

2024-03-22

El debate de la CDMX impulsó la conversación de los presidenciables un 6%

Autor: RedacciónEréndira Reyes

Género: Nota Informativa

<https://politica.expansion.mx/elecciones/2024/03/22/el-debate-de-la-cdmx-impulso-la-conversacion-de-los-presidenciables-un-6>

El primer debate por la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México se llevó a cabo el 17 de marzo a las 20:00 horas y la conversación en redes sociales se centró no sólo en los candidatos por esta entidad, sino también en los presidenciables. De acuerdo con la plataforma de customer engagement y social media, Emplifi, la conversación en torno a los candidatos por la presidencia de la República creció un 6%, entre el sábado 16 y domingo 17 de marzo.

A cargo de los periodistas Blanca Becerril y Víctor Hugo Michel el debate se llevó a cabo entre Clara Brugada, de la coalición "Sigamos Haciendo Historia" (Morena, PT y PVEM); Santiago Taboada de la alianza "Va por la CDMX" (PAN, PRI y PRD), y Salomón Chertorivski, de Movimiento Ciudadano, quienes desarrollaron sus temas y propuestas. Aunque el interés por parte de los usuarios sumó a 40,455 usuarios en torno al tema, la interacción de redes sociales hacia los presidenciables bajó, con respecto al fin de semana del 10 de marzo.

En total hubo 1.7 millones de interacciones en un sólo día, lo que representó una caída del 26.34%, con respecto al 10 de marzo, pero con la buena noticia de que se trataron conversaciones más neutrales y no negativas. De las 265,664 publicaciones que se dieron durante el debate de la CDMX, los candidatos Claudia Sheinbaum, Xóchitl Gálvez y Jorge Álvarez Máynez tuvieron un foco neutro, ni positivo, ni negativo.

La plataforma que se mantuvo a la cabeza fue Twitter con el 99.46% de las interacciones, mientras que Facebook mantuvo el 0.49% de la conversación, Instagram el 0.3% y YouTube el 0.02%. Sin embargo, en la métrica de contenidos 'altamente negativos' la candidata que lideró la escala fue Sheinbaum, pues sumó 46,832 interacciones de este tipo, de acuerdo con Emplifi. Le siguió Gálvez con 35,155 mensajes muy negativos.

En cuanto a los demográficos, los hombres se perfilan como los más participativos en la conversación en torno al debate de la CDMX, pues 77.27% de las publicaciones que se hicieron durante la transmisión fueron hechas por el sexo masculino, mientras que el rango de edad que predominó fue entre los 25 y 34 años de edad.

Adicionalmente, tras una revisión del reporte The Social Media Consumer, la consultora de redes sociales Hootsuite señala que existen algunos temas que no quieren que aborden las marcas en las redes sociales y por las que los usuarios dicen estar 'cansados'. Dentro de la coyuntura electoral, el 46% de los usuarios no desea que las marcas hablen de política, 37% prefiere que se evite hablar de religión y espiritualidad y 31% de sexualidad y género.

"Los usuarios quieren conectar con lo que ven, por ello incluso a escala de las pautas que están dirigidas a influencers, muchas de ellas empiezan a enfocarse en creadores de contenido de nicho, más cercanos con su audiencia y en el que se vea un contenido pagado entretenido, no solo de venta", precisó Geana Barbosa, gerente general de Hootsuite en América Latina.

El pulso de las redes sociales en las campañas

Las redes sociales se han vuelto un parámetro de popularidad, pero también de retroalimentación, pues los usuarios responden con ánimos negativos y neutrales más que positivos a muchas de las propuestas que han hecho los candidatos a la presidencia, por ello es que nos hemos enfocado en algunos parámetros que miden la temperatura de la conversación, para saber qué plataforma domina y cuáles son las reacciones de los usuarios.

29 de Febrero: 112,290 menciones

1 de marzo: 374,444 menciones

1 de marzo: 125,929 menciones

Twitter 99.3%

Facebook 0.6%

YouTube 0.06%

Instagram 0.04%

Neutral 73.38%

Negativo 23.9%

Positivo 2.72 %

Claudia Sheinbaum 49.98% (2.02 M de menciones)

Xóchitl Gálvez 48.65% (1.97 M de menciones)

Jorge Alvarez 1.37% (55,375 menciones)

Claudia Sheinbaum 18, 083,940 (55.58%)

Xóchitl Gálvez 14,154,088 (43.5%)

Jorge Alvarez 300,475 (0.92%)

_____Nota de la redacción: este corte de los datos se realizó en la plataforma Emplifi y refleja información para el periodo del 1 de febrero al 13 de marzo de 2024.