

## **Tras debate, AMLO acumula más seguidores en redes, pero Anaya crece más, señala Observatorio Electoral de CUTonalá**

A nivel local, Alfaro, Kumamoto y Castañeda son quienes más suman usuarios en estas plataformas

El candidato por la coalición “Juntos Haremos Historia” a la Presidencia de México, Andrés Manuel López Obrador, es quien más seguidores acumula en redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube e Instagram, pero tras el debate, Ricardo Anaya, representante de la coalición “Por México al Frente”, creció más proporcionalmente en estas plataformas digitales, de acuerdo con un monitoreo realizado por el [Observatorio Electoral del Centro Universitario de Tonalá \(CUTonalá\)](#). [1]

López Obrador suma dos millones 953 mil 541 seguidores en su página de Facebook, y tuvo un incremento de 294 mil 058 en la quincena del 16 al 29 de abril, lo que representa cerca de 10 por ciento de su record histórico. Anaya tiene un millón 461 mil 202 seguidores y fue quien mayor aumento de usuarios tuvo con 267 mil 666, es decir poco más de 18 por ciento; en tanto que el independiente Jaime Rodríguez, “El Bronco”, suma un millón 717 mil 178, y registró un incremento de 141 mil 792.

La candidata independiente Margarita Zavala tiene 642 mil 329 seguidores en esa red social, y tuvo un incremento de 24 mil 808 seguidores; en tanto que José Antonio Meade, por la coalición “Todos por México”, registra 503 mil 204 usuarios, con un aumento de 74 mil 527 en la última quincena.

El pasado domingo 22 de abril, se llevó a cabo el primer debate entre los candidatos a la presidencia de México

En lo que respecta a Twitter, López Obrador fue quien más seguidores tuvo al sumar 77 mil 776, seguido de Anaya con 74 mil 59; quien tuvo menos incremento fue la candidata Margarita Zavala, con 27 mil 390. Esta misma tendencia se presentó en la plataforma audiovisual YouTube, aunque su uso es mínimo por parte de los candidatos, informó la maestra Sara Angélica Pérez Aguilar, integrante del cuerpo académico Derechos Humanos, Constitución y Reformas Estructurales, del CUTonalá.

En cuanto al monitoreo de los candidatos a Gobernador de Jalisco, quien tiene más seguidores en Facebook es Enrique Alfaro, abanderado del Partido Movimiento Ciudadano (MC), con 738 mil 953; Carlos Lomelí, candidato del Movimiento Regeneración Nacional (Morena), suma 171 mil 983; Salvador Cosío Gaona, del Partido Verde Ecologista de México (PVEM), 153 mil seguidores y Miguel Castro, del PRI, 60 mil 896.

En Twitter, los que mayor actividad y seguidores registraron fueron Alfaro y Castro, en tanto que en sus canales de YouTube, el candidato del PRI tiene el mayor número de suscriptores con 258 y Miguel Ángel Martínez, candidato del Partido Acción Nacional (PAN), tiene 299.

Aunque Alfaro encabeza redes como Facebook, Twitter e Instagram, los candidatos de Morena, del PVEM

y del PRI, son quienes mayor uso de las redes sociales tienen en sus campañas, dijo el maestro Ricardo Rodríguez Hernández, integrante del Cuerpo académico Estudios y Retos de la Ciencia en Derecho, del mismo centro universitario.

En cuanto a los aspirantes al Senado, su uso de las redes sociales es muy dispar, advirtió la maestra Pérez Aguilar. Quienes registran más actividad son el candidato independiente Pedro Kumamoto, que suma 506 mil 001 usuarios en Facebook y registró un incremento quincenal de mil 811 personas; seguido de Clemente Castañeda, de Movimiento Ciudadano, con 219 mil 278 seguidores y un aumento de 860 seguidores; Rocío Corona, del PRI, tiene ocho mil 750 usuarios y tuvo un crecimiento de 126.

Esta tendencia se repite en plataformas como Twitter e Instagram, en tanto que en YouTube, Castañeda tiene más suscriptores.

Hasta finales de abril, los demás candidatos del PRI, del PVEM, del Partido de la Revolución Democrática y de Nueva Alianza, tienen cantidades de usuarios “poco representativas”, o incluso algunos no han abierto una cuenta o perfil en estas plataformas.

“Hoy las redes sociales significan una nueva forma de hacer política, de llegar a los ciudadanos. Quizás los candidatos que no las utilicen realmente se están quedando atrás en la contienda electoral, si no es que fuera. Es de denotar que algunos candidatos no están manejando unas redes y si entrevistáramos en la calle a la gente, probablemente éhos serían los candidatos que menos van a identificar”, afirmó la doctora Hilda Villanueva Lomelí, responsable del Cuerpo académico Protección y Uso de la Propiedad Intelectual en las Instituciones de Educación Superior y su Aplicación en el Derecho Corporativo.

Los especialistas esperan que los próximos debates en los ámbitos local y nacional generarán mayor movimiento de los candidatos en redes sociales.

## **A T E N T A M E N T E**

**“Piensa y Trabaja”**

**Guadalajara, Jalisco, 3 de mayo de 2018**

**Tezxtó: Mariana González**

**Fotografía: Gustavo Alfonzo**

### **Etiquetas:**

[Ricardo Anaya](#) [2]

---

### **URL Fuente:**

<https://comsoc.udg.mx/noticia/tras-debate-amlo-acumula-mas-seguidores-en-redes-pero-anaya-crece-mas-senala-observatorio>

### **Links**

[1] <http://www.cutonala.udg.mx/observatorio>

[2] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/ricardo-anaya>