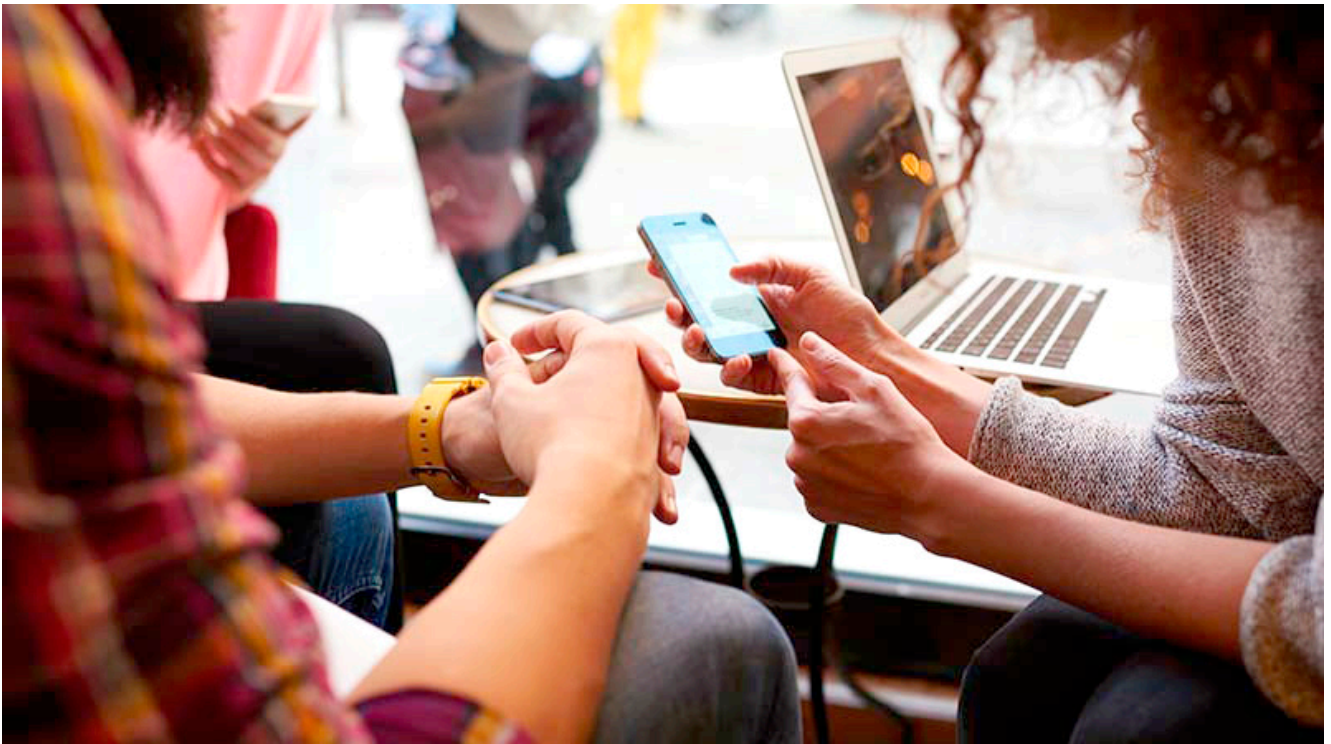


# Redes sociales: cómo es el uso de los medios digitales por parte de los candidatos mendocinos

10/09/2025



El terreno digital se ha convertido en un campo de batalla clave para las campañas políticas. Lucas Inostrosa, director de Opinión Mendoza, analizó el desempeño de los candidatos mendocinos en las redes sociales, revelando una desigualdad en su alcance y popularidad.

«Según el estudio de Opinión Mendoza, dos candidatos se destacan claramente por encima del resto en el ámbito digital: Luis Petri y Mario Vadillo. La ventaja de Petri se explica por su exposición a nivel nacional, que le ha permitido alcanzar una audiencia considerable en plataformas como Instagram y X (antes Twitter), con casi 250.000 seguidores. Su presencia se ha visto impulsada, además, por temas de actualidad y controversias a nivel nacional», observó Lucas Inostrosa en

diálogo con FM Vos 94.5.

«Por su parte, Vadillo ha logrado un crecimiento sostenido desde las últimas elecciones, adoptando el rol de defensor del ciudadano en sus videos. Este enfoque le ha permitido crecer fuertemente en dos redes puntuales, Instagram y TikTok, donde incluso supera a Petri en cantidad de seguidores», comentó.

### **El resto de los candidatos, con trabajos dispares**

La investigación de Inostrosa muestra el nivel del resto de los candidatos. Emir Félix, por ejemplo, tiene su mayor potencial en Facebook, llegando a los 50.000 seguidores. «Su trabajo ha sido bastante dispar, es decir no ha sido muy constante. Lo cual lo muestra bastante amesetado con respecto a los demás. Igualmente, no descarto que la situación pueda cambiar en las semanas restantes de campaña», expresó.

«Otro candidato que ha mostrado crecimiento es Jorge Difonso, quien ha logrado acumular más seguidores en Instagram. Esta disparidad en el trabajo digital es común y deja en evidencia que no todos los candidatos han invertido el mismo esfuerzo en estas plataformas», recalcó.

### **Más allá de los números: la credibilidad en el terreno digital**

Inostrosa reconoció que en el mundo digital existe la posibilidad de corromper los números con el uso de bots y otras herramientas de inteligencia artificial. Sin embargo, aseguró que en Opinión Mendoza buscan ir más allá de la cantidad de seguidores para medir el impacto real de las campañas.

«Para evitar quedarse con un número vacío, el estudio mide la conversación en la web que generan los candidatos, incluyendo menciones en medios digitales y el interés que despiertan en buscadores como Google. Nosotros buscamos ver si esos seguidores que ellos tienen también generan conversación hacia afuera, si ellos realmente están llegando a la sociedad», explicó.

«Y ahí es donde justamente nosotros encontramos una paridad entre el conjunto de los candidatos, salvo el caso de Petri,

que justamente a una mayor exposición se le vio duplicado, triplicado, o hasta quintuplicado, por el caso del escándalo que rodea Karina Milei», completó.