

La campaña en Twitter

Informe de Social Listening
Campaña Electoral 10-N

SOCIAL LISTENING

Noviembre 2019





Óscar Massó

Director de Comunicación y Marketing
omasso@kreab.com

Kreab España
Calle del Poeta Joan Margall, 38
28020 Madrid, España
madrid@kreab.com
www.kreab.com

Noviembre 2019

0 | Índice

01 La campaña en 280 caracteres
P. 04

02 El día a día de la campaña
P. 05

03 La conversación en campaña
P. 06

04 La conversación de los partidos
P. 09



1 | La campaña en 280 caracteres de los 250 “diputables”

Kreab presenta un nuevo informe elaborado por sus expertos en comunicación digital y asuntos públicos, con el análisis de las publicaciones en Twitter de los políticos más relevantes durante la campaña de las Elecciones Generales del próximo 10-N.

Atendiendo a las listas elaboradas por los partidos políticos, y basándonos en los resultados de los últimos sondeos publicados (agregados y ponderados en nuestro Barómetro Electoral Kreab), 250 diputados del total de 350 tienen ya prácticamente asegurado su escaño en el Congreso de los Diputados para la próxima legislatura. Los 100 restantes, que son los que realmente determinarán la gobernabilidad del país, constituyen aún la gran incógnita.

Para elaborar esta predicción, el equipo de KREAB Research Unit ha tomado la proyección de escaños en cada circunscripción, cotejándolo con el histórico de voto y escaños en cada provincia, y con las listas electorales de cada partido para cada territorio. De esta manera, podemos ver qué diputados tienen prácticamente garantizado obtener el escaño, de acuerdo a la “foto fija” que dibuja en la actualidad el Barómetro Electoral Kreab.

Los 100 escaños que todavía estarían por repartir saldrán, en su mayoría, de las opciones no ganadoras en cada provincia, que se repartirán los restos de voto que deciden los últimos escaños de cada circunscripción junto con las formaciones más mayoritarias.

Toda la data mostrada en el presente reporte ha sido obtenida a través de la herramienta de Social Listening Digimind, la cual ha monitorizado las cuentas de los políticos “diputables” desde el inicio de la campaña, hasta las 12h del viernes 8 de noviembre, día en el que concluirá la campaña electoral.

De los escaños asegurados, 206 tienen una cuenta en Twitter y 204 han sido activos durante la campaña. El PSOE cuenta con 76 tuiteros “diputables”, el PP con 48, Cs con 14, UP con 18, VOX con 11, ERC con 9, JxCat con 6, PNV con 5, MP con 4, CUP 2, CC con 1, Bildu con 1, PRC con 1 y Teruel Existe con 1.



2 | El día a día de la campaña

Sábado 2 - Debate de portavoces

Tras los continuos ataques Aitor Esteban (PNV) e Iván Espinosa de los Monteros (VOX) durante el debate del viernes y el posterior desplante del portavoz jeltzale, la jornada del sábado estuvo marcada por la propuesta de VOX de ilegalizar al PNV.

Lunes 4 - El Debate

El único debate entre los candidatos a Presidente de Gobierno monopolizó la conversación. La actividad en Twitter de los diputados de JxCat y ERC tuvo uno de sus picos de actividad en las horas del debate.

Miércoles 6 - Debate vasco

La jornada del miércoles estuvo marcada por el debate autonómico de EITB, donde estuvieron presentes el PNV, PSE, Elkarrekin Podemos, EH Bildu y PP. Como en anteriores días, coparon la conversación los distintos actos de campaña.

Viernes 8 - Cierre de campaña

La conversación giró en torno a los actos de cierre de campaña de los distintos partidos políticos y así como de las reacciones y valoraciones al debate del día anterior

Viernes 1 - Debate de portavoces RTVE

El debate de portavoces de RTVE copó la conversación en esta red social. La presencia de todos los grupos parlamentarios en el debate y el hecho de ser el primero televisado de la campaña, hicieron que se convirtiera en tendencia.

Domingo 3 - Actos electorales

El domingo estuvo marcado por los actos de campaña de los distintos partidos políticos, aunque muchos de los perfiles analizados apoyaron a sus compañeros durante el debate de Aragón TV.

Martes 5 - Debates autonómicos

De los cuatro debates autonómicos retransmitidos durante el miércoles, el debate de TV3 y Catalunya Radio aunó la conversación de los políticos analizados, dando apoyo a los participantes de ERC, PSC, Podemos, JxCat, Cs, PP, VOX y la CUP.

Jueves 7 - Debate de La Sexta

El debate electoral protagonizado por mujeres retransmitido por La Sexta acaparó la conversación del jueves en la recta final de la campaña electoral

3 | De qué se ha hablado durante la campaña

Más menciones a Pedro Sánchez que a Cataluña



El próximo 10 de noviembre se celebrarán en España las cuartas elecciones generales en menos de cuatro años. Así, de cara a los comicios del domingo, Kreab presenta un informe analizando la actividad en Twitter durante el trascurso de la campaña electoral de buena parte de los que serán elegidos diputados.

En los ocho días que ha durado la campaña, las principales claves que se desprenden, son:

Pedro Sánchez está en boca de todos. El candidato socialista, y presidente en funciones, ha estado presente en buena parte de las publicaciones de los “diputables” durante la campaña. Sánchez no solo ha recibido mensajes de apoyo por parte de los suyos, sino que también ha sido el foco de crítica de los demás partidos. De la misma manera, las menciones al “Gobierno”, unos hablan de él para apoyarlo, y otros para criticarlo.

Cataluña no monopoliza la campaña. Aunque el debate catalán ha estado presente a lo largo de la semana, no ha sido lo único que han discutido los candidatos. Buena parte de la conversación impulsada por los diputados candidatos ha venido marcada por la competición electoral, la llamada al voto y la conformación de un gobierno tras meses de bloqueo.

El debate electoral entre candidatos, hito de la campaña. El debate celebrado el lunes 4 fue uno de los principales puntos de inflexión en la campaña de comunicación en twitter de los diputables.

Ciudadanos tiene los candidatos más movilizados. Las cuentas de los candidatos de la formación naranja han sido las que más han participado en twitter. Los de Rivera han publicado de media 106 tweets, por encima de los 89 de los candidatos de Vox, y muy lejos de los 64 de Unidas Podemos, 63 del PSOE o 59 del PP.

3 | Quién ha hablado durante la campaña

Dos diputadas independentistas, las más “tuiteras”

Durante la campaña, la participación en Twitter ha variado mucho, no solo entre partidos, sino que también entre candidatos.

Es destacable el hecho de que las dos personas que más han participado sean candidatos de partidos independentistas catalanes: **Laura Borràs, de JxCat** ha publicado 511 tweets y **María Dantas, de ERC**, 463.

Además, entre los 10 perfiles más activos de la campaña no se encuentra ninguno de los principales candidatos a la Presidencia del Gobierno.

Nombre	Handle	Partido	Tweet
Laura Borràs	@LauraBorras	JxCat	511
María Dantas	@_Maria_Dantas_	ERC	463
Ana Vázquez Blanco	@anadebande	PP	332
Guillermo Díaz	@GuillermoDiazCs	Cs	300
Pau Marí-Klose	@pmklose	PSOE	270
Joan Josep Nuet	@NUET	ERC	267
Ana Prieto	@anaprietoniето	PSOE	243
Miguel Garaulet	@MiguelGaraulet	CS	240
Iván Espinosa de los Monteros	@ivanedlm	VOX	238
Marta Martín Llaguno	@martamartirio	CS	231
Beatriz Corredor	@BeatrizCorredor	PSOE	218
Mercè Perea Conillas	@MercePerea	PSOE	214
Jaime de Olano	@jaimedeolano	PP	199
Marga Prohens	@MargaProhens	PP	189
Joan Margall	@joanmargall	ERC	189
Sofía Hernanz Costa	@Hernanzsofia	PSOE	189
José Manuel Franco	@conJoseMFranco	PSOE	178
Pere Joan Pons Sampietro	@perejoanpons	PSOE	173
Pedro Casares	@pedro_casares	PSOE	166
Zaida Cantera	@ZaidaCantera	PSOE	162

*Listado de actividad del 1/11 al 8/11 a las 12h

3 | De qué se ha hablado durante la campaña

El humor, protagonista de los tuits más virales



Los tweets que mayor impacto han tenido han sido publicados por tres de los perfiles más visibles de la política nacional: **Pablo Iglesias, Gabriel Rufián y Santiago Abascal.**

Las publicaciones de Iglesias y de Rufián, en un estilo cómico, cosecharon más de 158.000 y 48.000 interacciones. Ambas además haciendo referencia a uno de los grandes hitos de la campaña: el debate entre candidatos. Por su parte, Abascal consiguió 24.000 interacciones en una publicación en la que abordaba otro gran hito del inicio de la campaña: la subida de Vox en las encuestas. Así, el candidato de la formación verde pedía tener “cuidado con las encuestas”.

4 | PSOE



Foco en la formación de gobierno y atacar a Vox



La conversación en Twitter de los políticos analizados del PSOE durante estos 8 días de campaña electoral se ha **centrado especialmente en la idea de formar un "Gobierno"**, recalándolo con el lema de campaña: "Ahora sí".

Además, la perspectiva electoral del partido, así como la experiencia de los últimos meses hace que desde muchas de las publicaciones se esgrima una llamada al voto útil: **"Gobierno Fuerte"**.

Aunque **Cataluña** ha estado particularmente presente en la opinión pública durante este último mes, los tweets socialistas reflejan una mayor variedad de temas, muchos de corte social.

Con una campaña marcada por el ascenso de VOX en las encuestas, los candidatos del PSOE han centrado parte de sus menciones en **atacar a la "ultraderecha"**, apelando al voto.

4 | PSOE



Top Users



1
Pau Marí-Klose
262



2
Ana Prieto
223

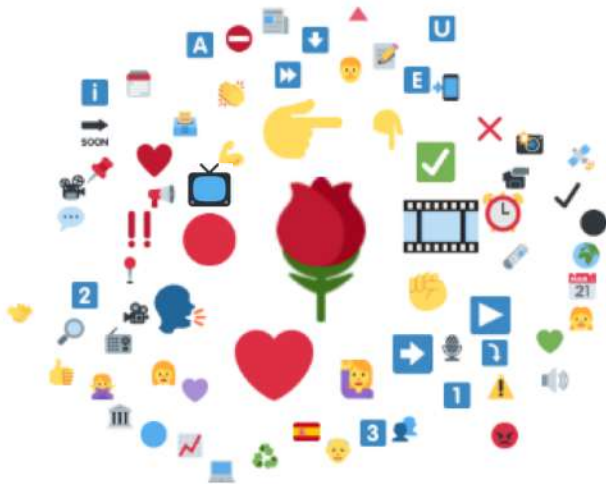


3
Mercè Perea
211

Los perfiles más activos en Twitter tras los 8 días de campaña electoral han sido:

1. Pau Marí-Klose (Zaragoza)
2. Ana Prieto (Lugo)
3. Mercè Perea (Barcelona)

Key Emojis



La **rosa** vuelve a ser el emoticono más utilizado, después de que el **corazón rojo** copara la campaña del 28-A. Además, los candidatos socialistas han utilizado emoticonos relacionados con la lucha contra el cambio climático.

Top Tweet



Adriana Lastra
@Adrialastra

VOX es un peligro para las mujeres, para el colectivo LGBTI, y para la propia democracia. #debatelectoral

11:53 p. m. - 4 nov. 2019 - Twitter for iPhone

Adriana Lastra
(Asturias)

4 | PP



“Alternativa” a Sánchez y augurios de “crisis”



Por parte de los populares se ha podido observar que la conversación en Twitter ha girado, en gran medida, en torno a su oposición al gobierno de “Pedro Sánchez” y que **la “única alternativa” para “España”** son Pablo Casado y el Partido Popular.

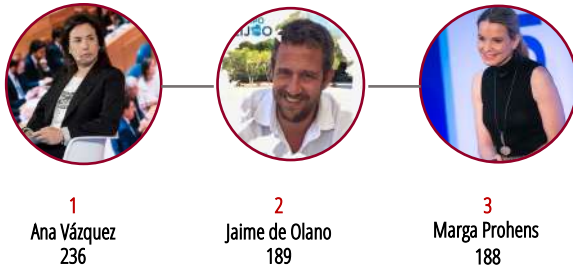
Este discurso de crítica al PSOE ha venido justificado por las alertas de **“crisis económica”** que los candidatos auguran. Así, los populares se intentan posicionar como buenos gestores.

No obstante, las críticas de los perfiles analizados han estado dirigidos, aunque en menor medida, también hacia VOX. No ha sido así en el caso de **Ciudadanos, que apenas ha copado menciones.**

Por último, con ocasión de ‘El Debate’ (4 de noviembre), los candidatos del PP hicieron un importante esfuerzo por mostrar su apoyo a Casado, antes, durante y después.



Top Users



Los perfiles más activos en Twitter tras los 8 días de campaña electoral han sido:

1. Ana Vázquez Blanco (Orense)
2. Jaime de Olano (Lugo)
3. Marga Prohens (Islas Baleares)

Key Emojis



El PP vuelve a abrazar a la **bandera de España** como el emoji más utilizado por los diputables analizados. Donde el emoticono referido a votar ha ganado protagonismo, reflejando la idea del voto útil.

Top Tweet



Cayetana Álvarez de Toledo
(Barcelona)

4 | CIUDADANOS



Contra el “bloqueo” y el independentismo



Ciudadanos ha jugado su baza en redes sociales con el mismo discurso de sus figuras importantes en el partido: Poner a España de nuevo en marcha, ofreciéndose a ambos lados para acabar con la **situación de bloqueo** político de estos últimos 4 años, con su lema de poner a “España en Marcha”

El partido naranja ha continuado con su **“cruzada anti-independentista”** mostrando su oposición a un gobierno de Sánchez apoyado por el bloque catalán soberanista.

Eso sí, acciones particulares realizadas por Rivera, como el **perro Lucas**, apenas han sido secundadas por el resto de “diputables”. Destacamos la gran cantidad de menciones que se han dado en torno a las políticas de **conciliación familiar** que quiere promover este partido.

4 | CS

Top Users



1
Guillermo Díaz
278



2
Miguel Garaulet
236



3
Marta Martín
214

Key Emojis



Top Tweet



El PSOE ha tratado de tapar con "Franco" este escándalo cuya sentencia han retrasado. Cuando se haga pública y se destape la corrupción del PSOE ¿dimitirá Sánchez? ¿Aplicará la lógica que guió su Moción de Censura?



El fiscal cifra en 741 millones el botín del PSOE por los ERE. Conocerán las irregularidades en el reparto millonario, opaco y arbitrario de las ayudas a empresas y trabajadores en crisis y no tomaron ninguna decisión para...
¿?almundo.az

9:06 a. m. · 3 nov. 2019 · Twitter for iPhone

Ciudadanos

Los perfiles más activos en Twitter tras los 8 días de campaña electoral han sido:

1. Guillermo Díaz (Málaga)
2. Miguel Garaulet (Murcia)
3. Marta Martín (Alicante)

La bandera de España ha pasado a un segundo puesto de los emojis utilizados por Ciudadanos, siendo la naranja nuevamente el más utilizado. Tanto el apoyo al sector científico. La conciliación familiar se ve reflejada en múltiples emoticonos

Marcos de Quinto Romero
(Madrid)

4 | UNIDAS PODEMOS



Defensa de los trabajadores con Irene Montero en el centro



Unidas Podemos centra su discurso en políticas que defienden a los “trabajadores” y a los “servicios públicos”. Enfocando su discurso en **políticas sociales**, más que económicas.

De esta manera, la formación morada ha prácticamente obviado el conflicto en **Cataluña**. Además que, los candidatos de Unidas Podemos han hecho un claro esfuerzo en demostrar que tienen a otros candidatos más allá de Pablo Iglesias, mencionando en numerosas ocasiones a figuras como **Irene Montero o Juanxo López de Uralde**.

En buena parte de las menciones, la totalidad de los miembros de la formación de Pablo Iglesias han mostrado su predisposición a la formación de un gobierno con el PSOE.

4 | UNIDAS PODEMOS

Top Users



Key Emojis



Top Tweet



Los perfiles más activos en Twitter tras los 8 días de campaña electoral han sido:

1. Yolanda Díaz (Pontevedra)
2. Juan López de Uralde (Alaba)
3. Alberto Garzón (Málaga)

Unidas Podemos vuelve a utilizar emoticonos relacionados de manera histórica con su partido, como el **puño en alto** o el **corazón morado**.

Causas como la emergencia climática se ven reflejadas en esta nube de emoticonos con numerosas alusiones.

La **mano apuntando hacia abajo** es debida a los numerosos tweets que Unidas Podemos comparte con el objetivo de difundir sus mensajes.

Pablo Iglesias (Madrid)

4 | VOX



Duelo con el PNV y memoria histórica



Los políticos de VOX han centrado su comunicación en Twitter durante la campaña electoral en posicionarse como la única **“alternativa patriótica”** frente al resto de partidos, a los que denominaban como parte del **“consenso progre”**.

VOX ha intentado abanderar la lucha contra el independentismo en Cataluña, haciendo claras alusiones a la problemática en Twitter.

Además, los candidatos han hecho numerosas alusiones a **Aitor Esteban y al PNV**, tras el doble enfrentamiento vivido en los debates de portavoces de TVE y la Sexta.

También ha habido hueco en su comunicación digital para hablar de sus políticas de inmigración, ideología de género y **memoria histórica**.

4 | VOX

Top Users



1
Iván Espinosa de los
Monteros
231

2
Santiago Abascal
131

3
Macarena Olona
126

Key Emojis



Top Tweets

 Iván Espinosa de los Monteros  @ivanadm
Parece ser que a alguno se le indigestó anoche el recordatorio de su propio origen político. Pero es que no conviene olvidar el racismo, machismo y la homofobia que impregnaba el pensamiento de quien fundó el PNV. Así que recordemos algunas de sus perlas...



3:11 p. m. · 2 nov. 2019 · Twitter for iPhone

VOX

Los perfiles más activos en Twitter tras los 8 días de campaña electoral han sido:

1. Iván Espinosa de los Monteros (Madrid)
2. Santiago Abascal (Madrid)
3. Macarena Olona (Granada)

El emoticono más utilizado por VOX ha sido el **megáfono**, con la intención de viralizar las publicaciones que han realizado entre sus seguidores. Además, han vuelto a utilizar la **bandera de España** como símbolo del partido y un brazo-músculo para simbolizar la fuerza del país

Iván Espinosa de los monteros (Madrid)

| Metodología

A lo largo de este informe, Kreab ha analizado las diferentes tendencias en Twitter durante la campaña de las Elecciones Generales del 10-N.

Para ello, Kreab ha hecho un ejercicio de aproximación de los futuros representantes que saldrán elegidos de las urnas, buscando así entender las voces que nos encontraremos en el próximo Congreso de los Diputados.

Para ello, el informe realiza un análisis de social listening sobre los 250 escaños que Kreab Research Unit da como prácticamente asegurados.

Aun sabiendo las limitaciones de nuestro análisis, el resultado aporta una perspectiva de valor para entender qué ha pasado durante la campaña en la red social Twitter, y su posible materialización en propuestas durante la próxima legislatura en el parlamento.



Kreab

Explicamos asuntos complejos de manera sencilla

. Kreab es una consultora de Comunicación y Asuntos Públicos fundada en Suecia en 1970. Ayudamos a nuestros clientes a alcanzar sus objetivos de posicionamiento público, notoriedad y reputación corporativa, aumentando su capacidad de influencia.

KREAB

www.kreab.com