

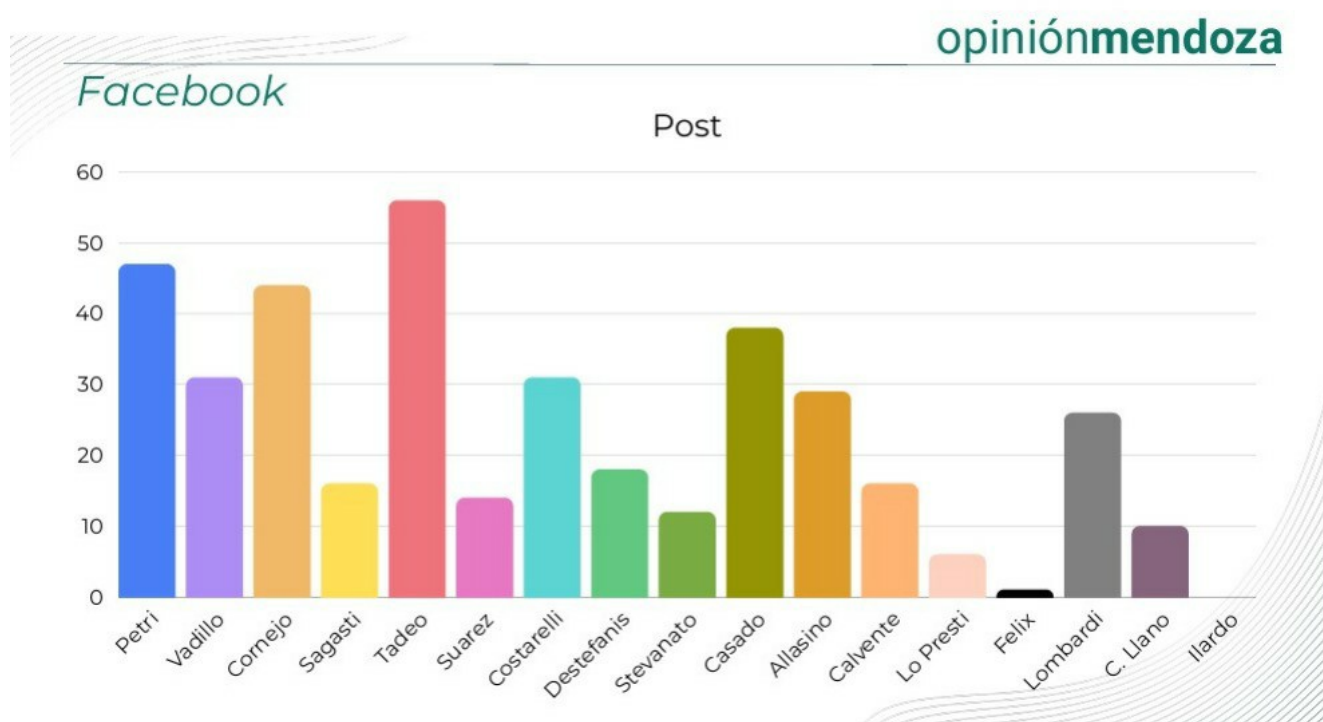
Análisis del nuevo tablero político: cómo vienen en el territorio digital los posibles candidatos en Mendoza

01/04/2026



La política mendocina según consultores ha ingresado en una fase de «campana permanente» donde el territorio digital es tan real como el asfalto. Lucas Inostroza, consultor político y codirector de Opinión Mendoza, presentó un relevamiento sobre el posicionamiento de 17 figuras públicas de la provincia en plataformas como Facebook, Instagram, TikTok, X y Google. En diálogo con FM Vos 94.5, el analista desglosó cómo

el «engagement» podría configurar las piezas del tablero de cara a la gobernación, advirtiendo que tener miles de seguidores no siempre se traduce en una comunicación efectiva.



El informe presentado revela una brecha marcada entre aquellos dirigentes que logran trascender los límites provinciales y quienes mantienen una construcción netamente local. La influencia de las figuras nacionales actúa como un motor de visibilidad aunque no necesariamente del ámbito donde se buscan los votos. **«Relevamos a 17 políticos de la provincia y detectamos un grupo pequeño que se despega. Luis Petri y Anabel Fernández Sagasti tienen una preponderancia absoluta en cantidad de seguidores debido a una influencia nacional que excede a Mendoza. A este grupo se suma el gobernador Alfredo Cornejo y, también Mario Vadillo. Petri, en particular, llega muy fortalecido por el apalancamiento que le da el Gobierno Nacional, que es muy fuerte en redes. Él se sirve de ese encuadramiento con la figura de Milei para obtener resultados significativos»**, analizó Inostroza al inicio de la nota.

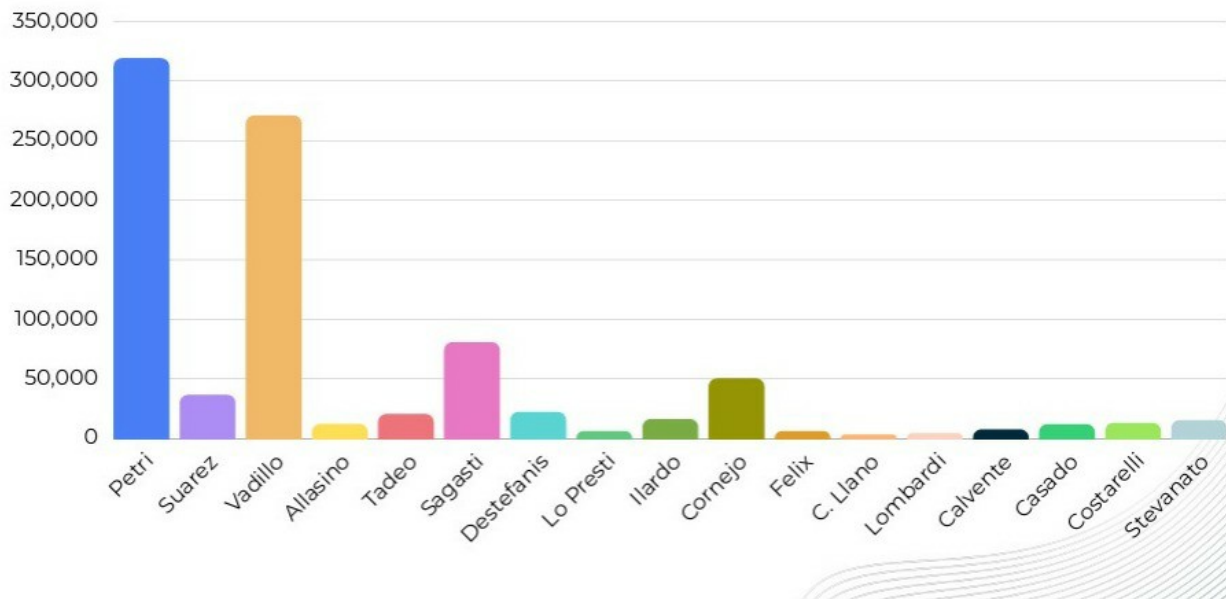
TikTok: el fenómeno de la interacción

A diferencia de las plataformas tradicionales, TikTok ha logrado romper la jerarquía clásica basada en el número de

seguidores para premiar factores como la viralidad y el contenido dinámico, lo que altera las estrategias de posicionamiento de los dirigentes mendocinos. En este escenario, surge lo que los analistas denominan la sorpresa de Ulpiano, un fenómeno que pone en duda la relevancia de las audiencias masivas frente al impacto real. **«Es un caso sumamente llamativo. Mario Vadillo es quien más seguidores tiene y le sigue Petri, pero a la hora de las interacciones y visualizaciones, lo supera a todos Ulpiano Suárez, que apenas tiene poco más de mil seguidores»**, explicó Inostroza. Para el consultor, este dato es revelador. «Demuestra que el número de fans no es determinante si no hay un contenido que logre conectar con el algoritmo y el usuario», determinó. Por otro lado, el estudio derriba prejuicios sobre la segmentación etaria en el ecosistema digital, mostrando una migración constante de usuarios. «Aunque TikTok tiene muchos jóvenes generando contenido, el abanico de edades es hoy mucho más amplio de lo que se cree; hoy lo usa todo el mundo», señaló el analista. En contraste, otras redes han quedado encapsuladas en nichos específicos: mientras Facebook se consolida para un público mayor de 45 años, Instagram y X (Twitter) retienen la atención de un segmento más juvenil y volátil. «Esta lógica de la plataforma obliga a los candidatos a salir de su zona de confort. Ya no basta con emitir un mensaje, hay que generar una reacción inmediata», dijo el entrevistado, destacando que la capacidad de volverse viral puede nivelar la cancha incluso para quienes corren desde atrás en cantidad de seguidores.

Instagram

Seguidores



Según el analista, la métrica del éxito no es el volumen de la audiencia, sino la capacidad de generar una comunidad activa que participe y comparta

La batalla por el «engagement»

Según el analista, la métrica del éxito no es el volumen de la audiencia, sino la capacidad de generar una comunidad activa que participe y comparta. **«En Instagram, Petri supera los 300.000 seguidores y Vadillo los 250.000, marcando una diferencia amplísima respecto a la tercera, que es Sagasti con 50.000. Sin embargo, cuando medimos el engagement –likes, comentarios y compartidos–, las cifras se emparejan. Tadeo García Salazar, por ejemplo, está trabajando muy fuerte en la cantidad de posteos, pero todavía no logra ese despliegue de participación que es lo que, al final del día, cuenta»,** comentó al respecto. **«Facebook, por su parte, es la red más pareja; intendentes como Marcos Calvente (Guaymallén) han logrado armar comunidades fuertes allí, recuperando un espacio que muchos dieron por muerto»,** añadió.

El termómetro del descontento

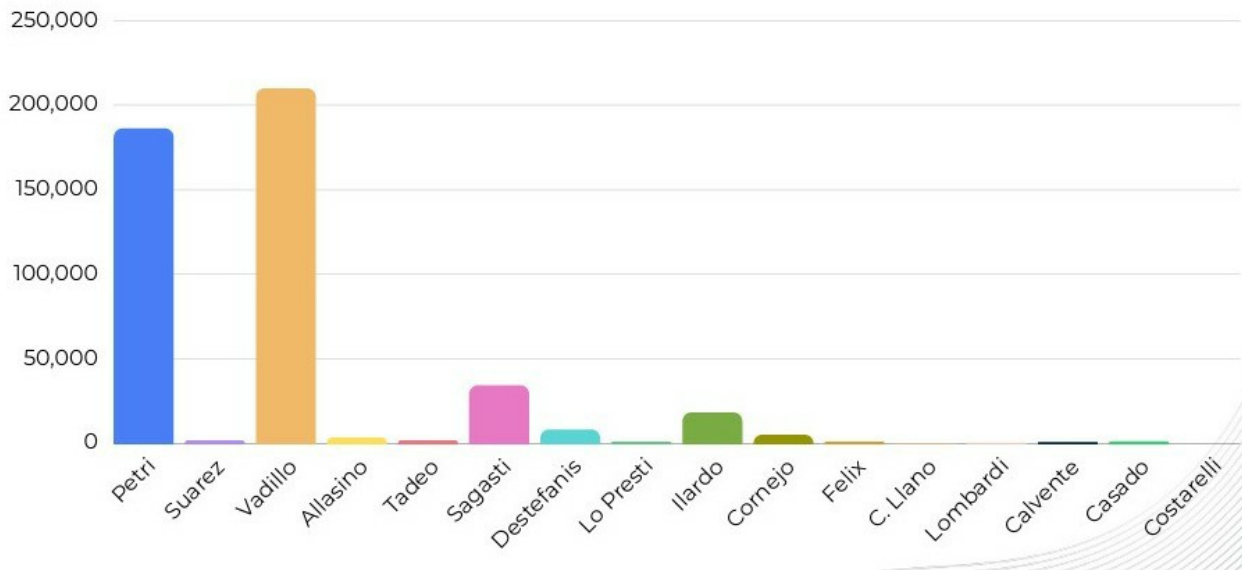
El análisis de datos no solo revela quién lidera las métricas de audiencia, sino que arroja luz sobre el complejo clima de

época: una sociedad que percibe con marcada distancia la prematura carrera electoral, mientras los reclamos de gestión cotidiana dominan el espacio de los comentarios. Uno de los hallazgos más contundentes del estudio es el tono de la interacción predominante en las plataformas. Lejos del apoyo incondicional, el sentimiento que prima es la demanda.

«Independientemente del dirigente, la mayoría de las interacciones son ataques, reclamos o pedidos. Al intendente se le reclama gestión territorial y al legislador que trate proyectos específicos. Nadie escapa a los comentarios negativos; sean oficialistas u opositores, nacionales o provinciales, todos enfrentan la misma realidad de descontento», afirmó Inostroza. Dicha dinámica responde a una lógica global que ha transformado la comunicación política tradicional. «Hoy vivimos en una campaña permanente los 365 días del año. No se trata de un fenómeno local, sino de un cambio de paradigma donde las redes reclaman una inmediatez absoluta», aclaró el referente de Opinión Mendoza. «Esta demanda empuja a los políticos a una presencia constante que muchas veces cae pesado en la gente. Estando todavía lejos de las elecciones, el ciudadano espera que los funcionarios estén enfocados exclusivamente en su trabajo actual y no en el proselitismo digital», agregó.

Tiktok

Seguidores



Google como sensor de curiosidad

Más allá de las redes de interacción, el comportamiento de los mendocinos en Google ofrece una pista sobre quiénes despiertan verdadera curiosidad o necesidad de información. **«Medimos cómo vienen las búsquedas en relación con el nombre de cada candidato en Google, que es el buscador por excelencia. Esto nos permite ver el impacto real de cada uno. Las redes sociales hoy no son una novedad, pero su relevancia es tal que podrían definir entre el 50% y 60% de una elección»**, enfatizó el consultor. «La inmediatez que exigen estas plataformas borra la línea entre comunicar acciones de gobierno y hacer campaña estrictamente electoral; hoy, para el algoritmo y para el usuario, parece ser todo lo mismo», cerró.