

2024-05-13

Candidatos suman aprobación en redes sociales: Brugada 3, Taboada 2

Autor: Salvador Frausto

Género: Nota Informativa

<https://www.milenio.com/politica/elecciones/reporte-milenia-brugada-mantiene-liderazgo-redes-taboada>

Clara Brugada, Santiago Taboada y Salomón Chertorivski llegan a la recta final de la campaña para conseguir la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México envueltos en un intenso debate cotidiano en redes sociales, donde los ciudadanos forcejean por apoyar y/o denostar al aspirante chilango de su predilección.

Mientras la morenista resalta a través de medios digitales su promesa de impulsar un Sistema Público de Cuidados que incluye la creación de un centenar de centros de desarrollo infantil, casas de atención para adultos mayores y espacios de rehabilitación para personas con discapacidad, el panista apuesta por reforzar la seguridad pública, garantizar agua de calidad para todos y regresar el Seguro Popular.

Alejado de eventos masivos, el aspirante de Movimiento Ciudadano (MC) hace recorridos por estaciones del Metro, parques, avenidas y encuentros con universitarios, además de moverse a sus anchas en TikTok, mostrando que puede ser taquero por un día, repartir volantes mano en mano, dialogar con automovilistas o hacer deporte los fines de semana.

A 20 días de las elecciones del 2 de junio, los resultados en redes sociodigitales están así: Brugada 3, Taboada 2. Entre el segundo y el tercer debate chilango, Clara mantuvo su liderazgo en generación de conversaciones en Facebook, X (antes Twitter) y TikTok, al tiempo que Santiago la rebasó en interacciones de Instagram y refrendó su primera posición en YouTube. Salomón va tercero, con mejores resultados en las plataformas que difunden videos, como TikTok y YouTube.

El reporte semanal de MilenIA, Central de Datos e Inteligencia Artificial también revela que Chertorivski genera más sentimientos positivos, 60 por ciento, seguido de Brugada con un 55 por ciento de reacciones de 'Alegría' y 'Confianza'. Taboada provoca el 40 por ciento en expresiones de apoyo.

El panista encabeza las sensaciones negativas con el 40 por ciento, al tiempo que la morenista provoca un 25 por ciento interacciones de 'Enojo', 'Disgusto' y 'Miedo', así como el emecista motiva 15 puntos de rechazo.

Los tres aspirantes han aumentado la cantidad de personas que realizan búsquedas en Google. Entre el 21 de abril y el 11 de mayo, Santiago pasó de 16 a 21 puntos en el índice de consultas (+5), Clara saltó de 18 a 21 unidades (+3) y Salomón escaló de seis a nueve (+3).

3er Debate: resultados

Durante el tercer debate chilango, Clara Brugada provocó 55 por ciento conversaciones positivas, Salomón Chertorivski incitó 35 por ciento interacciones de 'Alegría' y 'Confianza', y Santiago Taboada generó 20 por ciento manifestaciones de apoyo en redes sociales.

La medición en tiempo real realizada por MilenA muestra que el panista detonó 50 por ciento de sentimientos negativos, seguido del emecista con 45 por ciento de reacciones de 'Enojo', 'Disgusto' y 'Miedo', y la morenista 18 por ciento de impulsos de rechazo.

El ex alcalde de Benito Juárez motivó más conversaciones en Facebook, al tiempo que la ex alcaldesa de Iztapalapa lideró las interacciones en X, Instagram, TikTok y YouTube.

Como ha venido ocurriendo desde que iniciaron las campañas, TikTok fue el medio digital donde se generaron más interacciones, más de medio millón durante el tiempo que duró el encontronazo entre los candidatos chilangos.

Guerra de encuestas

Todo apunta a que la batalla por la capital del país se convertirá en el foco noticioso del próximo 2 de junio. Esto debido a la guerra de encuestas, el tono estridente del principal aspirante retador pero sobre todo por el significado político de la Ciudad de México, que le abrió la puerta del poder a la izquierda en 1997 cuando el ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas puso fin a casi siete décadas de regentes priistas.

Aunque el promedio de encuestas tiene a Brugada 14 puntos arriba de Taboada, un par de sondeos de opinión colocan al panista en empate técnico con la morenista, lo que ha desatado un bombardeo de propaganda en redes sociales y medios de comunicación. La expectativa de interrumpir 27 años de gobiernos de izquierda en la capital del país ha unido al movimiento antiobradorista. Andan engallados.

Clara no luce confiada. Acompañada de Claudia Sheinbaum, visitó hace poco ocho de 16 alcaldías en una gira maratónica que incluía cuatro o cinco mítines cada día. Gerardo Fernández Noroña y Omar García Harfuch también la han apoyado, convirtiéndose en una suerte de rockstars de las concentraciones multitudinarias. Al líder partidista Mario Delgado también se le ha visto cerca de la candidata chilanga. En las últimas tres semanas, la morenista generó 6.8 millones de conversaciones en TikTok, casi el doble que el ex alcalde de Benito Juárez.

En el otro polo, Xóchitl Gálvez y los dirigentes nacionales Marko Cortés (PAN), Alejandro 'Alito' Moreno (PRI) y Jesús Zambrano (PRD) han cobijado a Santiago, quien desata entusiasmo en los eventos con militantes azules, sobre todo entre jóvenes pero también en mujeres mayores de 60 años. Sin alharacas, las plazas tricolores también le dan su respaldo. Los priistas lucen como soldados disciplinados que cumplirán con la palabra empeñada. Entre el segundo y el tercer debate, el panista mantuvo su liderazgo en YouTube con 3.7 millones de reproducciones.

Y si las multitudes no van a Salomón, él va hacia ellas a través de recorridos en el Metro, parques, avenidas o encuentros con universitarios. El abanderado naranja es como el compañero estudioso al que muchos acuden en busca de consejo. Y se defiende con dignidad en TikTok y YouTube: 700 mil y 1.2 millones de interacciones del 21 de abril a la fecha.

Un indicador que muestra la fortaleza de Brugada puede advertirse en los 351 eventos que ha realizado entre el 1 de marzo y el 10 de mayo de 2024. Cinco reuniones al día. Taboada ha procurado dar tiros de precisión con sólo 99 actos proselitistas, poco más de uno por cada día de campaña. Chertorivski ha reportado 253 recorridos; más de tres encuentros ciudadanos al día.

Los reportes de fiscalización que entregan los candidatos al Instituto Nacional Electoral (INE) indican que Salomón ha gastado 5.5 millones en publicidad en redes sociales, Clara 2.3 millones y Santiago 1.8 millones.

Taboada acorta distancia

Entre el segundo y el tercer debate, Santiago Taboada redujo sus negativos en 10 por ciento, al tiempo que incrementó sus positivos en idéntico porcentaje. Las reacciones 'Enojo', 'Disgusto' y 'Miedo' cedieron moderadamente ante las sensaciones de 'Alegría' y 'Confianza'.

En ese mismo periodo, Salomón Chertorivski mejoró sus apoyos en 25 por ciento y disminuyó sus rechazos en 15 puntos.

La puntera Clara Brugada cedió más terreno: sus positivos bajaron 20 escalones y sus negativos subieron 15

peldaños.

Más allá de los tres debates chilangos, los tres contendientes libran diariamente una batalla para conquistar el voto de los capitalinos, convirtiendo a la elección por la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México en un hervidero de discusiones, zapes y caricias digitales que pueden advertirse en las 22.7 millones de conversaciones que han sostenido los internautas de las cinco principales redes sociales en las últimas tres semanas.

*Con información de Omar Cordero.