

## Expertos en estrategia política digital desestiman la influencia de las redes sociales en la realidad electoral

### SALVADOR ALVARADO

Carlo Mario Ortiz Sánchez



### CARLO MARIO ORTIZ

En su reelección por Salvador Alvarado, fue el candidato del PRI que logró ganar la elección siendo el más seguido de su municipio. Publicó más de 500 fotos, de acuerdo al análisis.



27 ABRIL | 12 JULIO

5 MIL 605 | 6 MIL 650

5 MIL 578 | 6 MIL 543

0 | 17

45 | 582

### GLOSARIO

**Usuario:** activo en la red social.

**Perfil personal:** cuenta sin fin comercial que representa a individuos.

**Página:** cuenta comercial que representa a una empresa o una organización.

**Me gusta:** afinidad pública del usuario con la página.

**Seguidores:** usuarios que acceden a las publicaciones de la página.



El video más visto de Fernando Pucheta registró 22 mil reproducciones, aparece de visita junto a una pareja de la tercera edad.



Alvaro Ruelas registró 6.8 mil reproducciones en su video más visto. Fue publicado previo al cierre de campaña.



Guillermo Benítez, candidato electo, alcanzó 669 me gusta en una fotografía junto a AMLO y Rubén Rocha Moya.



El video con la visita de Andrés Manuel, le representó a Estrada Ferreiro el mayor número de visitas: 34 mil reproducciones.

AMLO iba avante en las encuestas provocó que muchos se concentraran en contrarrestarlo en redes. Desde su experiencia, agregó que algunos de los candidatos que eran parte del equipo de Morena ni siquiera se molestaban en hacer campañas en medios digitales, sino que simplemente se colgaban de la imagen de López Obrador, lo que finalmente, dijo, les dio la victoria. Mencionó que en México ha quedado claro que el trabajo de territorio fue fundamental, pero no debe descuidarse el trabajo en redes porque también significan un público cautivo. "El tema que yo saco de conclusión de estas elecciones es, finalmente, que uno de los grupos del segmento de población que le dan la ventaja a Andrés Manuel López Obrador y a todo el equipo morenista, por edad, son los jóvenes", explicó. Sostuvo que el error de todas estas campañas que tuvieron 100 mil, 200 mil seguidores, pero que perdieron la elección fue tratar de acaparar a demasiada gente en sus redes.

Respecto al uso de bots (usuarios fantasmas en redes sociales), el analista detalló que México es el país, junto con Brasil, en Latinoamérica que más cuenta con ellos. "A los políticos, y te lo digo por experiencia, les encanta tener esa percepción de ser fuertes en redes sociales para ellos comprar bots", contó.

Finalmente dijo que ha quedado claro que los likes no votan y no votaron nunca.

### → Bots y guerra sucia

Gerardo Garza, experto en comunicación política, indicó a EL DEBATE que antes los candidatos pensaban que con la percepción de más likes en sus páginas de redes sociales iban a poder demostrar más aceptación de la gente, y eso finalmente lo vendían en la prensa y en los medios digitales y tradicionales, para simular empatía con el electorado, sin embargo, opinó que esto pasó a segundo plano, ahora, mencionó, lo que preponderó más en las elecciones fue la gran cantidad de bots de los candidatos para generar percepción con las noticias falsas o también conocidas fake news, con la finalidad de confundir

todo el escenario político, "y eso creo que es muy lamentable porque se hacen subcampañas o la nueva guerra sucia, se hizo con fake news, ya no se hizo tan frontal como antes, a través de spots publicitarios, ahora no, ahora la guerra sucia se hizo por fake news y con la compra de bots", subrayó.

Asimismo, indicó que los también llamados usuarios fantasmas polarizaron más la elección de lo que debió haber sido.

"Si este ejercicio no se detiene con alguna regulación es muy complicado, algunos medios quisieron detener esto con el tema del Verificado 2018 y demás, pero es demasiado diariamente lo que se generaba, porque estos bots no solo defienden a sus candidatos, sino que también se generaron muchas páginas nuevas de periódicos digitales para hacer esto", contó.

### → Regularización y recursos

Respecto a regularización y el dinero que se necesita para poder publicitarse en Facebook, Gerardo Garza contó que es muy sencillo para cualquier persona que cuenta con una página oficial en la red social; sin embargo, en el tema de los bots, que insistió fue lo que preponderó en las redes sociales durante la elección, el experto dijo que la combinación de bots y fiscalización es un fantasma muy complicado de develar con exactitud. "¿Qué tan complicado es pagar por bots", no es tan complicado, incluso comprarlos o activarlos. Se necesita más (recurso) en el tema de generar el contenido de las fake news y para las estrategias de impulsar las publicaciones que con los bots se generan. En México, por ejemplo, no está regulada la compra de chips (teléfonos celulares), y para crear un Facebook te pide un teléfono de respaldo, en México no está regulado, tú puedes ir y comprar, cinco, diez o veinte o cien para números celulares diarios sin que te pidan un registro en particular", dijo.

Para Garza, creador de campañas digitales, la gran lección de las pasadas elecciones, es que lo territorial aunado con lo social ha sido una bomba.