

La campaña virtual de la UPV ocupa las agendas de los tres aspirantes - Levante - 25/04/2021



ELECCIONES AL RECTORADO ▶ TRAS LA PRIMERA SEMANA

La campaña virtual de la UPV ocupa las agendas de los tres aspirantes

▶ Durante la primera semana, las candidaturas suman cerca de 20 actos, muchos de ellos online

MIRIAM BOUILLI, VALÈNCIA

■ La Universitat Politècnica de València (UPV) ha superado ya la primera semana de la campaña electoral que concluirá con la elección del sustituto del rector Francisco Mora que, tras dos legislaturas al frente de la UPV, no puede ser reelegido.

Los catedráticos Ángel Ortiz, José Manuel Barat y José E. Capilla se disputan el rectorado en una campaña atípica, marcada por la pandemia y en la que las redes sociales han entrado de lleno: se votará telemáticamente y, además, la limitación de los aforos y de las reuniones sociales hacen que la campaña sea mayoritariamente virtual.

Desde el equipo de José Manuel Barat aseguran que «tiene sus ventajas». «Llegamos a personas que, de otro modo, no acudirían presencialmente a un salón de actos», creen las fuentes consultadas, aunque reconocen que «se echa de menos el contacto directo, porque mantiene un plus de realidad insustituible».

En este caso, explican que el candidato ha participado en una decena de actos online, y los miembros de su equipo que ocuparían un vicerectorado, en otros 10, además de otras reuniones. En concreto, el equipo de Barat ha apostado «por Instagram y Facebook para dar a

nocer la candidatura y el programa, porque son redes sociales amables, que permiten la reflexión», explican. Es, de hecho, el único que prescinde de Twitter donde —igual que en otros ámbitos— el debate también está bastante polarizado y crispado entorno a las elecciones de la UPV.

Por otro lado, José E. Capilla ha tenido cada día «uno o dos directos con estudiantes, en algunos casos seguidos hasta por 300 personas, y con directo simultáneo en Instagram, Twitter, Youtube y Fa-

cebook, técnicamente un importante reto».

Su equipo cuenta que en total han sido 18 actos, la mitad de ellos

Los candidatos creen que las redes sociales facilitan que la comunidad universitaria conozca las propuestas



Una joven consulta su portátil, a las puertas de una facultad en el campus de Vera de la UPV.

JM LÓPEZ

«híbridos»: presenciales con aforo reducido y retransmitidos a través de Microsoft Teams. En total, «30 hora de debates», calculan.

Por último, el entorno de Ángel Ortiz compara la campaña con la «docencia híbrida»: «con actos presenciales con limitación de aforo y trazabilidad de los asistentes y, al mismo tiempo, retransmisiones dinámicas por redes sociales. El objetivo es que quien no pueda asistir presencialmente tenga la sensación de estar», exponen. El equipo de Ortiz considera que este hecho «no

perjudica» la campaña y como el de Barat, creen que los nuevos medios «dan la oportunidad de seguir los actos a más gente».

De hecho, perciben que «el nivel de participación y de interés es mayor». En este caso, también apuestan por Teams y calculan que han tenido entre 15 y 20 encuentros y reuniones con diferentes colectivos en los últimos días.

Ahora, la comunidad universitaria encara la segunda y última semana de campaña electoral antes de las votaciones del 4 de mayo.