

Western University

Scholarship@Western

CulturePlex Lab DataPoints

CulturePlex Lab

5-2018

SI TWITTER FUERA UNA ENCUESTA DE OPINIÓN... PETRO GANARÍA EL DOMINGO

Juan Luis Suárez

Yadira Lizama Mué

Follow this and additional works at: https://ir.lib.uwo.ca/cultureplex_datapoints



Part of the [Arts and Humanities Commons](#)

Citation of this paper:

Suárez, Juan Luis and Mué, Yadira Lizama, "SI TWITTER FUERA UNA ENCUESTA DE OPINIÓN... PETRO GANARÍA EL DOMINGO" (2018). *CulturePlex Lab DataPoints*. 7.

https://ir.lib.uwo.ca/cultureplex_datapoints/7

SI TWITTER FUERA UNA ENCUESTA DE OPINIÓN... PETRO GANARÍA EL DOMINGO

Autores: Juan Luis Suárez | Las redes de retuiteo muestran dos claros favoritos para la segunda ronda:
Yadira Lizama Mué | Petro y Duque.

RESUMEN

Si Twitter fuera una encuesta de opinión, los ganadores en la elección presidencial del domingo (primera vuelta) en Colombia serían, en este orden: Gustavo Petro, seguido por Iván Duque, Sergio Fajardo, Germán Vargas Lleras y Humberto de la Calle.

DATOS ▶

Desde el 1 de mayo hasta el 21 de mayo se obtuvieron: **2.545.152** tuits de **202.743** usuarios.

Hemos utilizado, como proxy de votos potenciales, la cantidad de usuarios que han retuiteado a cada uno de los candidatos. El retuiteo es importante porque muestra un fuerte vínculo entre los usuarios y sus líderes, y retuitear un mensaje generalmente se percibe como un respaldo de la opinión contenida en el tuit original. Cuantos más retuits y usuarios retuiteen tus mensajes, mejor. El volumen de retuits muestra la fuerza y el tamaño de los seguidores de los candidatos.

Del 1 de mayo al 21 de mayo, los mensajes de Petro contaron con el respaldo de 19.895 usuarios, mientras que los de Duque llegaron a 14.237, una diferencia de casi 5.000 entre los dos máximos favoritos para llegar a la segunda vuelta. Es cierto que Duque ha tenido más retuits que Petro (83.196 vs 74.823), lo que indica que algunos de los seguidores más leales de Duque lo retuitean con mayor frecuencia; pero dado el principio de “un ciudadano, un voto”, consideramos que el volumen total de usuarios que retuitean es más representativo. Fajardo y Vargas Lleras siguen considerablemente atrás, y las cifras que acompañan a De la Calle confirman que lleva varias semanas sin ser un candidato viable.

RETUITS ▶

Entre paréntesis: el porcentaje fue tomado del total de retuiteos y retuits respectivamente. Los porcentajes no suman 100% porque algunos usuarios retuitearon a más de un candidato.

CANDIDATOS	NÚMERO DE USUARIOS	NÚMERO DE TUIITS
Gustavo Petro	19.895 (40%)	74.823 (33%)
Iván Duque	14.237 (29%)	83.196 (37%)
Sergio Fajardo	8.843 (18%)	25.379 (11%)
Germán Vargas	6.053 (12%)	31.888 (14%)
Humberto de la Calle	4.304 (9%)	9.806 (5%)

Tabla 1. Cantidad de retuiteos y retuits relacionados a cada candidato.

Estos resultados son bastante similares a los de febrero (ver [DataPoints No.3](#)), cuando Petro lideró el número de retuiteos (13.716) sobre Duque (9.199) y Fajardo (7.090). El único cambio apreciable es que Vargas Lleras ha superado a De la Calle en la cuarta posición en las últimas semanas. La campaña de Petro sigue siendo la mejor en términos de crecimiento, es decir, en cuánto ha crecido su base de usuarios que lo retuitean en los últimos tres meses. Ha añadido 6.179 usuarios, frente a los 5.038 de Duque.

CANDIDATOS	RETUITEROS EN FEBRERO	RETUITEROS EN MAYO	DIFERENCIA
Gustavo Petro	13.716	19.895	+6.179
Iván Duque	9.199	14.237	+5.038
Sergio Fajardo	7.090	8.843	+1.753
Germán Vargas	1.622	6.053	+1.831
Humberto de la Calle	4.222	4.304	+2.682

Tabla 2. Cantidad de usuarios que retuitaron los mensajes de los candidatos durante febrero y mayo.

FAJARDO NECESITA UN MES MÁS DE CAMPAÑA...

RATIO ►

El ratio es la relación entre el apoyo directo (retuits + likes) y los comentarios de un tuit. Las personas tienden a comentar cuando no están de acuerdo, de lo contrario retuitean o hacen click en el botón de me gusta.

También hemos analizado el grado general de apoyo que hay detrás de cada candidato. En este caso, sumamos el número de retuits y el número de reacciones (comentarios o respuestas) para obtener una medida general. El resultado es el mismo: Petro aventaja a Duque (78.103 vs 39.455) por un amplio margen, y ambos son seguidos a cierta distancia por Vargas Lleras (27.360), De la Calle (16.397) y Fajardo (9.252).

Un elemento importante de esta medida general es el ratio entre retuits y comentarios. Un retuit se considera un apoyo directo, pero un tuit que activa muchos comentarios normalmente consiste en comentarios negativos. Todos los candidatos tienen proporciones positivas, pero aquí, el ganador es Fajardo con 18:1, mientras que Duque y Petro están mano a mano con 8:1, y Vargas Lleras y De la Calle también empatan, pero con una proporción de 4:1.

Fajardo es percibido como el mejor en Twitter, pero su base es tan pequeña que esta positividad no compensará su incapacidad de ampliar el número de ciudadanos a los que su campaña atrae. Con un mes más, tal vez habría cambiado un poco su estrategia, o un porcentaje mayor de la población se habría cansado del populismo y el extremismo de los dos favoritos, y la marea habría cambiado. Es difícil admitir que tal cambio ocurrirá en los próximos tres días.

EL RATIO MÁS

ALTO ►

Los tuits de Fajardo son percibidos como los más positivos, de acuerdo al ratio. El recibió 18 muestras de apoyo directo de usuarios (retuits y/o likes) por cada comentario.

CANDIDATOS	REACCIONES	APOYO DIRECTO (RETUITS + LIKES)	COMENTARIOS	RATIO
Gustavo Petro	674.740	596.637	78.103	8:1
Germán Vargas	337.431	297.976	39.455	8:1
Iván Duque	135.735	108.375	27.360	4:1
Humberto de la Calle	87.224	70.827	16.397	4:1
Sergio Fajardo	171.756	162.504	9.252	18:1

Tabla 3. Cantidad total de reacciones hacia los candidatos presidenciales hasta el 21 de Mayo. De ellas, los retuits + likes, los comentarios y su relación.

¿QUÉ SIGUE AHORA?

El gráfico a continuación muestra la red de retuits de los diferentes candidatos. También muestra las áreas de intersección entre esos seguidores leales, es decir, los grupos que pueden ir a uno u otro candidato (Figura 1).

Si comenzamos a hablar de la segunda vuelta, y teniendo en cuenta que Petro y Duque ga-

RED DE
RETUITEROS ►

Cuanto más retuits y usuarios retuiteen los mensajes, de los candidatos, mejor.

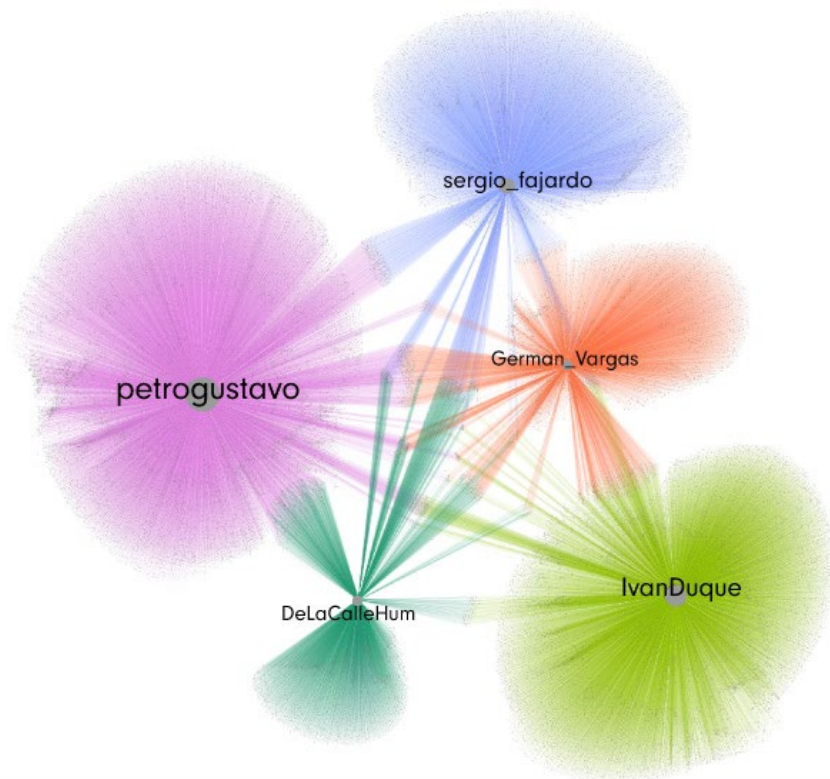


Figura 1. Red de usuarios que retuitearon durante mayo. Los grupos de usuarios se ven claramente.

narían la primera ronda, Petro se llevaría un 5,3% de los retuiteros de Fajardo, y Duque, un 1,4%. Los partidarios de Vargas Lleras se dividirían casi por igual entre Duque (11,8%) y Petro (9,7%). Los seguidores de De la Calle irían principalmente a Petro (23,9%), y sólo unos pocos a Duque (3,7%). En todos los casos, estamos hablando de un pequeño número de usuarios que se sitúan en tierra de nadie, por lo que no son en absoluto decisivos. Un análisis de la red de retuiteros de los dos ganadores a mediados de junio ofrecerá una visión más clara de cómo los votantes se han movido entre las dos rondas, y dirá quién será el próximo presidente de Colombia.

Pero sólo si Twitter fuera una encuesta de opinión.

METODOLOGÍA

Los tuits fueron descargados a través del Streaming API de Twitter utilizando la siguiente consulta:

"IvanDuque, petrogustavo, sergio_fajardo, DeLaCalleHum, German_Vargas"

www.cultureplex.ca

EDICIÓN

Antonio Jiménez-Mavillard
Emilio Calderón

DISEÑO

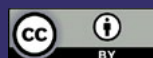
Ana Ruiz Segarra

COORDINACIÓN

Daniel Varona Cordero

 [@cultureplex](https://twitter.com/cultureplex) cultureplex@gmail.com

London, Ontario, Canadá



Licencia Creative Commons Atribución 4.0
Internacional (CC BY 4.0)