial o la imagen del candidato siempre cercano a la gente".

El experto es claro al afirmar que las "redes sociales aún no eligen a nadie" y que si la estrategia digital no es complementada por la cam-

**WILLIAM DAU CHAMATT ES EL CANDIDATO A LA ALCALDÍA DE CARTAGENA QUE LIDERA LAS CIFRAS MÁS ROBUSTAS EN REDES SOCIALES. EN FACEBOOK CUENTA CON MÁS DE 33 MIL SEGUIDORES.**

paña en tierra, "simplemente se vuelve entretenida y marca un referente, pero no logra el proceso de elección y decisión, es decir, convertirse en votos".

Patricia Muñoz Yi, magister en ciencia política de la Universidad Javeriana, califica como "positiva" la ventaja que ofrecen las redes sociales a los candidatos y a la misma ciudadanía.

"Las redes sociales cum-

plen hoy un papel muy importante para el ejercicio democrático y la realización de las campañas electorales. Las redes permiten hacer posible que los candidatos difundan sus programas, sus propuestas e ideas a la mayor cantidad de ciudadanos".

Muñoz dice que el desarrollo de las nuevas tecnologías impacta el proceso de comunicación entre ciudadanos y Gobierno, conformando un proceso que no se detiene y que va más allá de los límites que le quieran imponer a la tecnología.

"Los ciudadanos se convierten en protagonistas, en periodistas, en actores directos para hacerle conocer a los candidatos y a los gobernantes sus problemáticas, sus propuestas".

Lo cierto es que cada ciudadano debe velar por estar bien informado y a la hora de elegir no basta con las redes sociales. Su mejor decisión la toma este 27 de octubre en las urnas.

**Algunas campañas no han entendido que el mensaje en las redes sociales y cada vez más, en los escenarios tradicionales de comunicación, deben ser innovadores y generar romper el canon tradicional del testimonial":**

**CARLOS ARIAS**  
Docente de la universidad Externado