

Una campaña muy caliente en Twitter

El "tuitómetro", la herramienta del CTIC divulgada por LA NUEVA ESPAÑA, no nota desgaste por la repetición electoral y cierra al rojo vivo

José Luis Salinas Oviedo 10.11.2019 | 00:05



Por la izquierda, los investigadores del CTIC Fidel Díez, Charo Campomanes y Pelayo Quirós. **FERNANDO RODRÍGUEZ**

En el universo de las redes sociales las [elecciones](#) se juegan por bandos. Están los que solo hablan de sí mismos o los que dedican mucho tiempo a tratar de desnudar las ideas del rival. Y en estos comicios la actividad en Twitter, principal altavoz de los líderes y partidos la actividad ha estado al rojo vivo. De hecho, no se ha notado nada el desgaste de la segunda convocatoria electoral, tras el fallido intento de formar Gobierno del verano. El "tuitómetro", la herramienta de inteligencia artificial creada por la Fundación CTIC para medir el estado de opinión de los tuiteros y que ha podido consultarse tanto en la edición digital como en la impresa de LA NUEVA ESPAÑA durante esta campaña electoral, ha estado al rojo vivo. Lo reconocen los investigadores, Charo Campomanes y Pelayo Quirós, que aseguran que especialmente tras el debate entre los líderes políticos que tuvo lugar el pasado lunes los ánimos en la red social subieron de intensidad. "Ese día y los posteriores hubo bastante movimiento", agrega Campomanes. En esa red social se lió una discusión paralela a base de memes, chistes y chascarrillos.

El "tuitómetro" mide día a día el estado de opinión entorno a los seis principales partidos que se presentan a las elecciones (PSOE, [PP](#), Ciudadanos, Podemos, Vox y, en esta campaña se incorporó a Más País) y sus respectivos líderes (Pedro Sánchez, Pablo Casado, Albert Rivera, Pablo Iglesias, Santiago Abascal e Íñigo Errejón) en base a las opiniones de miles de tuiteros. Pero para esta campaña, corta pero intensa en las redes, la Fundación CTIC ha presentado importantes mejoras en su herramienta y han dado un paso de gigantes en sus mediciones. Se han analizado las cuentas de unos cuantos políticos más, los más conocidos por el gran público (como pueden ser Inés Arrimadas, Irene Montero, Manuela Carmena, Josep Borrell, Cristina Seguí o Alberto Garzón), aquellos que tienen una mayor visibilidad en la red, así como el comportamiento de todos sus seguidores, más de seis millones en total. Casi nada. La actividad de la gran mayoría de ellos, como pueden imaginarse, ha sido frenética durante esta semana. También se ha incluido en el análisis a partidos más minoritarios como ERC, PNV, Junts per Cat o EH Bildu.

El objetivo, señala Pelayo Quirós, era el de cruzar todos esos datos para ver quiénes eran los más activos, quienes se alimentaban más de "bots" y cuáles son los usuarios que tienen un mayor interés por la política y ver con facilidad con qué partido eran más afines. También puede hurgarse en datos tan curiosos como cuáles son los partidos que tienen los usuarios más fieles, cuál es el que tiene los seguidores más habladores y que interactúan con más frecuencia en esta red social. Toda una mina de datos. Tanto que, ayer, en plena jornada de reflexión esta herramienta llevaba analizados ya 12,4 millones de "tuits" con los que medir el calor de unas elecciones que se decidirán hoy. Durante estos días, cada declaración polémica ha ido incendiando esta red y subiendo la temperatura del "tuitómetro" cuyo tema estrella de discusión ha sido la situación política de Cataluña.

Tanto análisis, cifras, datos y números han servido para sacar algunas conclusiones curiosas. Por ejemplo, Campomanes y Quirós coinciden en que Podemos es con bastante diferencia el partido más activo en esta red social. Es el que busca arañar más votos a golpe de tuit. "También hemos visto que los partidos se hacen mucho autobombo. Algunos usan esta herramienta para hablar solo de sí mismos", agrega Quirós. Hay excepciones. De nuevo el

protagonista es la formación morada cuyos líderes y seguidores suelen hablar mucho o tener bastante relación con el [PSOE](#). El más endogámico de todos en esta red social suele ser Vox, sus seguidores suelen estar bastante más aislados del resto de los comentarios que lanzan los otros partidos políticos.

Eso sí, en la batalla del tuit no hay un ganador claro. La gran mayoría de los candidatos y de los políticos analizados no llegan al aprobado en el baremo utilizado por el CTIC. Decidirán las urnas.