

4-2018

## MARZO MUESTRA UN ASOMBROSO INCREMENTO DEL 142% EN LA ACTIVIDAD DE TWITTER

Juan Luis Suárez

Yadira Lizama Mué

Follow this and additional works at: [https://ir.lib.uwo.ca/cultureplex\\_datapoints](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, "MARZO MUESTRA UN ASOMBROSO INCREMENTO DEL 142% EN LA ACTIVIDAD DE TWITTER" (2018). *CulturePlex Lab DataPoints*. 5.  
[https://ir.lib.uwo.ca/cultureplex\\_datapoints/5](https://ir.lib.uwo.ca/cultureplex_datapoints/5)

## MARZO MUESTRA UN ASOMBROSO INCREMENTO DEL 142% EN LA ACTIVIDAD DE TWITTER

Autores: Juan Luis Suárez | La campaña comienza de nuevo y los colombianos están más  
Yadira Lizama Mué | interesados que nunca.

### RESUMEN

#### DATOS ▶

En marzo se recolectaron  
**2.981.341** retuits de  
**233.393** retuiteros.

La campaña presidencial ha comenzado con un nuevo ímpetu después de las elecciones del 11 de marzo al Congreso, las vacaciones de Semana Santa y la falta de fusión entre Fajardo y De La Calle. El extraordinario interés en los debates de los candidatos hace eco de lo que se puede detectar en Twitter: el volumen de tuits de campaña ha aumentado de 1.870.709 (con 198.825 usuarios) a 4.519.579 (334.861 usuarios), un crecimiento del 142%, entre febrero y marzo.

El número de seguidores de todos los candidatos ha aumentado de manera constante desde febrero, con Petro por delante del resto. Por supuesto, este dato debe relacionarse con el número de votos que obtuvieron los diferentes candidatos en las elecciones de marzo. Y allí, Duque obtuvo una ventaja cómoda.

#### SEGUIDORES DE LOS CANDIDATOS ▶

La tasa de crecimiento se ha calculado de acuerdo al número de seguidores en febrero y abril.

CANDIDATO	FEBRERO 28	MARZO 31	ABRIL 8	TASA DE CRECIMIENTO%
Petro	2.910.868	2.936.051	3.046.433	4,66
Fajardo	1.071.183	1.152.316	1.178.410	10,01
Vargas Lleras	730.556	747.780	753.385	3,12
Duque	171.366	247.948	268.999	56,97
De La Calle	67.269	95.303	107.592	59,94

Tabla 1. Cantidad de seguidores por candidato desde febrero hasta el 8 de abril de 2018.

### LOS RETUITS SON LA CLAVE

En una elección con tantas incógnitas, las elecciones de marzo marcaron ciertas tendencias, pero también dejaron muchas preguntas sin respuesta. Los encuestadores todavía están tratando de descubrir cómo capturar las intenciones de los votantes y cómo validar sus encuestas con otras herramientas. El volumen de retuits muestra la fuerza y el tamaño de los seguidores de un candidato: cuantos más retuits y más usuarios retuiteen sus mensajes, mejor.

ACTIVIDAD DE RETUITEO ►

Petro tiene el mayor aumento de retuits seguido por Duque. Los demás candidatos no logran mantener el paso.

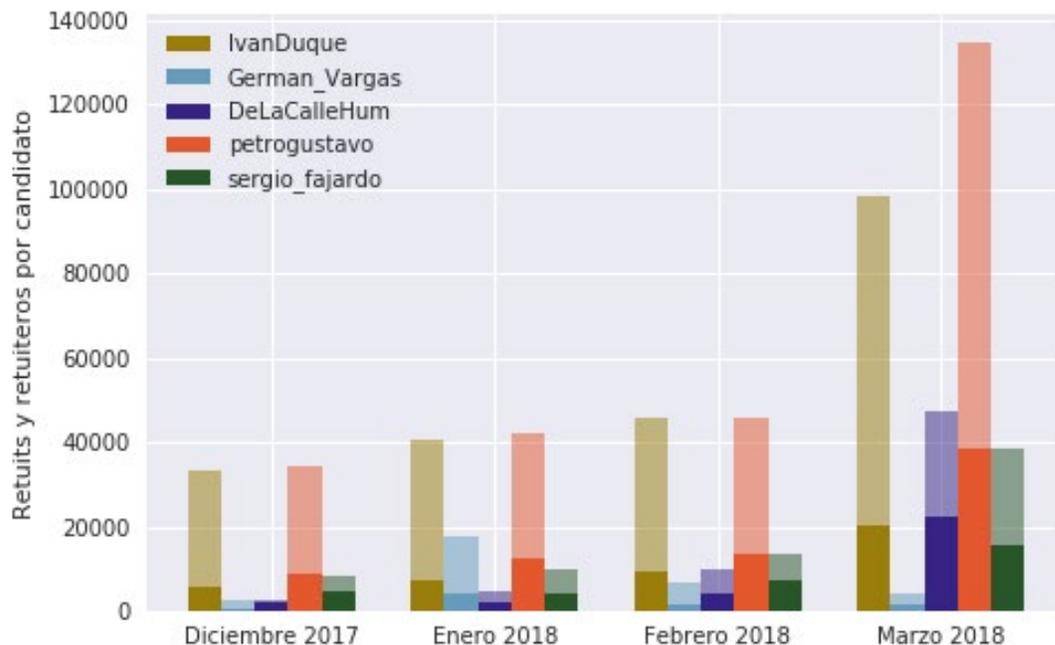


Figura 1. Número de retuits (colores más claros) y número de retuiteros (colores más oscuros) por cada candidato desde diciembre de 2017 hasta marzo de 2018.

En marzo, vemos cuatro tendencias claras:

- El vínculo técnico en la actividad de retuiteo entre Petro y Duque se ha roto en favor del ex alcalde de Bogotá. Petro ha logrado dejar atrás al grupo por un amplio margen y Duque está jugando a ponerse al día, como si hubiera alcanzado un techo temporal.
- De La Calle está por delante de Fajardo en retuits y retuiteros.
- Vargas Lleras ha desaparecido (casi) de esta esfera pública ya que sus datos son insignificantes.
- El volumen total de retuits ha subido un 147% con respecto a febrero.

CUOTA DE MERCADO EN LA ACTIVIDAD DE RETUITEO

Cuando vemos el porcentaje de retweets capturados por cada uno de los candidatos sobre los retuits totales producidos en marzo, Petro gana nuevamente: tiene un 17% de usuarios que retuitean, mientras que De La Calle y Duque tienen un 9% cada uno, aunque este último tiene un mayor volumen de mensajes (3% vs 2% para De La Calle, pero lejos del 5% para Petro). La conclusión es que en Twitter, Petro tiene un mayor número de seguidores leales (quienes lo retuitean) y son mucho más activos (producen más retuits).

En marzo además, se produce un marcado crecimiento para Petro quien tenía “sólo” una cuota de mercado retuiteros del 10% en febrero y ahora está en 17%, en comparación con 7% y 9% para Duque, 3% y 9% para De La Calle, y 5% y 7% para Fajardo. Vargas Lleras se mantiene en el 1% en usuarios y apenas el 0.5% en retuits.

RETUITEROS POR CANDIDATO ►

Los porcentajes % no son exclusivos: algunos usuarios retuitean a más de un candidato.

	NÚMERO DE RETUITEROS	% DE RETUITEROS EN MARZO	NÚMERO DE RETUIITS	% DE RETUIITS EN MARZO
petrogustavo	38.682	17	134.574	5
DeLaCalleHum	22.099	9	47.129	2
IvanDuque	20.428	9	98.250	3
sergio_fajardo	15.452	7	38.631	1
German_Vargas	1.819	1	4.143	0

Tabla 2. Número de retuiteros y retuits por candidato, incluido el porcentaje del volumen total de retuiteros y retuits en marzo, respectivamente.

### LA CERCANÍA POLÍTICA ENTRE LOS CANDIDATOS

#### SIMILITUD ►

Se ha calculado la similitud política usando el [Índice de Jaccard](#).

De La Calle es el terreno común entre Petro y Fajardo. Tiene un índice de similitud muy alto con respecto a Petro (0,1178) y aún más alto con Fajardo (0,1277). Pero esta relación entre los seguidores de los candidatos no se traslada a Petro y Fajardo (sólo 0,0444), aunque uno supondría que el Polo habría jugado un efecto de puente. En este punto, es difícil aceptar que Petro crecerá con los votantes de Fajardo, o al revés. Del mismo modo, la principal debilidad de Duque es que sus índices de similitud con todos los demás candidatos son muy bajos. Él es una isla, fuerte, pero muy aislada. Esto significa que necesita poner todos sus esfuerzos en ganar en la primera ronda.

#### CERCANÍA POLÍTICA ►

El diámetro del círculo es el valor de cercanía política en febrero (naranja) y marzo (púrpura) multiplicado por 4000 para mejorar la visualización.

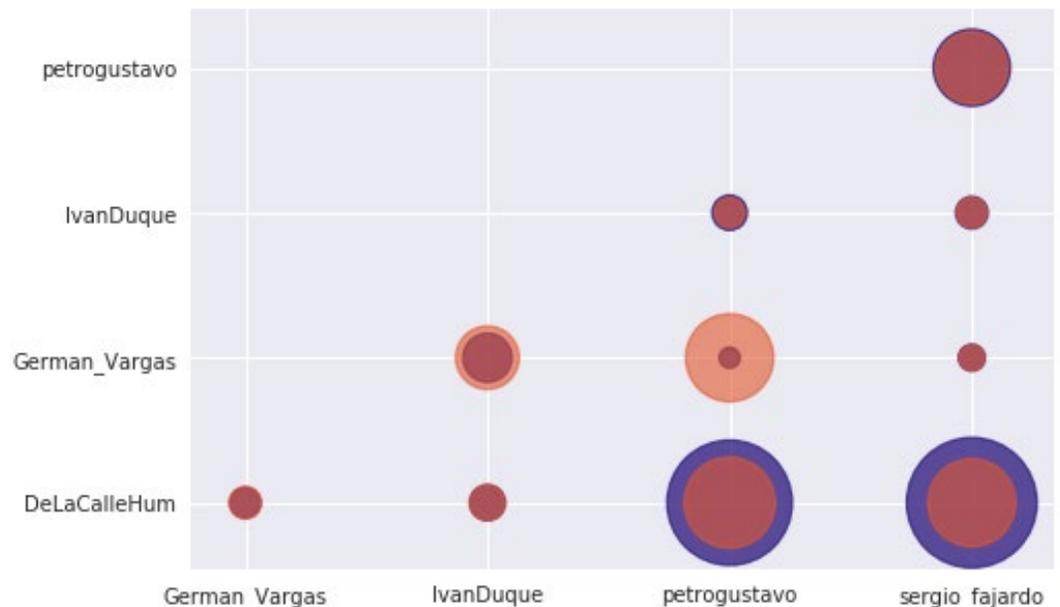


Figura 2. Cercanía política entre los candidatos en febrero (naranja) y marzo (púrpura).

La similitud política es clave para determinar diferentes escenarios para el futuro: indica cómo de probable es que los usuarios que actualmente apoyan a dos candidatos se cam-

bien al candidato restante una vez que el otro se retira de la campaña o pierde en la ronda anterior.

### ¿QUÉ HARÁ DE LA CALLE CON SU CAPITAL POLÍTICO?

Tal vez nada, especialmente si el candidato y el Partido Liberal dividen su apoyo justo después de la primera ronda.

Sin embargo, todavía creemos que De La Calle es la clave de esta elección si juega bien sus cartas. Es muy difícil para él ganar (la campaña ha cometido demasiados errores y su base es pequeña); sin embargo, su habilidad para hablar con seguidores que también apoyan a Petro o Fajardo lo hace muy importante si decide dar su apoyo a uno de ellos. Por supuesto, si él apoya a uno de estos candidatos y el Partido Liberal hace lo mismo con Duque, su influencia se diluirá.

De La Calle tiene una base muy pequeña de seguidores leales y un gran potencial. Es difícil prever cómo, o si, podrá monetizar el potencial. Sólo 381 usuarios han retuiteado constantemente sus mensajes cada mes desde diciembre (Figura 4), lo que no tiene comparación con los 2.946 leales a Petro, los 2.204 con Duque o incluso los 865 que siguen retuiteando los tuits de Fajardo.

#### PRESENCIA EN LA RED ▶

De La Calle podría usar su presencia en la red para movilizar a sus seguidores en una u otra dirección.

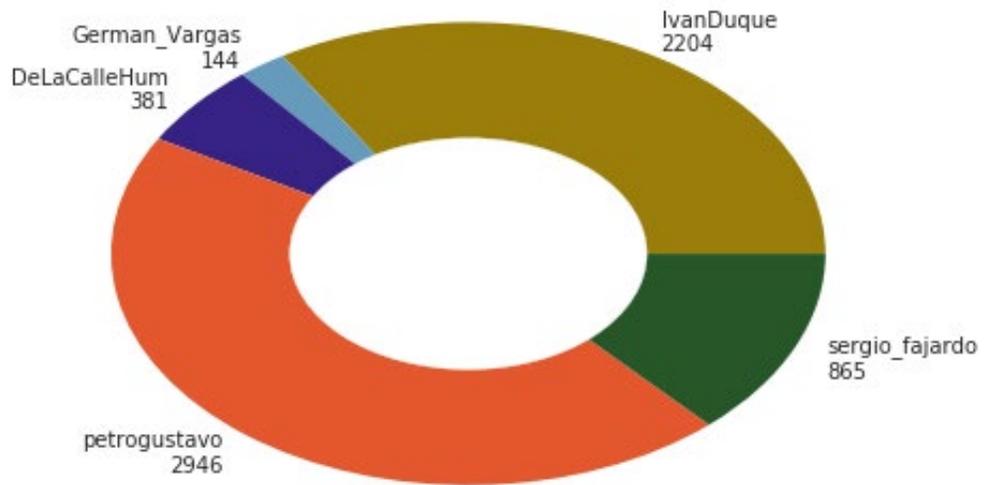


Figura 3. Retuiteros leales: usuarios que han retuiteado constantemente a cada candidato desde diciembre de 2017 hasta marzo de 2018.

Sin embargo, De La Calle experimenta muy poca erosión en la actividad de retuiteo. Su cuenta es la que tiene la menor disminución en esta actividad (no contamos a Vargas Lleras ya que su cuenta no tiene mucho que rastrear de una manera u otra), mientras que la tasa de crecimiento lo coloca justo detrás de Petro y muy por delante de Duque y Fajardo.

Hay un escenario cada vez más interesante, pero muy remoto, de este lado del espectro: luchar contra Duque en la primera ronda para pasar a una segunda ronda en la que De La

Calle (la campaña de Fajardo parece no despegar) se enfrentaría con Petro para convertirse en el próximo presidente de Colombia. Sería una estrategia muy difícil de poner en práctica, pero no imposible ahora que el famoso café con Fajardo no produjo una alianza. O tal vez, los votantes, tal como aparecen en Twitter, están mostrando a los candidatos del centro-izquierda lo que deseaban que los candidatos hubiesen hecho desde el principio.

Cómo utilizarán De La Calle y el Partido Liberal su capital político seguirá siendo clave si no pasa a la segunda ronda.

### INCREMENTO EN LA TASA DE ACTIVIDAD DE RETUITS ▶

La base para calcular la tasa de incremento y decremento es el número de retuitos en diciembre de 2017.

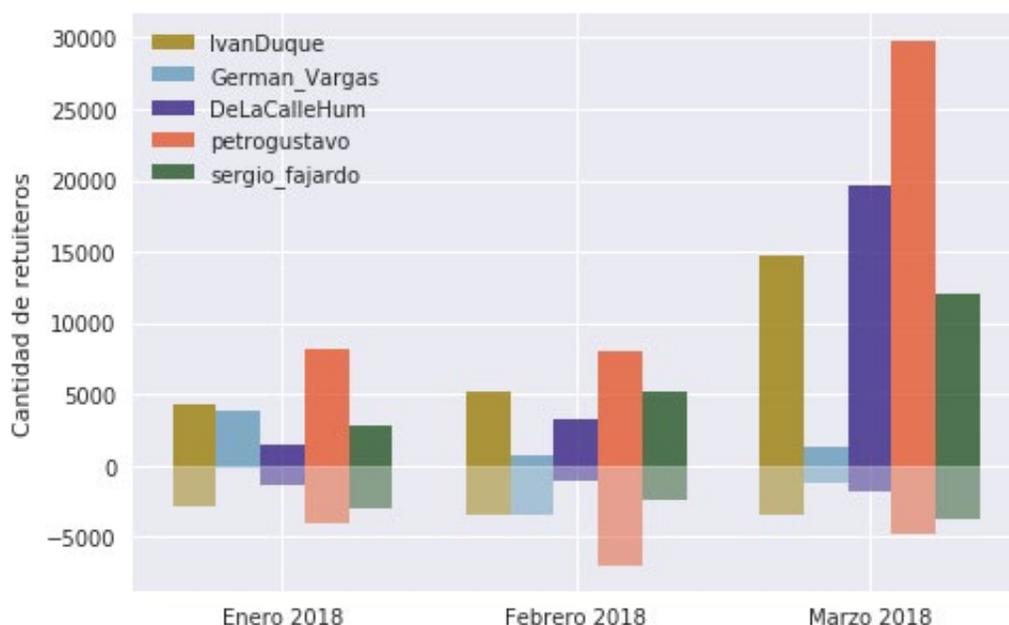


Figura 4. Incremento y decremento mensual del número de retuitos por candidato.

### 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](http://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](mailto:cultureplex@gmail.com)

London, Ontario, Canadá



Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

