



29 de abril de 2023

Campana electoral Edomex 2023 Laboratorio de Odio y Concordia

Como parte del seguimiento en Twitter de la campana por la gobernatura del Estado de México (2023 – 2029), el Laboratorio de Odio y Concordia ha reunido los últimos 50 tuits¹ de Delfina Gómez y Alejandra del Moral, candidatas por Morena y la coalición Va por México, respectivamente, con el propósito de analizar la composición de interacciones, es decir, el número de *likes*, retuits, respuestas y citas que han generado.

En cada gráfica se observa el comportamiento en torno al tuit (o tuits) analizado de cada candidata.

Tuits con mayor y menor interacción

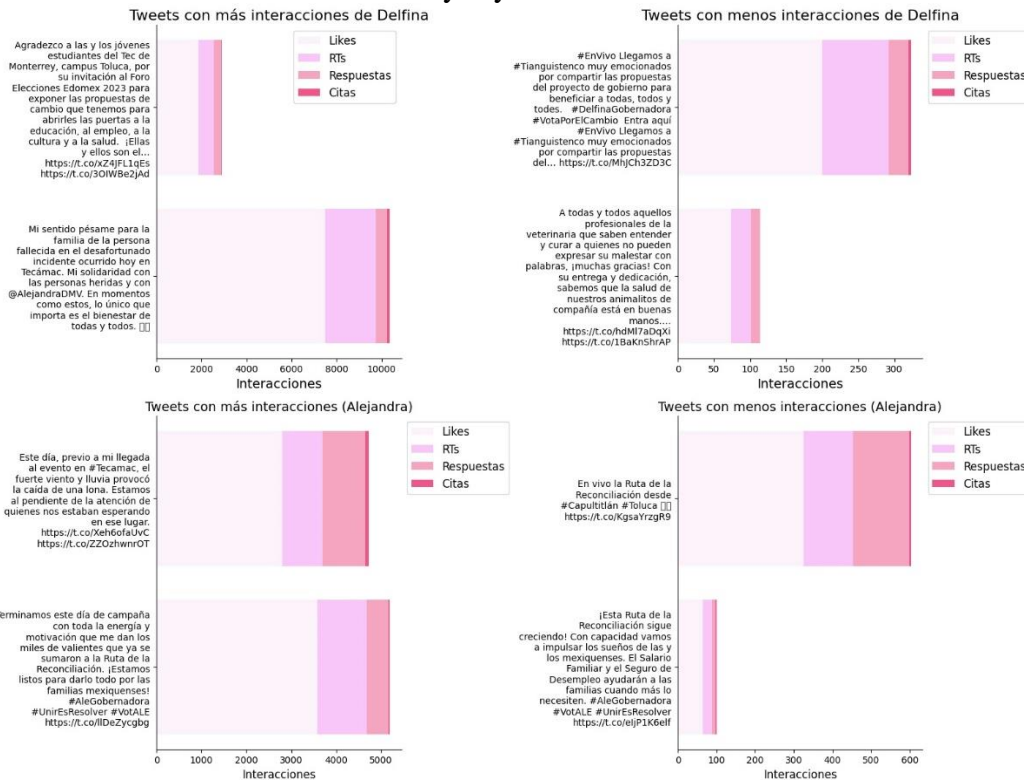


Figura 1. Elaborado por el Laboratorio de Odio y Concordia a partir de datos obtenidos con la API de Twitter.

¹ Información actualizada hasta las 14:00 horas del día 29 de abril de 2023.



En cuanto a la candidata Delfina Gómez, el tuit con más interacciones es dirigido a la candidata Alejandra del Moral con respecto al incidente en su evento de campaña en Tecámac, en el que una lona cayó dando como resultado una persona fallecida y 26 heridas. En este, Gómez expresa las condolencias hacia la familia y su solidaridad hacia Del Moral. Resulta trascendente que sea dicho tuit el que tenga más interacciones, puesto que implica un posicionamiento por parte de Delfina en el que se muestra empática y respetuosa hacia Alejandra, dejando en claro que “lo más importante es el bienestar de todas y todos”, de esta manera, la imagen que proyecta es de reconciliación, tema que Alejandra ha utilizado como eslogan de campaña.

Por otra parte, el tuit con más interacciones de Alejandra del Moral es sobre el cierre del día 24 de su campaña, también denominada “Ruta de la Reconciliación”, en el que incluye un video de ella agradeciendo la energía que recibió de sus simpatizantes en Temascalcingo. En el puesto anterior encontramos el tuit en el que la candidata menciona los hechos acaecidos en Tecámac y el seguimiento que dará a los involucrados. Es de resaltar que la candidata maneja una estrategia en Twitter que incluye videos de ella (grabados por ella misma) en los que se pretende proyectar una imagen de cercanía con el usuario, cuyo éxito se ve reflejado en la cantidad de interacciones que genera.

En la siguiente gráfica se puede observar la diferencia entre los tuits con mayor interacción.

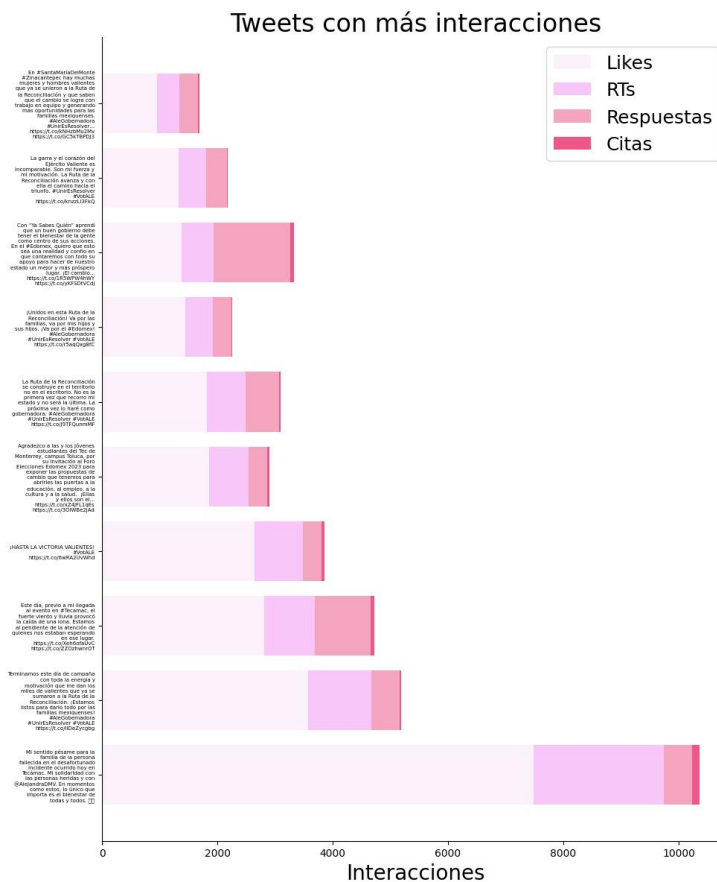


Figura 2. Elaborado por el Laboratorio de Odio y Concordia a partir de datos obtenidos con la API de Twitter.

La estrategia en Twitter de Delfina Gómez, a diferencia de la de su contrincante, no incluye videos de ella, sino fotografías en las que se muestra cercana a la gente que asiste y donde se aprecian algunas de sus propuestas; lo mismo para los eventos de campaña.

La carencia de material videográfico en la cuenta de Delfina Gómez, de acuerdo con la cantidad de *likes* y retuits, es presumiblemente una de las características que la posicionan por debajo de Alejandra del Moral en cuanto a interacciones.

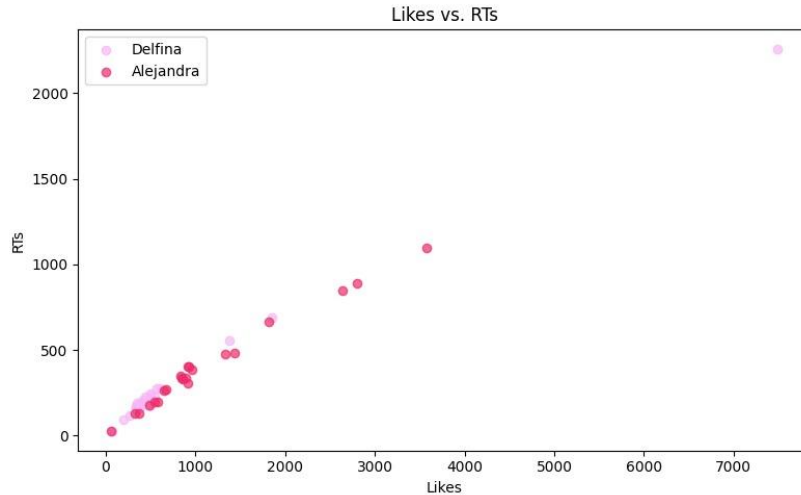


Figura 3. Elaborado por el Laboratorio de Odio y Concordia a partir de datos obtenidos con la API de Twitter.

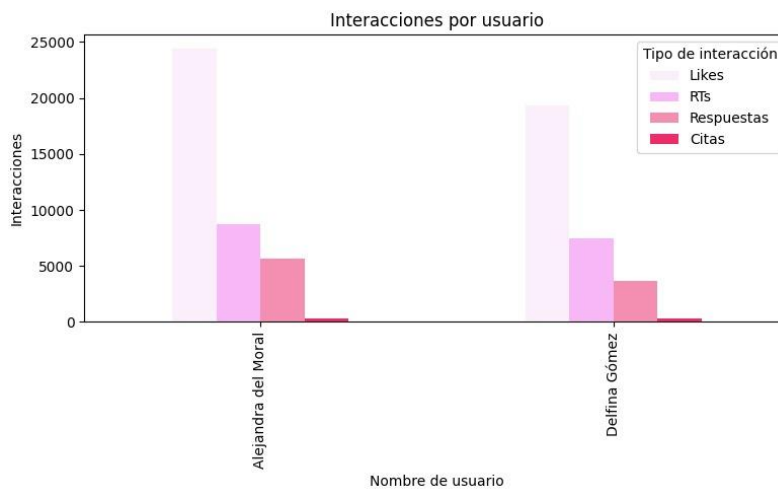


Figura 4. Elaborado por el Laboratorio de Odio y Concordia a partir de datos obtenidos con la API de Twitter.

En conclusión, cada una de las candidatas tiene una estrategia en redes, particularmente en Twitter, que las diferencia de manera notable en cuanto a las interacciones que reciben. Mientras que Alejandra del Moral publica los destinos de su “Ruta de la Reconciliación” en formato de video, así como sus agradecimientos al final del día, Delfina Gómez utiliza únicamente fotografías tomadas de manera profesional, así como videos de YouTube. La intención detrás de cada campaña en redes sociales claramente va dirigida a sectores distintos de la población.