

## POLÍTICA INFORME

# Un pato y acción poética: jocosa campaña de los que se estancaron

Quienes se rezagan en las encuestas buscan todo tipo de estrategias para mejorar su imagen con interacciones.



Si usted no lo había visto, se lo contamos: Rodolfo Hernández rescató un pato. Y, dice el candidato a la presidencia, no es cualquier pato, sino un animal que estaba en una jaula y ahora vive en libertad, en el pasto.

El cuento del pato del ingeniero se hizo viral en redes sociales con un reto del exalcalde de Bucaramanga a la modelo Natalia París, al comediante Juanpis González y a sus contrincantes políticos a hacer buenas acciones para cambiar el país. El clip de 54 segundos ya tiene memes, stickers en las plataformas de mensajería y suma más de 206 mil visualizaciones en TikTok.

La pieza audiovisual llega en un momento en el que los sondeos de todas las casas encuestadoras y medios de comunicación apuntan a un único rumbo: hay cuatro candidatos sin posibilidad alguna de pasar a segunda vuelta, dos que no logran despegar y otros dos que van solos en la cabeza de la contienda.

El equipo del ingeniero quiere establecer el lema de "yo le creo al viejo" para ganar más seguidores en redes que puedan convertirse en posibles votantes. Sin embargo, la ecuación entre los contenidos virales y lo que pudiere suceder en las urnas no es directamente proporcional.

"Se trata de acciones desesperadas de campaña de comunicación política digital con la idea de invitar a hacer némesis de relatos de jóvenes, que utilizan lo curioso como una forma de llamar la atención.



El equipo de Sergio Fajardo ha venido buscando una alianza del candidato con el ingeniero Rodolfo Hernández, pero ninguno de los dos quiere declinar de su lugar en el tarjetón. FOTO REDES SOCIALES



Sin duda, este tipo de propuestas suscita visualizaciones, pero no cambia votos", detalla el analista de comunicación de la Universidad Javeriana, Mario Morales.

Los contenidos terminan generando reacciones que parecen de entretenimiento. Sergio Fajardo publicó una fotografía suya sosteniendo un cartel con el mensaje "estamos a nada de serlo todo", firmado por el movimiento literario Acción Poética.

A ese post solo lo acompañó una etiqueta: el enlace a la cuenta de Twitter de Rodolfo Hernández. Precisamente, las bases del candidato de la Centro Esperanza vienen tanteando la posibilidad de que este se una con el ingeniero de Bucaramanga. No obstante, la respuesta es negativa.

Ni Hernández ni Fajardo quieren bajarse de sus candidaturas y ambos apostarían a que sea el otro quien desista de su aspiración. Detrás de cada uno hay una apuesta política colectiva que les impide dar un paso al costado.

El proyecto de Fajardo es el de la coalición menos votada de las consultas de marzo; el de Hernández, las 1,8 millones de firmas que recogió a finales de 2020 y el rótulo de in-

## 6,5%

es la intención de voto de Sergio Fajardo. La de Rodolfo Hernández es de 13,9%.

dependiente que quiso ponerle para la campaña.

### Pedaleando hacia atrás

Faltan 29 días para las elecciones presidenciales y la remontada de Sergio Fajardo salió a la inversa, al punto que la más reciente encuesta Invamer lo ubicó con apenas el 6,5% de intención de voto.

En términos un tanto más caóticos: pasó de perfilar el 15% de las votaciones en febrero a contraerse por debajo de Rodolfo Hernández, con quien había mantenido un mano a mano por el tercer lugar.

Al ingeniero de 77 años —quien hace chistes diciendo que su cabello no es como el del expresidente de Estados Unidos, Donald Trump, porque no usa peluquín— le respaldarían el 13,9% de los votantes. Con esos números, ninguno muestra una tendencia competitiva para llegar a la eventual segunda vuelta del 19 de junio.

Desde el grupo de los que van en la cola de la contienda también aparecen otras publicaciones con tintes novelescos. El exgobernador de Antioquia, Luis Pérez Gutiérrez, quien tiene una escasa intención de voto del 0,5%, una cifra inferior al margen de error del sondeo más reciente de Invamer (2,19%), apeló al amarillismo al mostrar un intento de pieza publicitaria en la que ilustra que un joven se quita la vida de cuenta de la inflación.

Luis Pérez dice que quiere ser el "revolucionario" de Colombia, pero los números no le dan y es el candidato con menos favorabilidad de la contienda, según lo muestran las mismas encuestas de todos los centros de análisis de opinión.

Adelante de él están los otros aspirantes pequeños: el cristiano John Milton Rodríguez, la candidata Ingrid Betancourt y el sobrino de Álvaro Gómez Hurtado, Enrique Gómez, quien con el recién resucitado partido Salvación Nacional intenta abrirse un espacio en la política nacional.

Por estos días Enrique Gómez ha buscado jóvenes de derecha en sus redes, quienes quieren sumarse a las bases del partido en las principales ciudades del país. A diferencia de sus contendores, Gómez todavía mantiene un tono serio en sus publicaciones digitales, pero apenas tiene el 1,1% de intención de voto.

Con ese panorama, Rodolfo Hernández emprendió esta semana una gira por Colombia, en monopatín y sin casco, y Sergio Fajardo sigue por sus recorridos intentando remontar. Los dos sumarán pasos en la calle, pero es una incógnita si su camino les dará votos ■



### PARA SABER MÁS

#### SIN OPCIÓN REAL DE LLEGAR AL PODER

El común denominador de los mensajes que están enviando los candidatos en redes sociales busca apelar a la emoción de sus posibles votantes. Así lo detalla el consultor político y profesor de la Universidad Externado, Carlos Arias, llamando la atención sobre que el contexto que muestran las encuestas de opinión para los aspirantes que se mencionan en este artículo ya no es favorable para ellos y, por el contrario, dejan

ver una tendencia que los aleja de una real opción de poder. "En ese escenario de desesperación buscan generar hechos de opinión con declaraciones dramáticas, propuestas irrealizables, ataques a adversarios o inventándose pretextos para ser foco de atención mediática", sentencia el experto. Por ejemplo, Luis Pérez está hablando de bajar el IVA del 19% al 6%, una iniciativa que reduciría la caja pública.