

¿Qué viene ahora para la campaña presidencial de Gustavo Petro?

DE ACUERDO CON LOS ANALISTAS, EL CANDIDATO VA A TENER UN GRAN DESAFÍO, PUES NO TIENE "RESERVAS DE VOTOS".

Las tres semanas entrantes van a ser todo un desafío para el candidato del ¡Pacto Histórico.

De acuerdo con los analistas, Gustavo Petro no tendrá la tarea fácil, pues la mayoría de votos que obtuvieron los otros candidatos se irán con su ahora rival directo, el santandereano Rodolfo Hernández.

"Petro la tiene muy difícil porque no tiene mucho hacia dónde crecer. De los votos que estaban en juego, por mucho se le pueden transferir algunos de Fajardo, pero no todos necesi-

riamente. No creo que obtenga muchos de los de Federico Gutiérrez, Enrique Gómez o John Milton Rodríguez. El porcentaje que puede crecer va a ser máximo de dos puntos, mientras que lo que le queda a Rodolfo por crecer es mucho", dice Jaime Duarte, profesor del área de Gobierno del Externado.

Tras haber obtenido 8'527.768 votos (con el 99,99 % de las mesas informadas), Petro necesita que los 5'058.010 votos de Federico Gutiérrez no voten (al menos no todos) por



el exalcalde de Bucaramanga el próximo 19 de junio. Y a su vez, que los 888.585 votantes de Sergio Fajardo, que son en su mayoría de centroizquierda, le depositen su confianza.

"No tiene muchas reservas de votos. Su desafío es intentar que Rodolfo no crezca. La tiene difícil. Su juego es mostrar que el ingeniero es, de cierto modo,

el candidato de la derecha populista que no respeta las instituciones. Él se va a tener que mostrar como lo contrario sin dejar de ser el candidato del cambio", indica Yann Basset, profesor de Estudios Políticos de la Universidad del Rosario.

Ahora bien, sobre los caminos por los que puede optar en estas semanas antes de la segun-

Petro deberá refrendar el próximo 19 de junio el triunfo que obtuvo en las urnas. Es más, tendrá que aumentar sus votos. FOTO: CÉSAR MELGAREJO/ EL TIEMPO

da vuelta, los analistas coinciden en que debe hacer una fuerte campaña en redes sociales.

De acuerdo con el estratega y analista político de la Universidad Nacional Guillermo Henao, "la confrontación con Hernández puede traerle muchos réditos, pero debe entender que ahora el terreno de campaña debe ser digital, donde el ingeniero parece moverse como pez en el agua".

Por otro lado, puede intentar convencer a las personas que no votaron, teniendo en cuenta que la abstención fue del 45,09 por ciento. "Mover al no votante es importante para él", concluye Duarte.