



ELECCIONES AL RECTORADO 2017

# La campaña se juega en las redes sociales

La presencia en Twitter o Instagram es esencial para llegar a los alumnos

R.D.L. | SALAMANCA

Las redes sociales cuentan con más de 19 millones de usuarios en España. Facebook y Twitter se sitúan a la cabeza del ranking pero Instagram y LinkedIn han aumentado su notoriedad y son la tercera y cuarta en la clasificación, respectivamente. Con frecuencia, el presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, utiliza Twitter para dar su opinión sobre un tema o anunciar una noticia. No es el único, el mismo Papa Francisco hace uso de las redes para transmitir sus palabras. En España, ya no hay político o institución que se precie que no cuente con un perfil en las redes sociales.

Los candidatos al Rectorado de la Universidad de Salamanca —Juan Manuel Corchado, Francisco Giner Abati, Ricardo Rivero y M<sup>a</sup> Ángeles Serrano— no son ajenos a esta realidad y a las páginas web habituales en los últimos procesos electorales han sumado perfiles en las principales redes sociales. En las anteriores elecciones, los “rectorables” intentaron tener presencia en Facebook y Twitter, en esta ocasión su campaña virtual se ha duplicado y al menos cuentan con perfiles en cuatro redes. A las dos de las elecciones pasadas se ha sumado como mayor novedad Instagram, pero también están YouTube y LinkedIn, entre otras.

Lo cierto es que las páginas web y las redes de los candida-

tos dicen mucho más de lo que aparece en un primer plano. ¿Sabían utilizarlas? ¿Llegan a los usuarios?

Empezaremos el análisis por las webs. Parece que en los cuatro casos se ha utilizado como base WordPress, un software para crear webs, blogs o aplicaciones, aunque el uso que han realizado de este sistema los candidatos es bien distinto.

Las cuatro abren con fotos de los candidatos, pero las de Rivero y Corchado son más dinámicas y la foto principal va variando para incluir imágenes relacionadas con los principales aspectos del programa o con algunos de sus compromisos. Los equipos, programas y blogs completan el contenido de las webs en las que todos, más arriba o abajo, hacen mención a las redes sociales en las que se les puede seguir.

Juan Manuel Corchado es catedrático de Ciencias de la Computación, por lo que se supone que en esto saca cierta ventaja a sus contrincantes, además cuenta con numerosos colaboradores de su grupo de Investigación especializado en inteligencia artificial. Es el primero en unirse a Twitter, lo hizo en julio de 2012, de ahí que vaya por delante en tweets, seguidores y otros indicadores de la red social.

Analicemos los seguidores que tienen: Corchado tiene 4.102, le sigue Rivero con 907 —se sumó en noviembre de 2005—, después está Serrano con 329



Páginas webs y perfiles de los candidatos en las redes sociales.

Los candidatos tienen webs y perfiles en Facebook, Twitter, Instagram y algunos están también en LinkedIn y Youtube

Corchado tiene 4.102 seguidores en Twitter, le sigue Rivero con 907, después están Serrano, con 329, y Abati, con 97

—está en Twitter desde enero de 2017- y Abati —que empezó con la cuenta en octubre de 2017- tiene 97.

Corchado es el más activo en la red con 7.338 tweets, Rivero tiene 295 y casi le alcanza Serrano con 247. Abati ha escrito 119, que no está nada mal teniendo en cuenta que lleva poco más de un mes con este perfil en la red.

Además, los candidatos refuerzan su actividad en Twitter con cuentas amigas y todos tienen a los miembros de sus equipos y simpatizantes retuitear y pulsando “me gusta” a sus palabras o fotos, un aspecto en el que también actúan de forma diferente y se puede apreciar un mayor manejo de la tecnología por los dos candidatos más jóvenes.

Pero no se puede generalizar porque en otras redes Serrano y Abati, son más activos. Es el caso de los vídeos. En su web, pero también en Instagram, la catedrática de Bioquímica ha col-

gado numerosos vídeos en los que va desgranando el programa. El catedrático de Antropología tiene incluso un canal en Youtube con vídeos de sus encuentros con la comunidad universitaria, pero también de su trayectoria profesional. Algunos de ellos también están en Instagram. Asimismo, Corchado cuenta con un canal que apenas usa al igual que Rivero, que lo tiene sin contenido. Estos dos últimos si sacan partido a Instagram, la red que triunfa entre los estudiantes. El catedrático de Derecho Administrativo tiene fotos de sus actos, algún vídeo y varias imágenes gráficas de su programa. Corchado ha utilizado Instagram como herramienta para su promoción con fotografías de campaña, agenda y “bits” de sus compromisos.

Las redes no acaban aquí. Facebook está presente también, aunque en menor medida, y Corchado es el único que ha incluido la cuenta en LinkedIn.