

A photograph of the Congress of Deputies of Spain building in Madrid. The image shows the ornate neoclassical facade with its iconic Corinthian columns and a large bronze lion statue. The words 'CONGRESO DE LOS DIPUTADOS' are visible on the building's facade. The sky is blue with some white clouds.

KREAB

Con la tecnología de
digimind

Informe monitorización campaña electoral

01

Introducción

02

Análisis
cuantitativo

03

Análisis perfiles
políticos

05

Análisis
cualitativo

06

Conclusiones

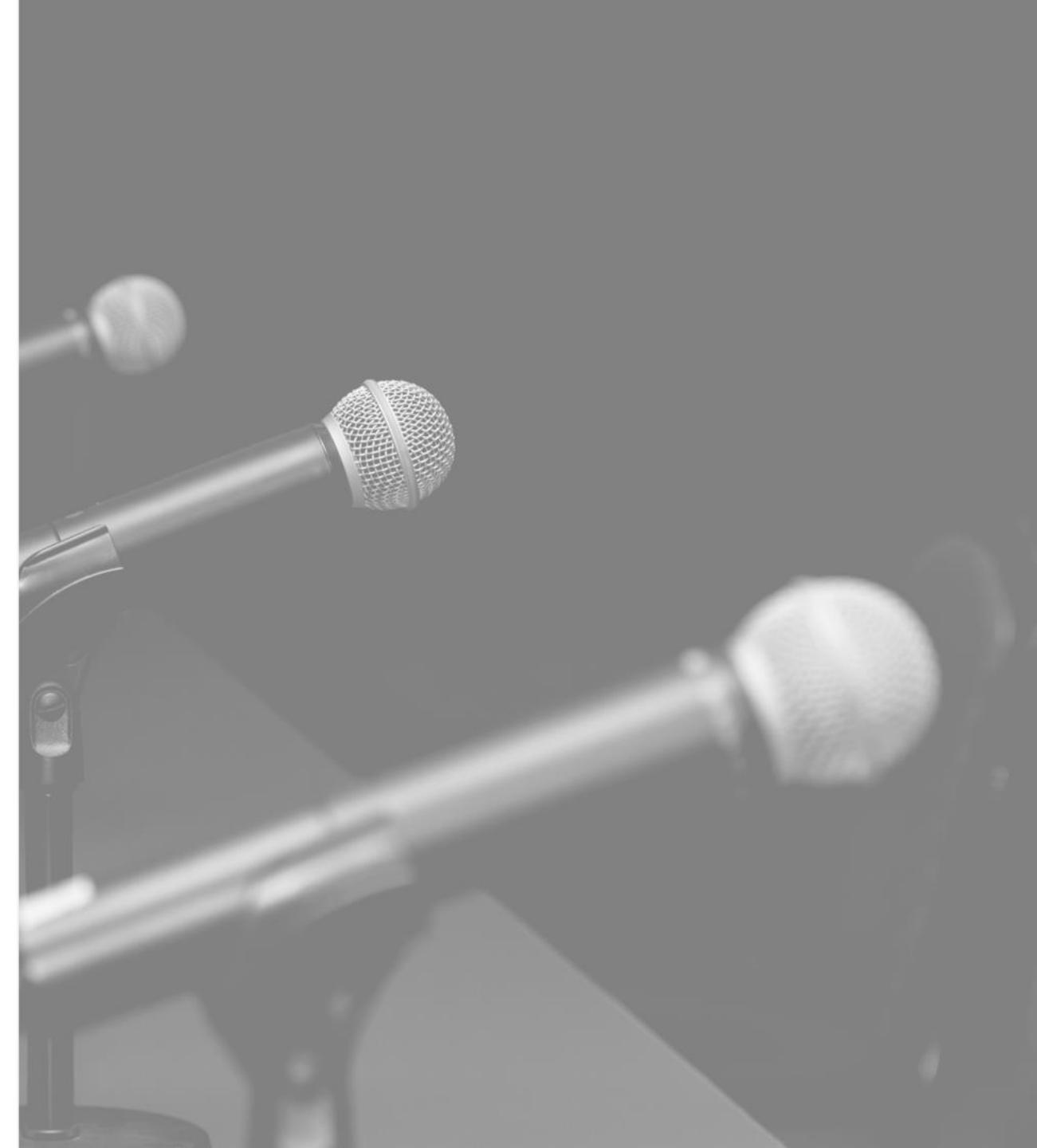
Presentación y Metodología

Análisis redes sociales

Kreab, firma global de consultoría de Comunicación, Reputación y Asuntos Públicos, presenta, con la tecnología de **Digimind**, un informe sobre la conversación generada en las redes sociales durante la campaña electoral de las **Elecciones Generales 2019**.

Toda la data mostrada en el presente reporte proviene de una exhaustiva monitorización llevada a cabo con la herramienta de Social Listening, **Digimind Social**.

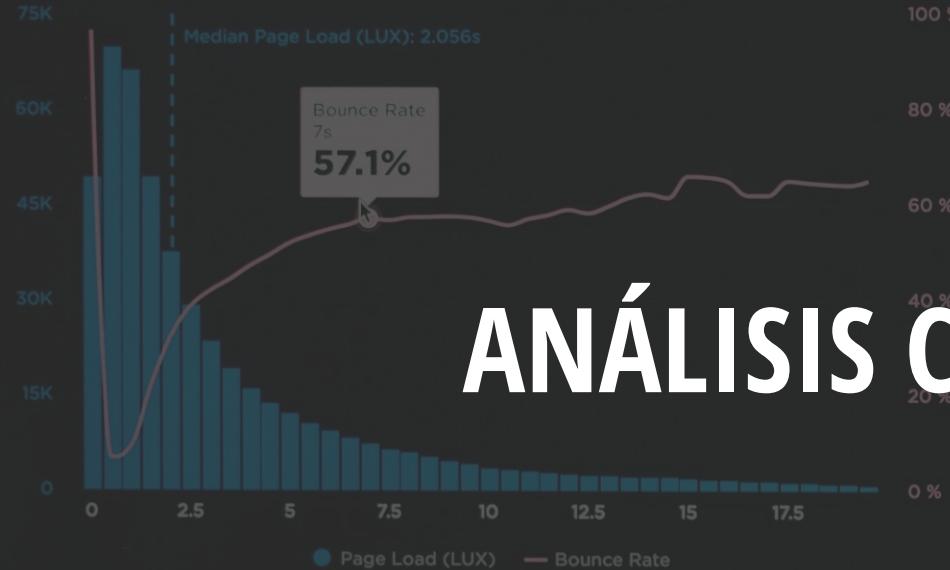
Digimind Social trabaja con un sistema de fuentes 'blacklisted', empleado también en esta monitorización de elecciones españolas: a través de un sistema de reglas, y en base a indicadores de frecuencia en la publicación, se ha procedido a eliminar cualquier mención proveniente de bots, quedando excluidas del análisis.



USERS: LAST 7 DAYS USING MEDIAN ✓

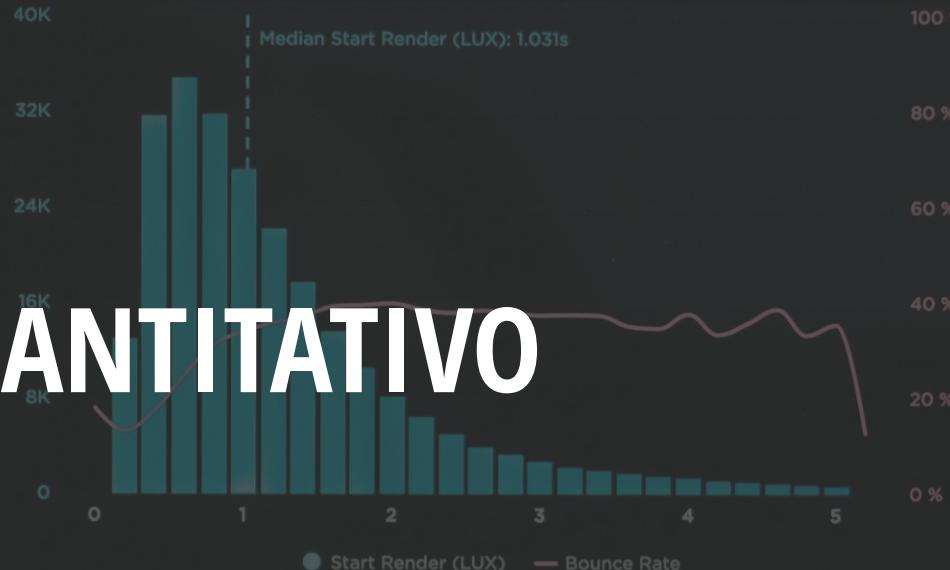


LOAD TIME VS BOUNCE RATE



OPTIONS

START RENDER VS BOUNCE RATE



OPTIONS

PAGE VIEWS VS ONLOAD

Page Load (LUX)

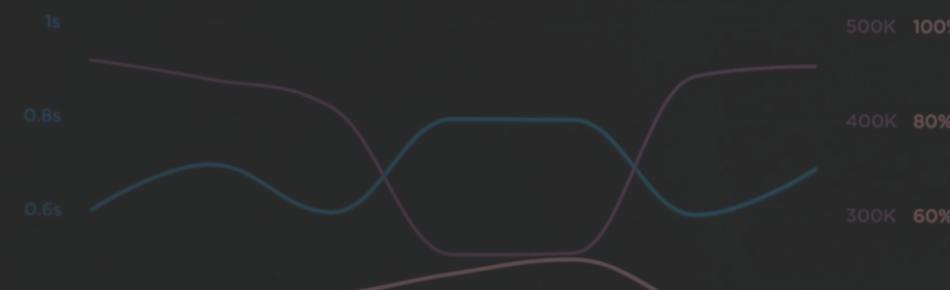
0.7s

Page Views (LUX)

2.7Mpv

Bounce Rate (LUX)

40.6%



OPTIONS

SESSIONS

Sessions (LUX)

479K

4 pvs

Session Length (LUX)

17min

3.2 pvs

2.4 pvs

4 pvs

6 pvs



OPTIONS

PVs Per Session (LUX)

2pvs

100K 40 min

80K 32 min

60K 24 min

40K 16 min

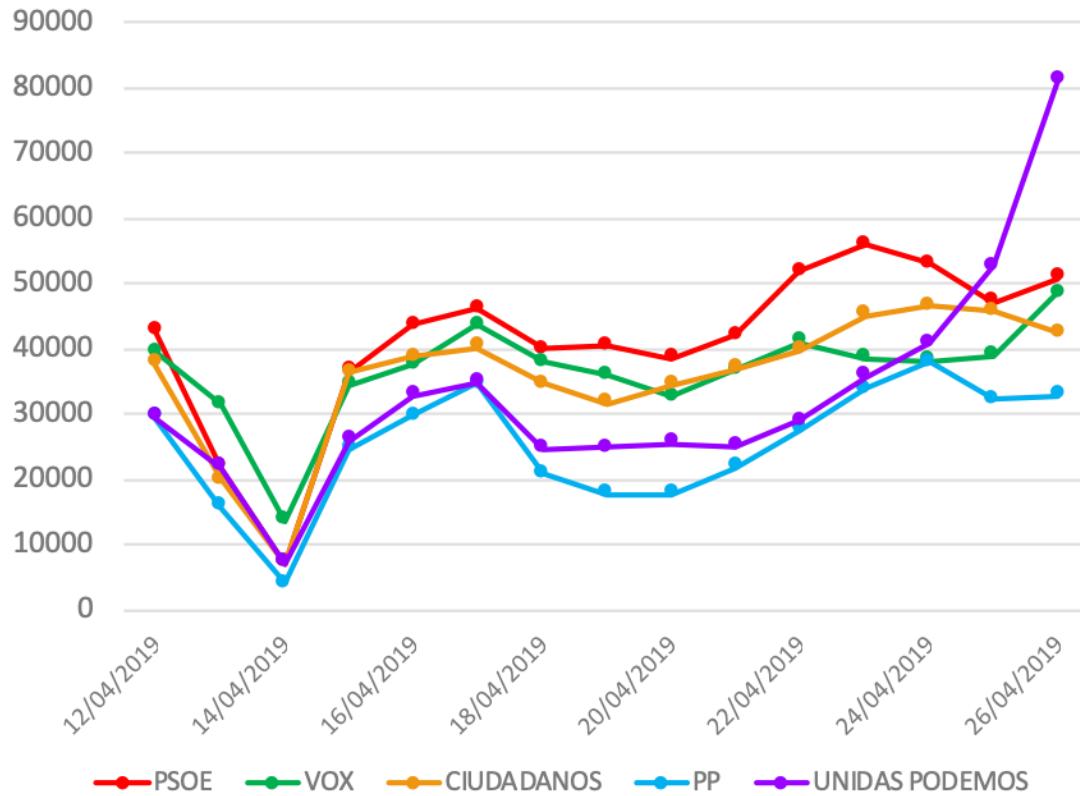
20K 8 min

0K 4 min

ANÁLISIS CUANTITATIVO

¿Cuándo se habló?

Análisis de las menciones de los usuarios de Twitter con respecto a los distintos partidos políticos y sus líderes



El **PSOE** se ha mantenido a la cabeza durante prácticamente toda la campaña electoral en cuanto a número de menciones recogidas.

Vox y **Ciudadanos** se disputan el segundo puesto, recogiendo uno más menciones que el otro dependiendo del día de campaña.

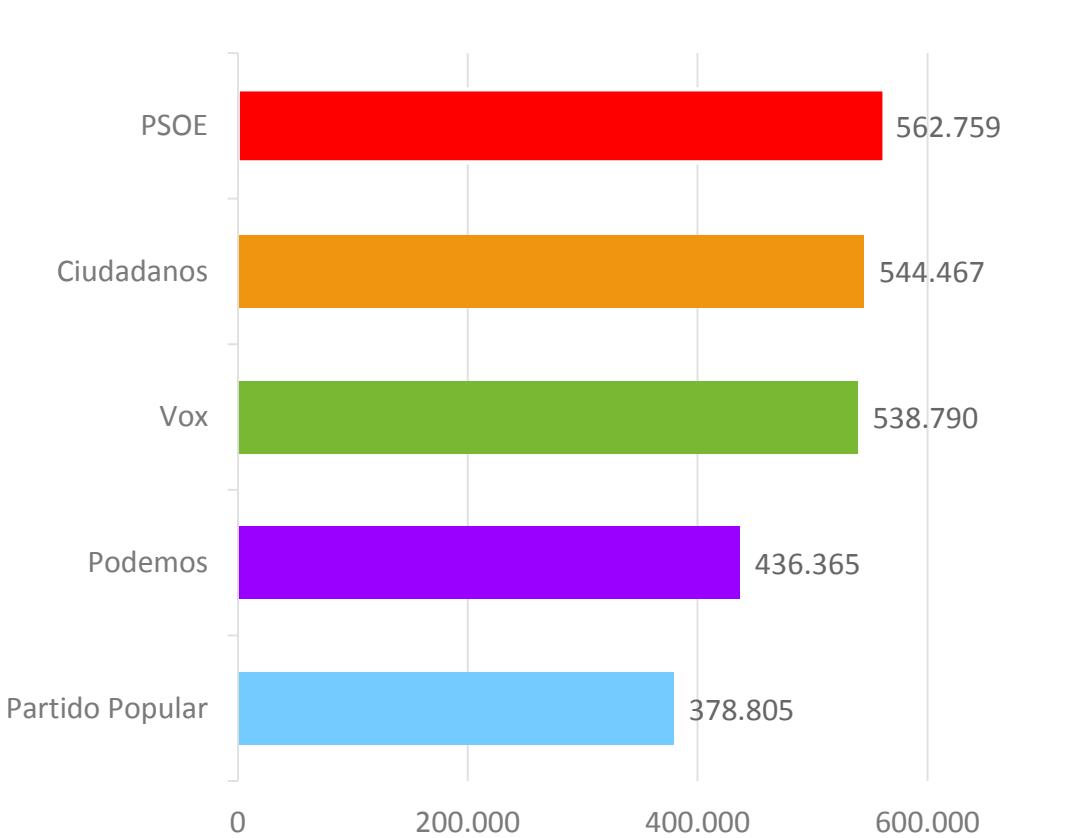
Se puede observar un repunte de **Unidas Podemos** justo al final de la campaña.

Destaca un brusco descenso en las menciones recogidas de todos los partidos políticos el 14 de abril, **Domingo de Ramos**. Un descenso algo más ligero se observa los días festivos correspondientes a la **Semana Santa**.

La celebración de los **dos debates** televisados de los líderes de los principales partidos políticos aumentó el número de menciones. También se observa un ligero pico el 17 de abril, día después del debate a seis de RTVE.

¿Cuánto se habló?

Análisis de las menciones de los usuarios de Twitter con respecto a los distintos partidos políticos y sus líderes



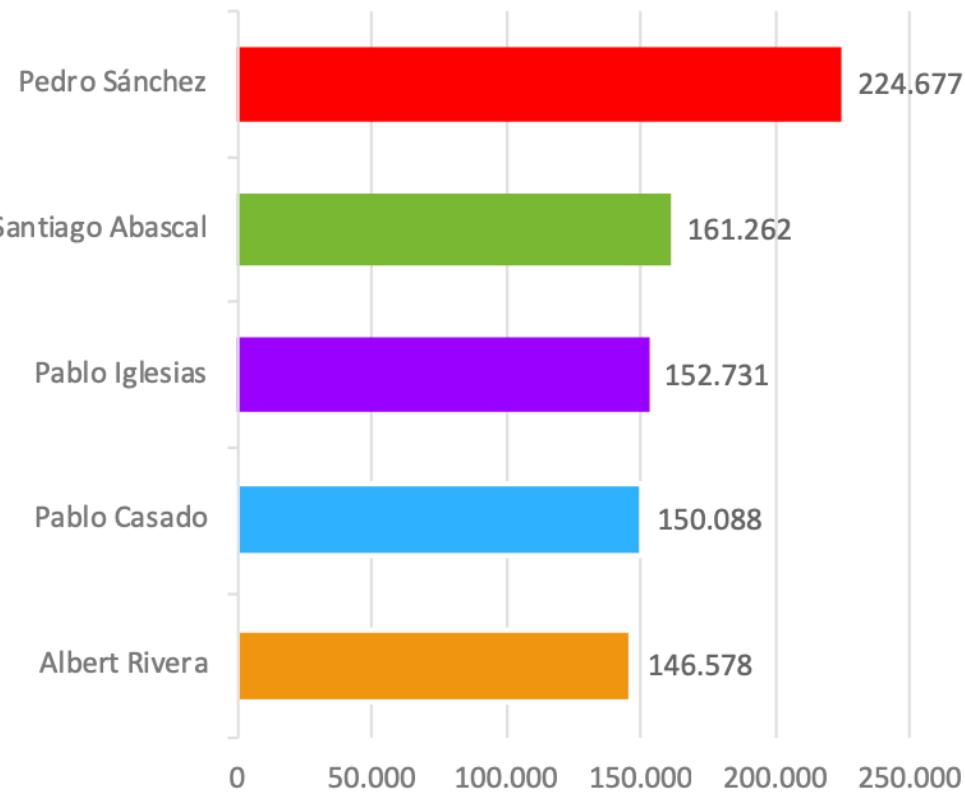
El **PSOE** fue el partido que más menciones recogió. **Ciudadanos** y **Vox** se disputan el segundo puesto con una diferencia muy pequeña en cuanto a número de menciones recogidas.

Destaca el cuarto lugar de **Podemos**, partido político que acostumbra a sacar músculo en Redes Sociales durante campaña.

En último lugar, el **Partido Popular**, ha pasado bastante desapercibido en Redes Sociales, sobretodo en comparación con el que durante años ha sido su principal rival, el PSOE.

¿Cuánto se habló?

Análisis del número de menciones por líder político



Pedro Sánchez ha sido el líder más mencionado en Redes Sociales, con una amplia diferencia con el resto, cuyo número de menciones está algo más igualado.

El líder de Ciudadanos, **Albert Rivera**, se sitúa en último lugar mientras que su partido es el segundo más mencionado.

Santiago Abascal irrumpió con fuerza en las Redes Sociales, superando incluso a **Pablo Iglesias**.



ANÁLISIS PERFILES POLÍTICOS

¿Cuánto se habló?

Análisis de las menciones de las cuentas oficiales de los diversos partidos políticos



Ciudadanos ha sido el partido más prolífico en Redes Sociales, utilizando a menudo su lema “vamos ciudadanos” y combinándolo según las necesidades del mensaje que querían lanzar: vamos España, vamos por la libertad, vamos Albert, etc.

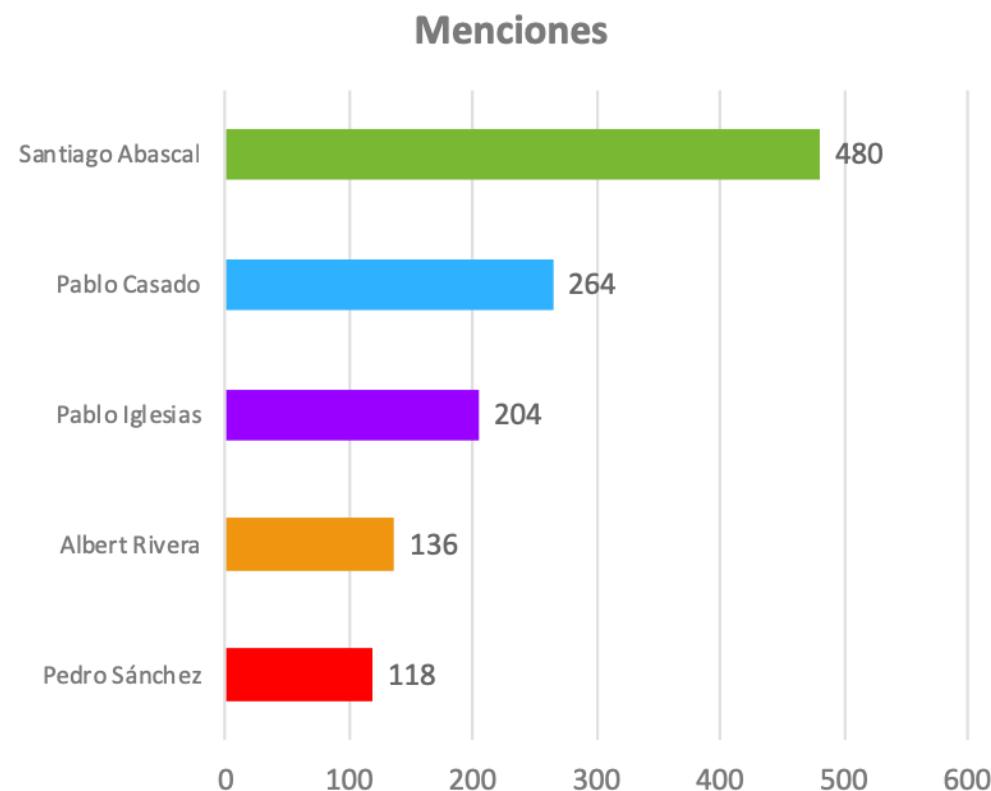
El **PSOE** se sitúa en segundo lugar utilizando el emotícono de su campaña, el corazón rojo, al generar contenido para crear una marca.

En líneas generales, la conversación de todos los partidos se ha centrado principalmente en criticar a sus contrincantes. **Vox, Ciudadanos y Partido Popular** atacaban al Gobierno del PSOE, mientras este los tachaba de “trifachito”.

Por su parte, **Podemos** no siguió esta estrategia y se centró en lanzar sus propios mensajes y propuestas electorales.

¿Cuánto se habló?

Análisis de las menciones de las cuentas oficiales de los diversos partidos políticos



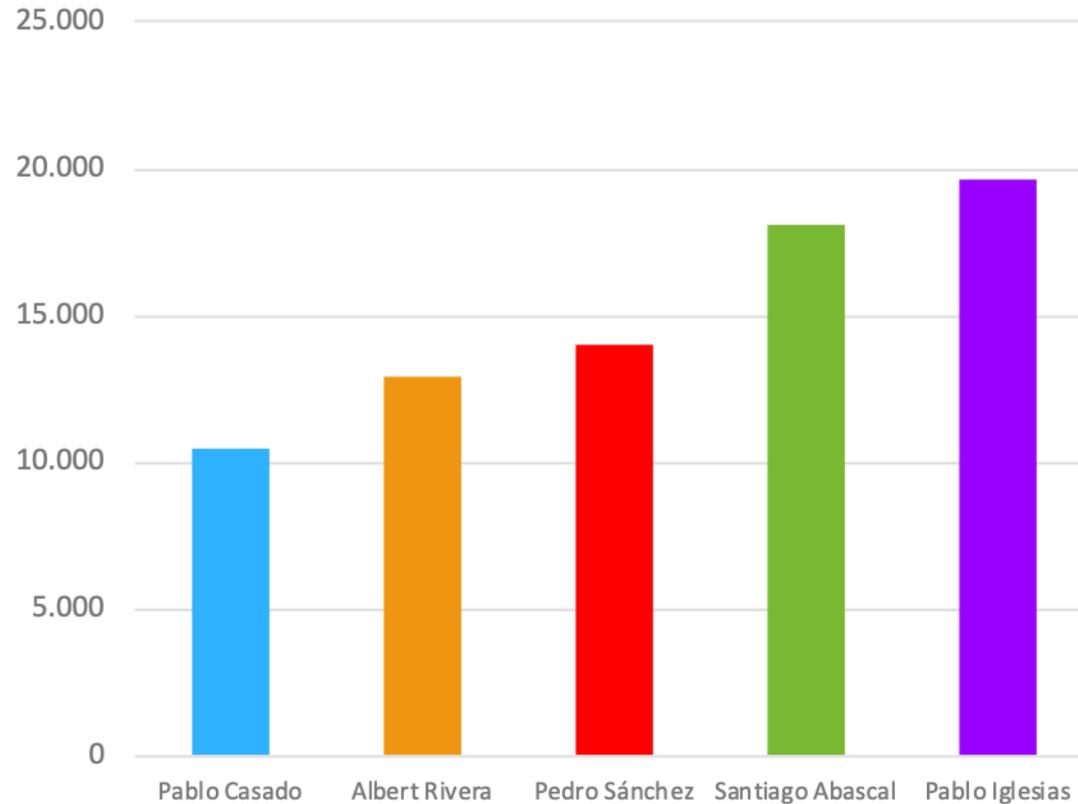
Santiago Abascal se sitúa a la cabeza en cuanto a número de menciones lanzadas, muy lejos del resto de líderes políticos.

Además de lanzar su mensaje de “luchar contra la dictadura progre”, **Santiago Abascal** se ha centrado en retwittear las menciones que recibía y le servían para complementar su mensaje y mostrar que tiene apoyos.

Pedro Sánchez, al contrario de lo que ocurre con la cuenta de su partido, es el que menos tweets ha lanzado. Siendo aún Presidente del Gobierno, Sánchez ha mostrado cautela en sus Redes y se ha centrado en mostrar el trabajo realizado por su Gobierno.

¿Qué impacto tuvo?

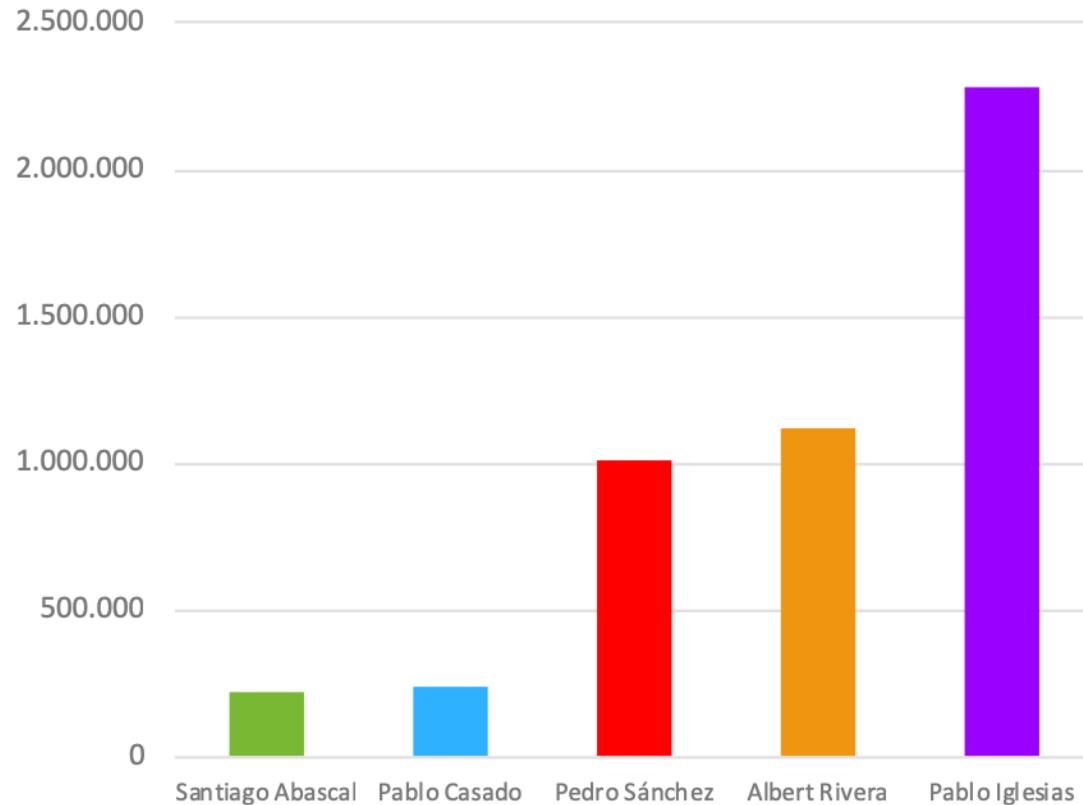
Análisis del crecimiento de las cuentas oficiales de los líderes políticos



En cuanto al número de seguidores nuevos conseguidos por cada líder político en Twitter, **Pablo Iglesias** se sitúa en cabeza con 19.617. **Santiago Abascal** crece 18.116 seguidores, **Pedro Sánchez** 14.012, **Albert Rivera** 12.944 y **Pablo Casado**, en último lugar, consigue 10.461 seguidores nuevos.

¿Qué impacto tuvo?

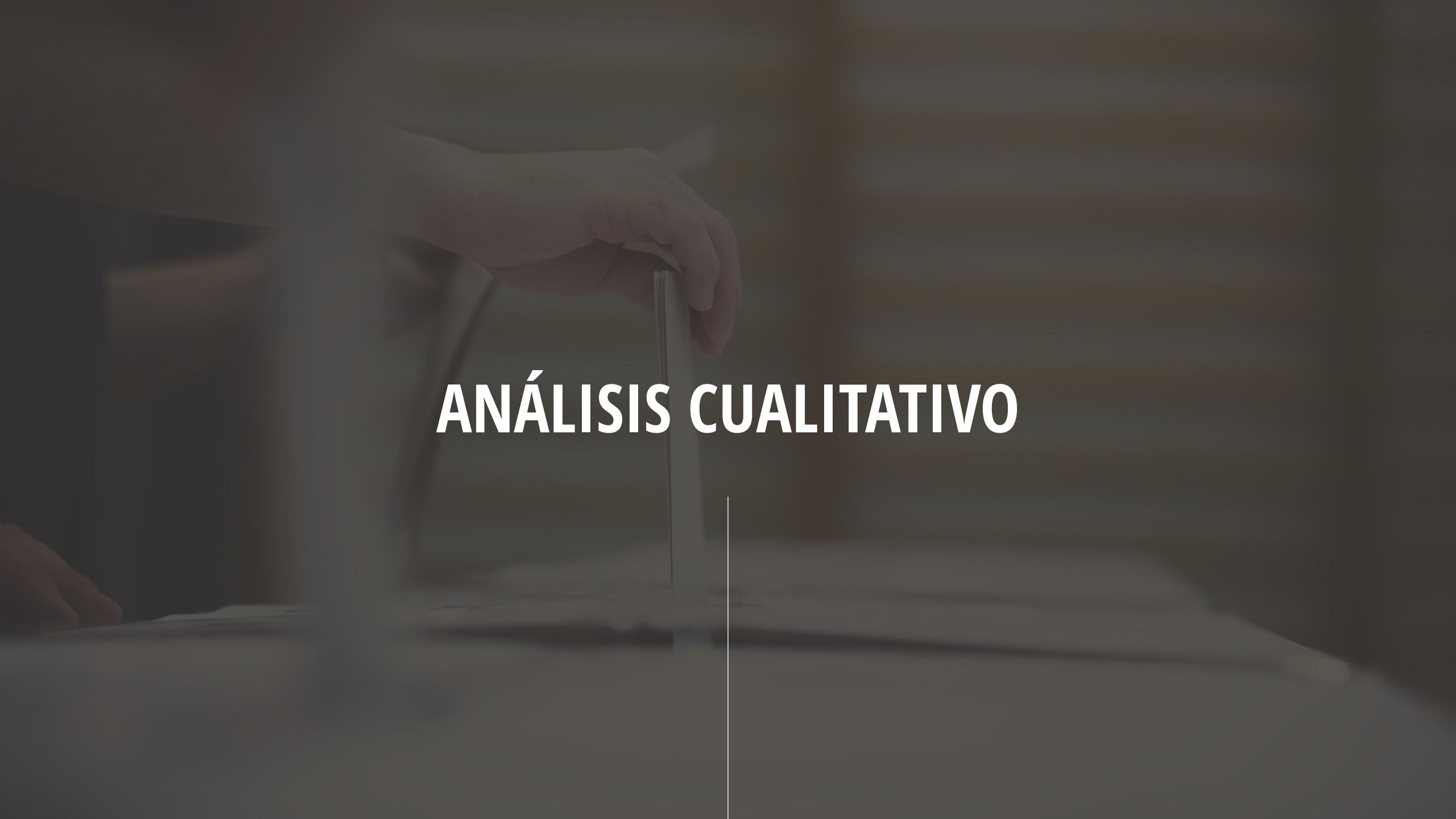
Análisis del crecimiento de las cuentas oficiales de los líderes políticos



Si analizamos el número total de seguidores de las cuentas de Twitter de los diversos líderes políticos al final de la campaña, podemos observar como **Pablo Iglesias** se sitúa en primer lugar con más de 2.2M.

A cierta distancia le siguen **Albert Rivera** (1.1M) y **Pedro Sánchez** (1M). Por último, **Pablo Casado** (239K) y **Santiago Abascal** (219.9K).

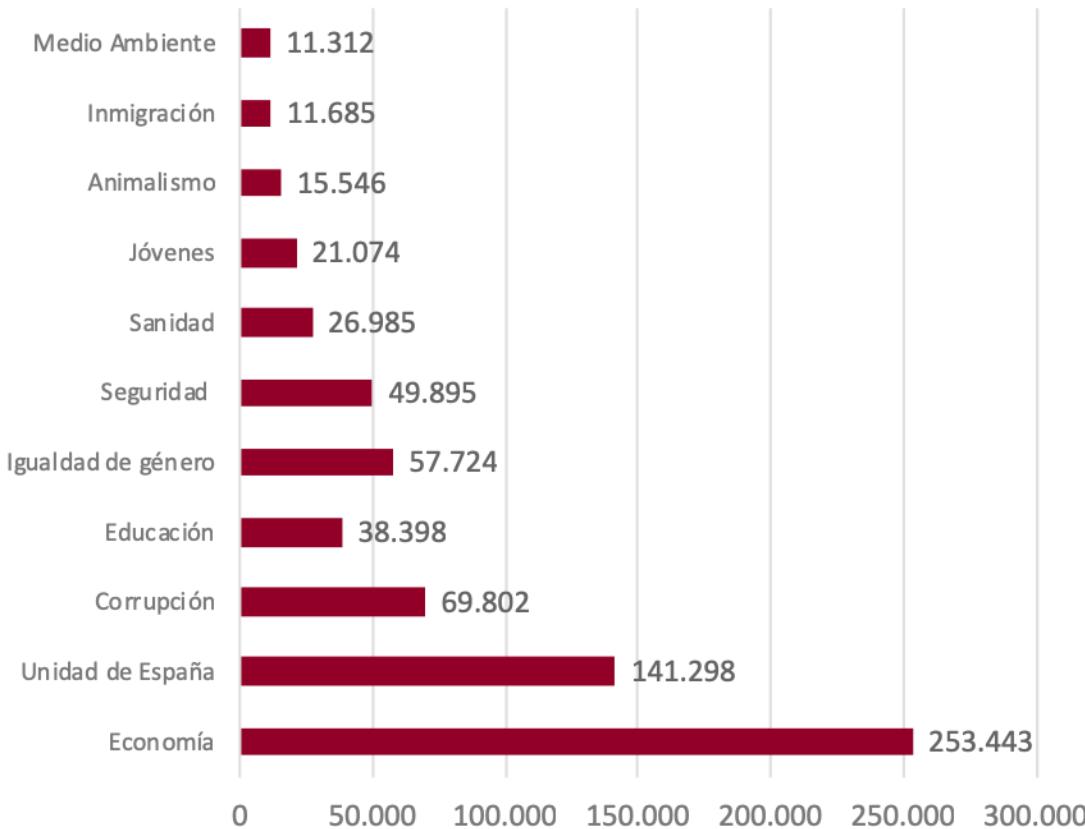
Desde su irrupción en la política, **Pablo Iglesias** ha utilizado las redes sociales como medio de captación de votantes y difusión de su mensaje. Sin embargo, como se ha podido observar en las elecciones de los últimos años, no existe extrapolación entre lo que ocurre en las redes, y los resultados de las elecciones.



ANÁLISIS CUALITATIVO

¿De qué se habló?

Análisis de las menciones con respecto a distintas temáticas



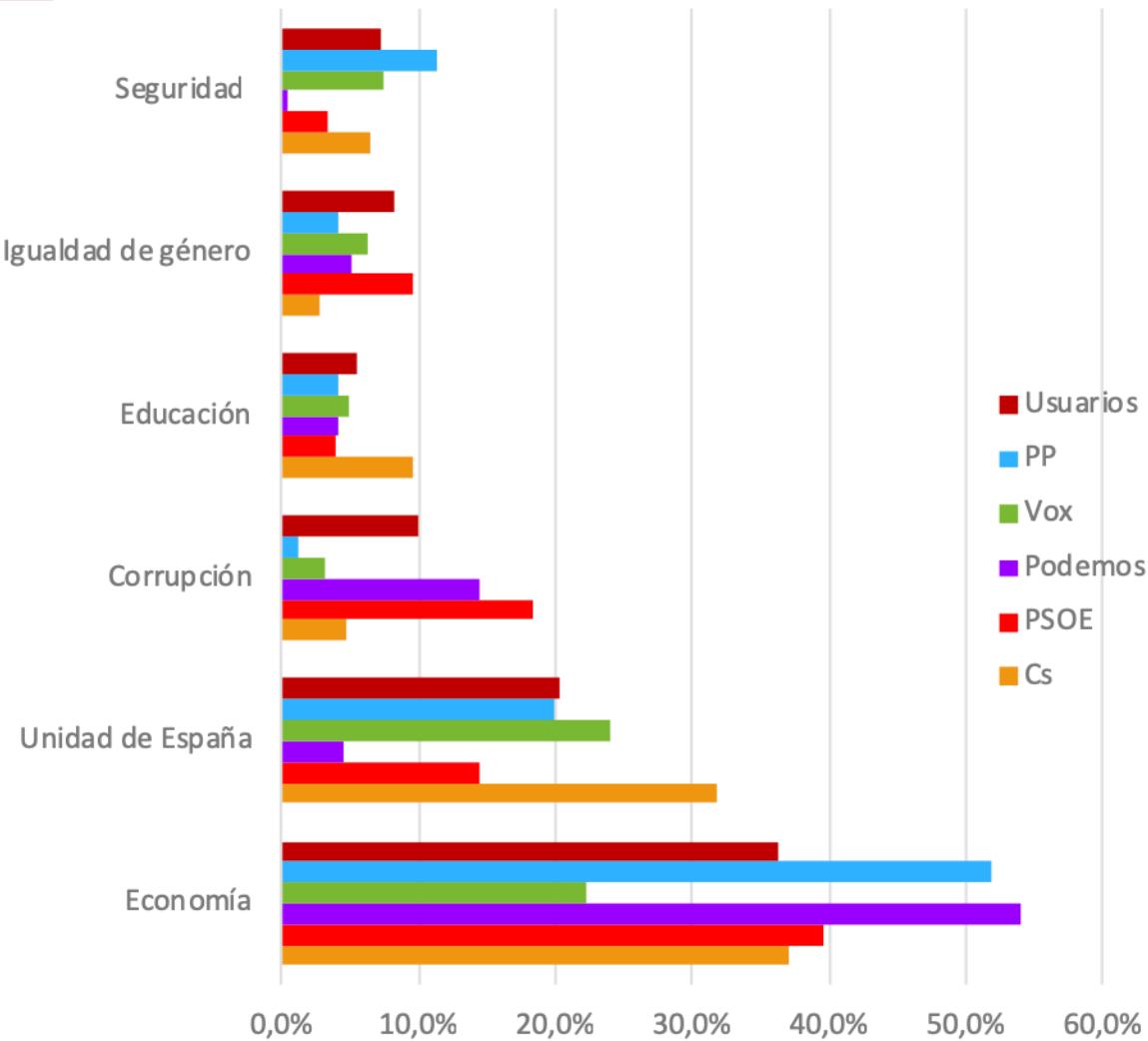
Al analizar las menciones referidas a diversas temáticas relacionadas con políticas de interés, observamos que las conversaciones giran mayoritariamente en torno a la **economía**.

A los usuarios les interesa principalmente saber qué van a hacer los diferentes partidos en **temas económicos** como son el empleo, la precariedad laboral, el paro, el elevado precio de la vida, el precio de la vivienda, etc.

Le siguen la **unidad de España** y la **corrupción**.

¿De qué se habló?

Comparativa de las menciones de los usuarios con las menciones de las cuentas oficiales de los partidos políticos



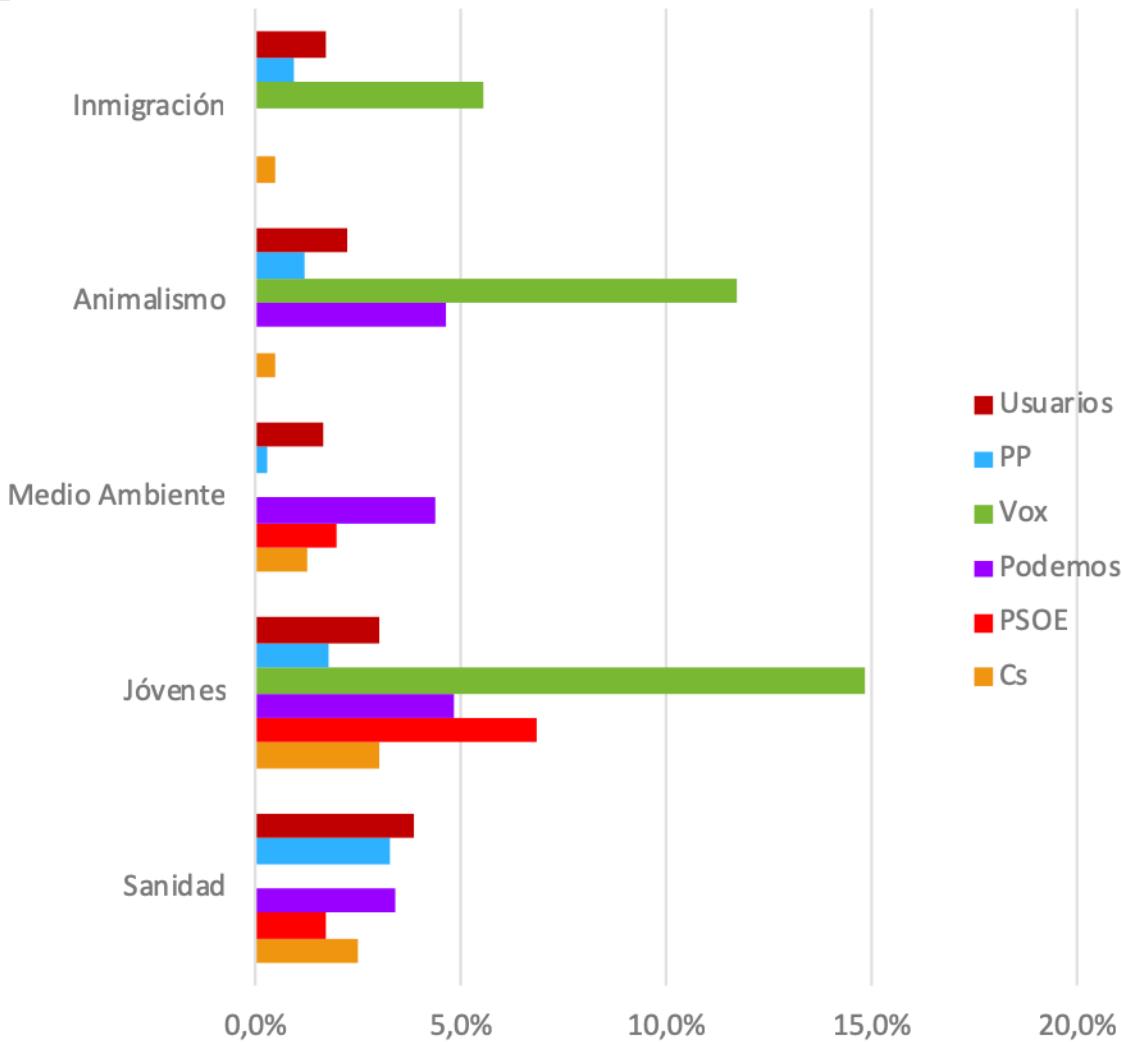
Al analizar las menciones que han lanzado los cinco principales Partidos en relación con estas temáticas, a primera vista sus conversaciones suelen corresponder con los intereses de los usuarios. No obstante, hay importantes diferencias entre los partidos, correspondientes a **las estrategias y los programas** de cada uno de ellos.

Como se observa en la tabla, los **temas económicos** han sido también la más mencionada por los partidos. Todos superan el interés de los usuarios en esta materia salvo **Vox**. Sobre la **unidad de España**, **Podemos** y **PSOE** apenas la mencionan pese al gran interés que genera. En corrupción pasa lo contrario, **Ciudadanos**, **Vox** y **PP** apenas tratan esta temática.

El **PSOE** destaca por su discurso de igualdad de género mientras que el **PP** y **Vox** superan al resto al hablar de temas relacionados con la **seguridad del Estado**, como el terrorismo.

¿De qué se habló?

Comparativa de las menciones de los usuarios con las menciones de las cuentas oficiales de los Partidos Políticos

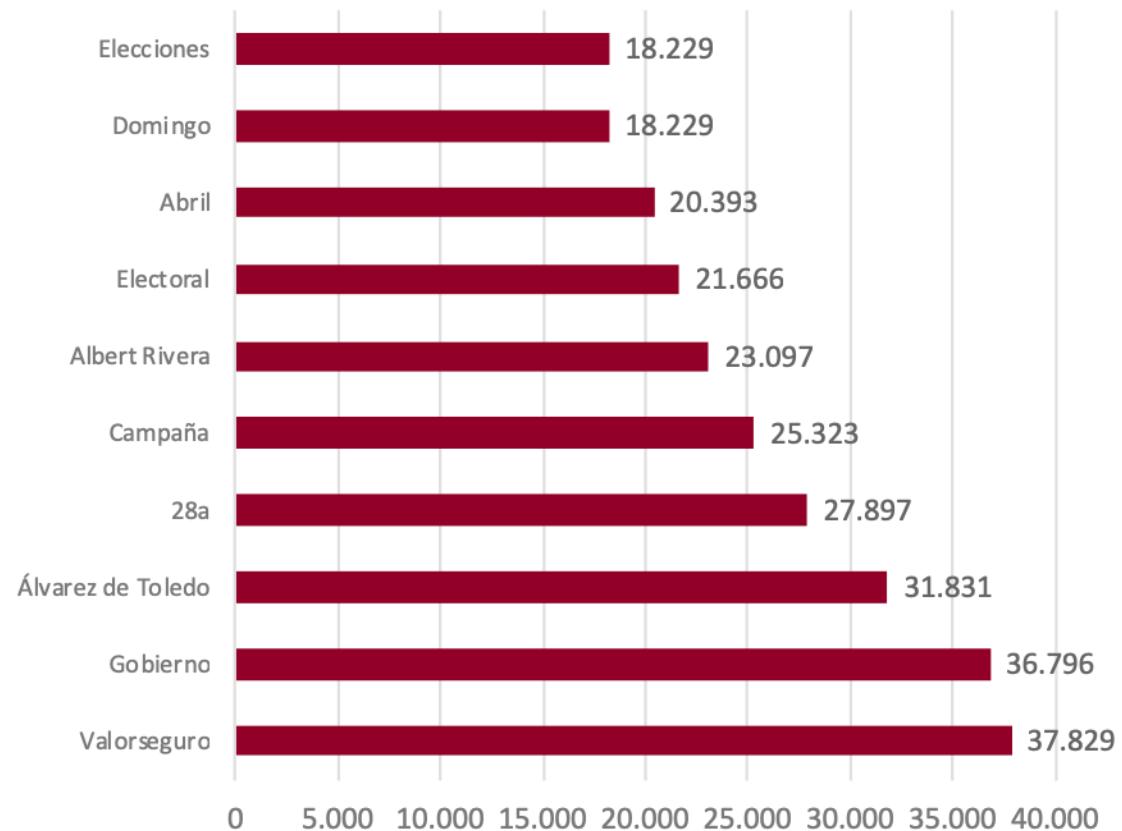


Existen algunas temáticas de las que ciertos partidos políticos han preferido no hablar. El **PSOE** no ha twitteado sobre **inmigración** ni **animalismo**. **Unidas Podemos** tampoco ha tratado en sus tweets el problema migratorio. **Vox** no ha tratado durante la campaña nada relacionado con **medio ambiente** o **sanidad** en sus tweets. No obstante, **Ciudadanos** y el **Partido Popular** abordaron todos estos temas.

Es relevante destacar el interés mostrado por **Vox** en temas como **inmigración**, **animalismo** o los **jóvenes**.

¿De qué se habló?

Palabras más utilizadas



Las **principales palabras** utilizadas por los usuarios de Redes Sociales hacen referencia principalmente a la campaña electoral y al día de las elecciones(campaña, 28A, elecciones...).

Destaca en primer lugar el lema de campaña del Partido Popular (**Valor Seguro**), que ha sido utilizado por las cuentas oficiales del partido y de sus simpatizantes para mover sus mensajes y propuestas. También ha sido utilizado en numerosas ocasiones por los detractores para lanzar críticas.

Álvarez de Toledo se posiciona tercer lugar debido a sus intervenciones como la del debate de RTVE, que hicieron mucho ruido en Redes Sociales, enfrentando a defensores y retractores de la candidata.

El único político presente en el ranking de palabras más utilizadas es **Albert Rivera**, que generó multitud de contenido de humor y memes como respuesta a su participación en los debates televisados.

¿De qué se habló?

Palabras más utilizadas según el partido mencionado

Ciudadanos



PSOE



Partido Popular



Vox



Podemos



¿De qué se habló?

Palabras más utilizadas por las cuentas oficiales de los diferentes partidos

Ciudadanos



PSOE



Partido Popular



Vox



Podemos



Influencia

Comentarios destacados de los principales interlocutores, por número de seguidores

@IkerCasillas



Iker Casillas

@IkerCasillas

Seguir

#ELDEBATEenRTVE Y tú que sientes? Puede que tengáis otras opciones pero en este debate hay 4 partidos políticos.

#28abrilElecciones

16% PP

27% PSOE

25% Podemos

32% Ciudadanos

990

8.6M

2

@Reuters



Reuters Top News

@Reuters

Seguir

In Spanish election debate, Sanchez snubs Ciudadanos as tempers fray
reut.rs/2GCROm3

31

20.4M

1

@el_pais



EL PAÍS

@el_pais

Seguir

DIRECTO #ElDebateDecisivo cort.as/-HA8i
Iglesias: "En nombre del movimiento feminista no puede hablar ningún partido, y menos los cuatro hombres que estamos aquí"

28.4K

6.9M

379

@marca



MARCA

@marca

Seguir

#LaPortada "Nunca llamaré a la selección "La Roja", en todo caso la rojigualda"
Este sábado, en MARCA, entrevista a @Santi_ABASCAL, candidato de @vox_es

4K

5M

27

Comprobamos que tres de las cuatro cuentas corresponden a **medios de comunicación**. Entre ellos destaca un medio internacional que se hace eco de los debates y del enfrentamiento entre **Sánchez** y **Rivera**. El periódico deportivo **Marca** también aparece entre los principales interlocutores debido a la portada protagonizada por **Santiago Abascal**, que generó un gran revuelo en Redes Sociales. Por otro lado, el futbolista **Iker Casillas**, con una comunidad de casi 9 millones de seguidores, lanzó una encuesta a su comunidad sobre sus preferencias electorales.



Interacciones



Seguidores



Menciones

KREAB

Influencia

Menciones con más interacciones

@LVPibai



Ibai
@LVPibai

Albert Rivera: interrumpe, habla rápido, saca quince cosas del cajón, suda mucho

También Albert Rivera: por favor señor sanchez no se ponga nervioso está usted muy nervioso

77.8K

631.7K

Seguir

@lavecinarubia



La vecina rubia
@lavecinarubia

Seguir

Es importante votar el 28 de abril para que al día siguiente estemos en 2019 y no en 1822.

#ElDebateDecisivo

72.2K

581.4K

Seguir

@07thlife



Who, me?
@07thlife

Seguir

Primera vez que escucho a VOX decir algo con sentido

68K

3.7K

Seguir

@jodisan



jodisan -aka RamSys
@jodisan

Seguir

Si hubieran hecho #ElDebateDecisivo en Tele5...



57.2

1.1K

El poder de los **influencers** queda reflejado cuando se analizan las menciones con más interacciones. Estos influencer normalmente hacen contenido muy alejado de los temas políticos y sus seguidores no suelen consumir ese contenido. Es el caso de **Ibai**, conocido *caster* de eSports cuyo contenido se centra en humor y videojuegos.

El humor también es lo que más se comparte, como puede verse en el tweet de **@07thlife** y el meme de **@jodisan**. Aunque la temática sea seria, las Redes Sociales y, especialmente Twitter, son un lugar donde el contenido humorístico es lo que mejor funciona.

Interacciones

Seguidores

KREAB

Emojis

Análisis de los emojis más utilizados en las menciones recogidas por partido político

Ciudadanos



PSOE



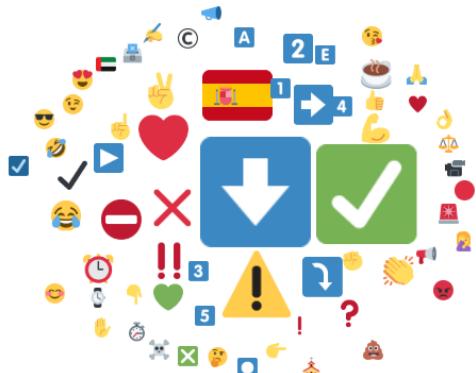
Partido Popular



Podemos



Vox



Se han analizado los principales **emojis** como reflejo de las reacciones de los usuarios por partido político. El **PSOE** ha conseguido que el emoji de su campaña, el **corazón rojo**, sea el más utilizado, mientras que **Vox** ha hecho de la **bandera de España** su símbolo de campaña.

Podemos también se atribuye el símbolo del corazón, aunque en ocasiones lo tiene de **violeta**, el color de su partido. Destaca también las veces que se ha compartido el símbolo del **puño levantado**.

CONCLUSIONES

Conclusiones

En el plano digital, la conversación de los partidos políticos se ha centrado en crear **campañas de desprecio entre los adversarios**

La **economía** se posiciona como tema líder tanto en la conversación de los usuarios, como en la de los mensajes lanzados por los partidos políticos.

El PSOE fue el partido que más menciones recogió. Ciudadanos y Vox se disputan el segundo puesto con una diferencia muy pequeña en cuanto a número de menciones recogidas.

Los mensajes lanzados por los partidos políticos no siempre se corresponden con los intereses mayoritarios de los usuarios. La segunda temática que más interés suscitó, la unidad de España, apenas fue mencionada por Podemos y PSOE. Otro gran tema de interés, la corrupción, apenas fue tratada por Ciudadanos, Vox o el PP

Pedro Sánchez ha sido el líder más mencionado en Redes Sociales, con un amplio margen respecto al segundo, Santiago Abascal. Le siguen Pablo Iglesias, Pablo Casado y Albert Rivera cierra la lista como el líder menos mencionado.

No existe extrapolación entre lo que ocurre en las Redes Sociales y los apoyos que obtiene cada partido en las elecciones.

Glosario



Usuario

Los perfiles que consumen las redes en Internet.



Mención

Usuario nombra a otro usuario públicamente en redes sociales.



Interacción

Todas aquellas acciones que relacionan una publicación con el resto de la red. Ej: Tuits, Retuits, respuestas, visionados, favoritos y menciones