

## Elecciones: ¿Qué candidato presidencial domina las redes sociales?

[Clique aquí para ver a notícia no site](#)

Un estudio brasileño analizó unos 7,4 millones de publicaciones en Twitter de las últimas dos semanas.

El izquierdista Gustavo Petro, que lidera todas las encuestas de intención de voto para las elecciones presidenciales del próximo domingo en Colombia, domina la disputa en las redes sociales, según un estudio brasileño que analizó unos 7,4 millones de publicaciones en Twitter de las últimas dos semanas.

Según el análisis del centro privado de estudios económicos y sociales Fundación Getulio Vargas (FGV) de Brasil obtenido por Efe, el candidato del izquierdista Pacto Histórico es el favorito para el 44,43 % de los perfiles que publicaron mensajes electorales en Twitter en Colombia entre el 10 y el 23 de mayo.

El exalcalde de Bogotá, además, es protagonista en el 51,67 % de las publicaciones en Twitter en las dos últimas semanas.

En segundo lugar en la disputa por el favoritismo en Twitter se ubica el exalcalde de Medellín Federico Fico Gutiérrez, candidato de la coalición de derechas Equipo por Colombia, favorito para el 31,07 % de los perfiles en la red social y que protagonizó el 40,66 % de las interacciones.

Los especialistas en monitoreo en redes de la FGV identificaron un tercer grupo entre las interacciones de Twitter vinculado con los perfiles de los candidatos Rodolfo Hernández y Sergio Fajardo que reúne al 8,28 % de los perfiles y el 4,97 % de los mensajes.

El estudio refleja en parte los resultados de los últimos sondeos, que sitúan a Petro como favorito con el 40,6 % de la intención de voto, seguido por Gutiérrez (27,1 %), y por Hernández, de la Liga de Gobernantes Anticorrupción (20,9 %).

El estudio identificó 7,39 millones de publicaciones en Twitter en Colombia sobre la disputa electoral entre el 10 y el 23 de mayo, en su mayoría concentradas en Bogotá (2,26 millones publicaciones o el 36 %) y en Medellín (886.400 publicaciones o 12 %).

El día de mayor agitación en las redes en torno a las elecciones colombianas fue el 22 de mayo, con 773.300 publicaciones, que coincidió con una intensificación de la campaña por Gutiérrez.

La intensificación de esa campaña quedó evidente, según el estudio, en los "hashtags" empleados en apoyo al candidato de Equipo por Colombia, como #ficopresidente (144.200 publicaciones), #federicoescolombia (98.200) y #federicoimparable (84.600).

Otro de los "hashtag" más usados en las dos semanas de análisis, con 84.700 publicaciones, fue #petropresidente.

"El estudio muestra que Colombia llega a las elecciones totalmente polarizada entre un candidato de izquierda muy consolidado en las redes, con el mayor volumen de menciones y de perfiles favorables, y uno de derecha que consigue movilizar las redes pero sin tanta consistencia", dijo a Efe el coordinador de la Dirección de Análisis Políticas de la FGV, Amaro Grassi.

"Pese a la intensa movilización en Twitter en los últimos días y a que cuenta con una campaña en redes muy bien estructurada y coordinada, Gutiérrez no alcanza el mismo nivel de alistamiento que Petro", agregó el especialista en monitoreo en redes sociales.

Grassi reconoció que es arriesgado intentar prever el resultado en las urnas a partir de un estudio de redes y admitió que el análisis ni consiguió identificar el crecimiento del empresario Rodolfo Hernández en los últimos días en los sondeos, por ser un candidato con más protagonismo en TikTok y sin tanta fuerza en otras redes, por lo que no descarta una sorpresa el domingo.

Al analizar el contenido de los mensajes que citan a Petro, el estudio concluyó que en su mayoría se refieren a la posibilidad de que el izquierdista sea elegido el domingo con mayoría absoluta sin necesidad de disputar una segunda vuelta.

Los mensajes en torno a Gutiérrez destacan el supuesto apoyo popular al candidato de derecha con la divulgación de imágenes y de videos de "aglomeraciones entusiastas" por donde pasa.