



¿Quién lidera en la carrera digital hacia la presidencia?

* Por Marco Paz Pellat

Sheinbaum domina con 7.6 millones de seguidores, triplemente superior a los 2.3 millones de Xóchitl.

A medida que avanzamos en la campaña presidencial, las encuestas sugieren poca variación en las preferencias electorales. Sin embargo, se murmura sobre «datos ocultos» que podrían ofrecer otra perspectiva. En este entorno, el análisis de la presencia digital de las candidatas y el candidato se vuelve crucial para entender la dinámica de la competencia. En este contexto, la batalla digital toma relevancia, ofreciendo una perspectiva diferente sobre cómo van las candidatas. Al analizar la actividad en redes sociales hasta marzo, encontramos datos clave: Seguidores: Sheinbaum domina con 7.6 millones de seguidores, triplemente superior a los 2.3 millones de Xóchitl.

Interacciones: Xóchitl, pese a tener menos seguidores, logra más interacciones con 15.1 millones frente a 10.8 millones de Sheinbaum en marzo, indicando un mayor engagement en sus publicaciones. Destacan los 73.4 millones de visualizaciones en TikTok para Xóchitl, superando a Sheinbaum. Publicaciones: Sheinbaum es más mencionada, con 1.6 millones de publicaciones contra 1.2 millones de Xóchitl y 120 mil de Máynez. Alcance: Las publicaciones sobre Xóchitl llegaron a 631 millones de cuentas; Sheinbaum alcanzó a 843 millones. Impacto: Sheinbaum lidera en impresiones con 57 billones, frente a 21 billones de Xóchitl, reflejo de su mayor base de seguidores. Sentimientos: A pesar de un balance

negativo similar (38% para ambas), Sheinbaum muestra un sentimiento neto más positivo (+8.7%) comparado con Xóchitl (-10.3%), impulsado por el apoyo de “cañones digitales”.

Desalineación con la conversación general: Solo el 15% de las impresiones digitales totales están relacionadas con la política, en contraste con el 90% de la conversación sobre las candidatas centrada en temas políticos y de medios.

Agenda pública: Los temas de seguridad, economía, y corrupción predominan en las publicaciones sobre ambas, con un patrón similar en la distribución temática.

Tono comunicacional: La conversación sobre las candidatas y el candidato es mayormente negativa, mientras que el tono general en redes es neutral o positivo, sugiriendo que las campañas no están capitalizando la preferencia de los usuarios por contenidos positivos.

Polarización: Los esfuerzos digitales

de ambas candidatas parecen enfocarse en sus seguidores actuales, sin atraer a los indecisos o desinteresados en política. Esto podría explicar la estabilidad en las encuestas. Sheinbaum se mantiene cercana a su base tradicional, mientras que Xóchitl tiene la oportunidad de captar a un público más amplio con mensajes positivos y propuestas concretas. Este análisis revela que, aunque Sheinbaum posee una mayor base de seguidores, Xóchitl genera más conversación e interacción, signo de un mayor engagement de su audiencia. Sin embargo, la competencia digital es solo una faceta de la campaña, y los dos próximos meses serán decisivos para entender el impacto real de estas dinámicas digitales en las elecciones.

* **Contacto: Portal:** www.marcopaz.mx; **Correo:** alfil3000@gmail.com; **Twitter:** [@marcopazpellat](https://twitter.com/marcopazpellat); **Facebook:** [MarcoPaz/MX](https://www.facebook.com/MarcoPaz/MX); **Medio digital:** www.ForoCuatro.tv.

