

Sheinbaum lidera 4 de 5 redes, Álvarez Máynez aventaja en YouTube con su canción "Presidente Máynez", que lo ha posicionado como un referente de la consulta de videos, y Gálvez agita búsquedas en Google

Reporte semanal MilenIA

Claudia le arrebató a Xóchitl TikTok y X

Reportaje

SALVADOR FRAUSTO
CIUDAD DE MÉXICO

En la víspera de los comicios del 2 de junio, la batalla por conquistar mayores espacios en la aldea digital muestra cambios significativos. Entre el segundo y tercer debate presidencial, Claudia Sheinbaum dominó en cuatro de cinco redes sociales, Jorge Álvarez Máynez lideró YouTube, y Xóchitl Gálvez disminuyó su fuerza en X y TikTok.

El reporte semanal de MilenIA, Central de Datos e Inteligencia Artificial revela que Sheinbaum y Máynez aumentaron sus positivos y disminuyeron sus negativos en las últimas tres semanas, en tanto que Gálvez incrementó sus rechazos y descendió en los apoyos que le expresan los ciudadanos en medios sociodigitales.

Las conversaciones en Facebook, X, Instagram, TikTok y YouTube muestran una consolidación de la puntera en las encuestas, un avance del aspirante emecista y un retroceso de la candidata de la coalición integrada por PAN, PRI y PRD.

En cuanto a búsquedas en Google, las tres opciones presidenciales se van casi a tercios, aunque Xóchitl despierta más interés con un índice de 36 puntos, seguida de Claudia con 35 y Jorge con 28.

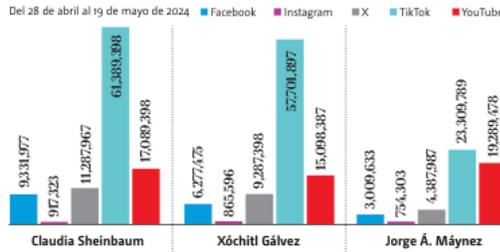
Hace 22 días, la aspirante de la Coalición Fuerza y Corazón por México encabezaba las interacciones en X y TikTok, ahora la cantante de Sigamos Haciendo Historia controla las plataformas de convivencia digital, salvo YouTube, donde la canción "Presidente Máynez" ha posicionado al alfíl naranja como un referente de la consulta de videos.

Más M de millones

Un análisis de 240 millones de conversaciones en cinco redes muestra que TikTok acaparó en las últimas tres semanas el mayor volumen de expresiones

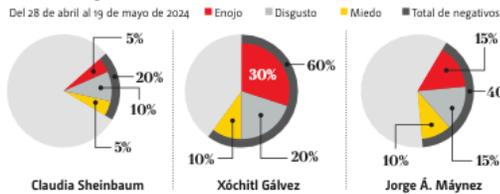
Claudia domina en cuatro de cinco redes sociales

El candidato de Movimiento Ciudadano genera más interacciones en YouTube, la morenista lidera en las demás y Xóchitl ha perdido fuerza en X y TikTok



Xóchitl provoca más sentimientos negativos

La aspirante panista incita enojo en dos tercios de los internautas, la morenista genera rechazo en dos de cada 10 usuarios de redes



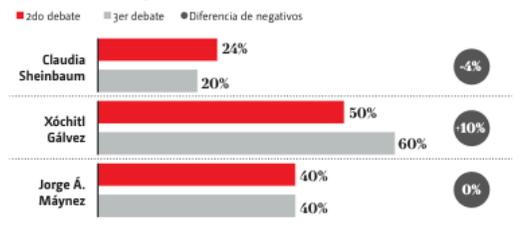
Sheinbaum lidera en interacciones positivas

El aspirante naranja está en segundo lugar de buenas vibras, la panista ocupa el tercer sitio en conversaciones de "alegría" y "confianza"



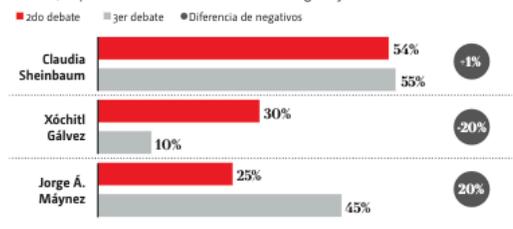
Gálvez aumenta sus negativos

Entre el segundo y tercer debate Xóchitl generó más sentimientos de "enojo"; Sheinbaum disminuyó sus rechazos



Álvarez Máynez escala en positivos

El emecista incrementó en reacciones de apoyo entre el segundo y el tercer debate; la panista está en el sótano de la "alegría" y la "confianza"



Los más buscados en Google

Las y el candidato se van casi a tercios en consultas de información en internet, con ligera ventaja de la panista



FUENTE: MilenIA / Shareablee, Google Trends, CrowdTangle, API Chat GPT y Python · INFORMACIÓN: Omar Cordero y Salvador Frausto



ciudadanas en medios sociodigitales. Claudia provocó 61.3 millones de reacciones, Xóchitl 57.7 y Jorge 23.3.

Entanto, Álvarez Máynez generó 19.2 millones de consultas de videos en YouTube, Sheinbaum 17 M y Gálvez 15 M.

Entre el segundo y tercer debate, los usuarios de Facebook convivieron 9.3 millones de veces con contenido relacionado con la morenista, la panista tuvo 6.2 M de interacciones, el doble que el emecista que sumó 3 M. En ese mismo orden se posicionan en Instagram y X.

La cantidad de conversaciones digitales suele mostrar el sentido de las tendencias que reflejan las encuestas. En las últimas tres semanas, Claudia mostró un ligero impulso al alza en redes, Xóchitl disminuyó su brío en X y TikTok, en tanto que Jorge escaló en YouTube.

Positivos y negativos

A través de Shareablee, CrowdTangle, API Chat GPT y Python, el equipo de MilenIA pudo establecer que Xóchitl generó 60 por ciento de sentimientos negativos en los últimos 22 días, seguida de Jorge con 40 por ciento de impulsos de enojo, disgusto

y miedo, al tiempo que Claudia desata 20 por ciento de interacciones de rechazo.

La morenista lidera la agitación de sentimientos positivos con 55 por ciento, el emecista alcanzó 45 por ciento de registros de alegría y confianza, la panista provocó 10 por ciento de interacciones de apoyo.

Resultados

Durante el tercer debate presidencial, Claudia Sheinbaum generó más conversaciones que sus adversarios en Facebook, X, Instagram, YouTube y TikTok. Xóchitl Gálvez quedó en segundo lugar en las primeras cuatro y en

tercer sitio en la quinta. Jorge Álvarez Máynez se colocó a un tris de la morenista en TikTok: ella provocó 19.6 millones de interacciones y él 17.4 millones.

El reporte de MilenIA señala que la ex jefa de Gobierno de CdMx incitó 55 sentimientos positivos y 13 por ciento reacciones de rechazo. La panista quedó al frente de las sensaciones de enojo, disgusto y miedo con 52 por ciento, al tiempo que sumó 20 por ciento de expresiones de apoyo. El emecista registró 55 por ciento interacciones de alegría y confianza, y 25 por ciento de sentimientos negativos.