

# Elecciones Generales 2019

## Análisis de la campaña en Twitter

**Avance** del Informe realizado por [DataPolitik](#), Ciencia de datos contra la **desinformación**, un proyecto de la Asociación [Heurística](#).

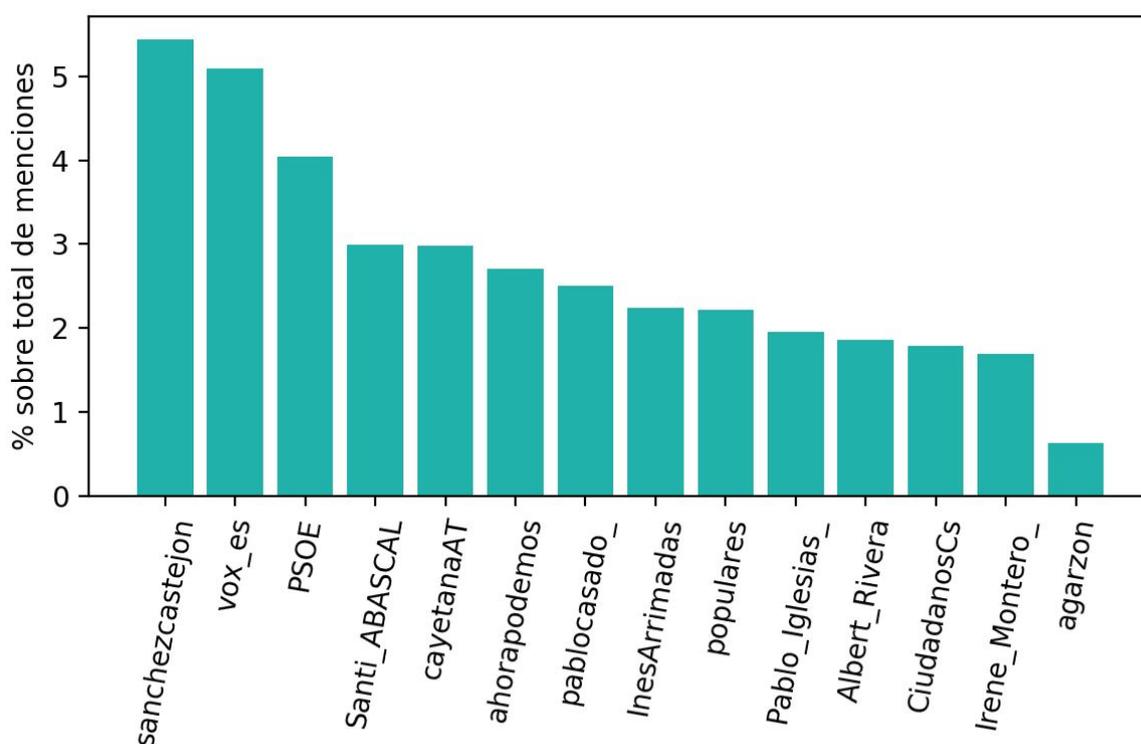
Versión Beta del 26-04-2019.

## Estadística generales

En este informe proporcionamos una primera análisis de los datos de Twitter relativos a los primeros 10 días de campaña electoral. Nos centraremos en el alcance de las campañas de los distintos candidatos y sus estrategia de comunicación y difusión.

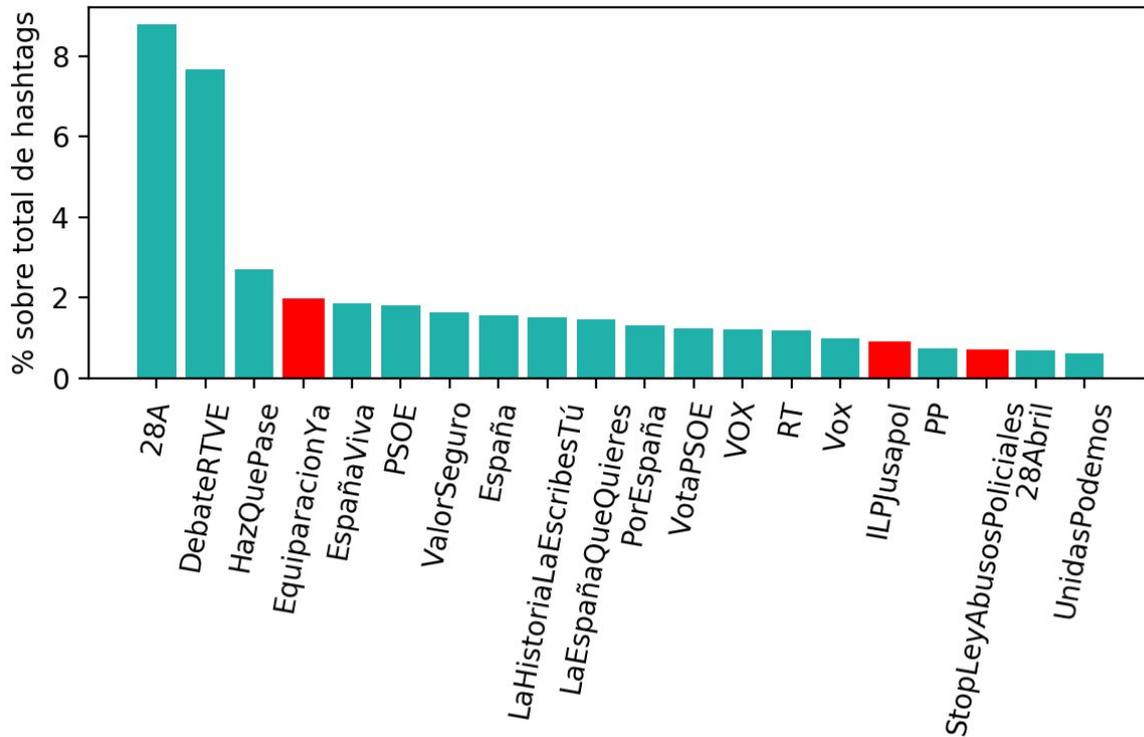
Este informe no cubre los días de los debates televisados.

La base de datos analizada incluye todos los tuits emitidos entre los días 12 y 22 de abril que contienen una mención o retuit a unas de las cuentas en la figura de abajo, por un total de casi 2 millones de tuits.



**@sanchezcastejon** resulta ser la cuenta que acumula más menciones y retuits, seguida por **@vox\_es**, ambas con **más del 5% del total de los tuits emitidos**.

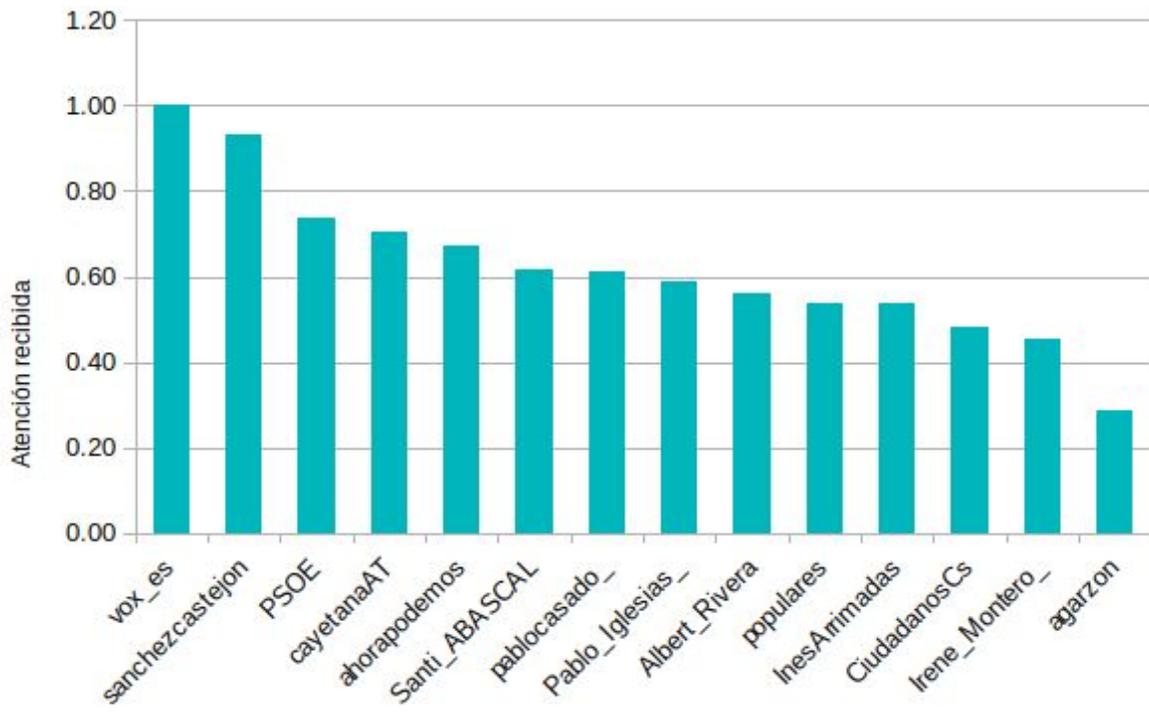
Las menciones recibidas por una cuenta proporcionan una primera aproximación de la atención recibida, sin poder discriminar entre apoyos y ataques. Los hashtags incluidos en los tuits proporcionan más información acerca de la orientación afín u hostil de las interacciones.



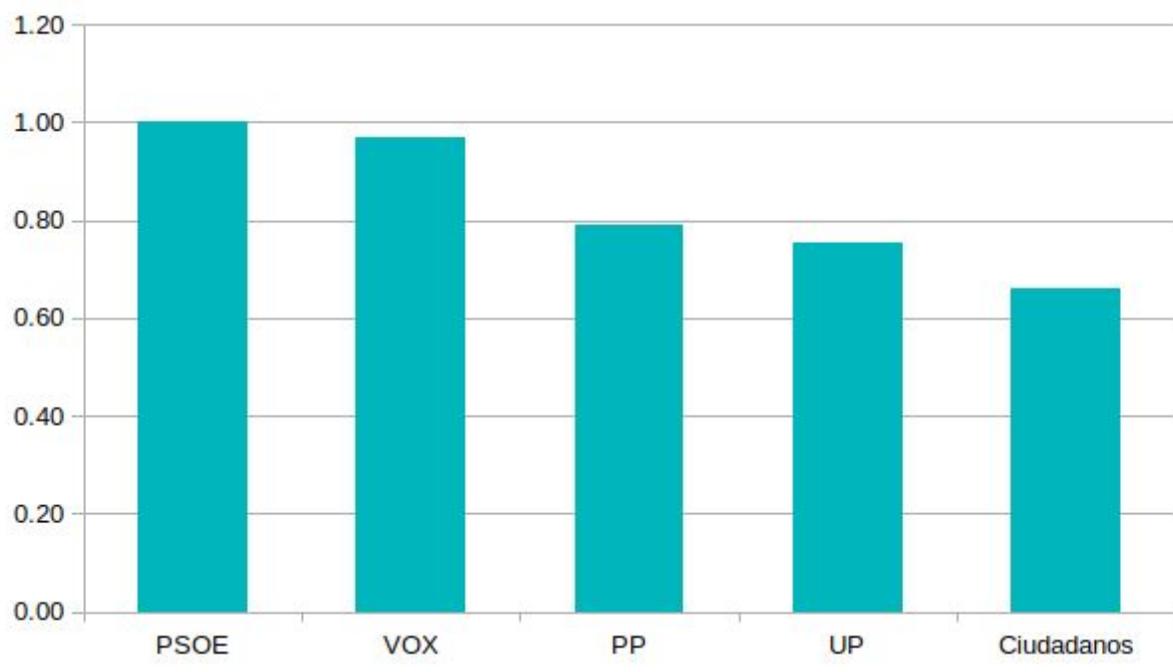
Como se muestra en la figura, los hashtags más utilizados son generalistas, mientras que el primer hashtag de campaña se encuentra en tercera posición y es del PSOE, confirmando la posición de liderazgo de la cuenta de su candidato. El siguiente hashtag de campaña lo encontramos en quinta posición, y pertenece a Vox, confirmando también la segunda posición de su candidato en menciones. También las siguientes posiciones quedan confirmadas con el hashtag del PP (ValorSeguro) por delante del de Podemos (LaHistoriaLaEscribesTú). Queda fuera de este ranking Ciudadanos que no ha hecho un uso extensivo de hashtags en su campaña.

Cabe señalar tres hashtags de la campaña de comunicación de la asociación Jusapol que logran entrar en las primeras 20 posiciones, con EquiparaciónYa en la cuarta. Analizamos esta campaña de la asociación policial más adelante.

Finalmente, nos centramos en la atención recibida por las distintas cuentas.



Utilizando esta métrica @vox\_es se adelanta a @sanchezcastejon y @PSOE. Promediando sobre las cuentas de los candidatos y de las listas, obtenemos un orden distinto que refleja el conjunto de la atención recibida por cada partido.

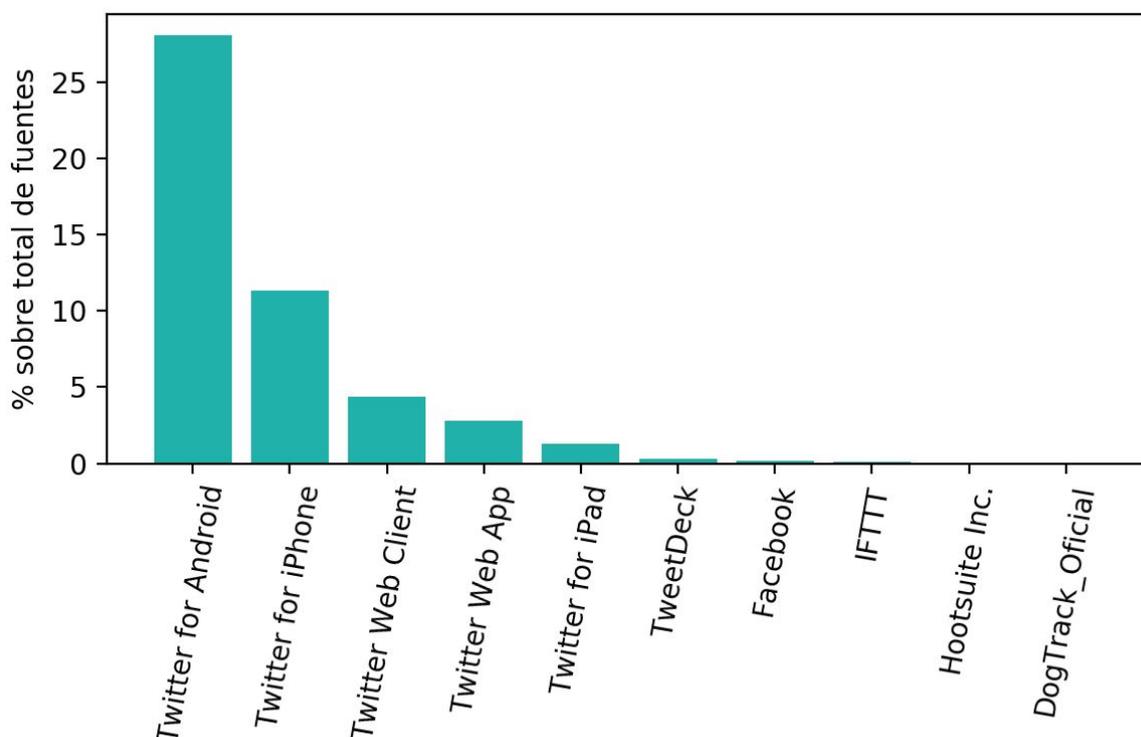


## Cuentas automatizadas, hiper-partisanas y falsos amplificadores

Los denominados bots son cuentas completamente automatizadas, es decir, no están operadas por personas sino que son algoritmos informáticos los que cumplen todas las tareas. La investigación académica y comercial para identificar bots es muy extensa y variada.

En este informe hemos preferido no adentrarnos en este tipo de análisis y reportar sólo los datos relativos a cuentas que son evidentemente automatizadas.

Uno de los metadatos proporcionado por Twitter a cerca de un tuit es la fuente desde la cual éste ha sido publicado; esto es, la aplicación informática que ha posibilitado la publicación del tuit.



El ranking de las fuentes utilizadas durante la campaña electoral refleja la popularidad absoluta de las distintas aplicaciones. En general, los bots no se pueden detectar solo mirando a este metadato. De hecho, ocultar el automatismo es el primer objetivo de quien programa un bot y no dejar rastro en los metadatos, como por ejemplo en la fuente, es la primera medida para lograrlo.

Sin embargo, hay varias aplicaciones que proporcionan la posibilidad de automatizar tareas como retuits o enlazar noticias con palabras claves. La más popular es IFTTT (“si esto, entonces este otro”, por sus siglas en inglés) y aparece en octava posición entre las fuentes más utilizadas.

**Los tuits publicados desde IFTTT representa el 0.2%** de los tuits en la base de datos objeto de este informe.

En la tabla de abajo reportamos las cuentas más activas cuyos tuits provienen de esta aplicación señalando en colores qué partido apoyan con sus tuits. En negro, las cuentas sin una clara afiliación política o difusoras de noticias.

<b>UnTioNormal_XD</b>	135
<b>losgarzoners</b>	114
<b>pressdigital</b>	97
<b>PSOEalhama</b>	91
<b>tio_chabo</b>	63
<b>MasFuenlabrada</b>	60
<b>piulitica</b>	60
<b>MarianoVizcaino*</b>	55
<b>bergabil94</b>	48
<b>carcamo1957</b>	46
<b>PeSaAISP</b>	45
<b>cochesvoladores</b>	40
<b>TurboNoticias</b>	39
<b>JulioGanguita</b>	38
<b>rss_noticias</b>	32
<b>Alleriene</b>	32
<b>PodemosAlbayzn</b>	30
<b>gara_ice</b>	29
<b>adelacafe93</b>	27
<b>MJDato</b>	26

TweetDeck es una popular plataforma de gestión que permite operar varias cuentas de Twitter a la vez. Es utilizada, junto a otras como Hootsuite, por community managers que gestionan cuentas corporativas.

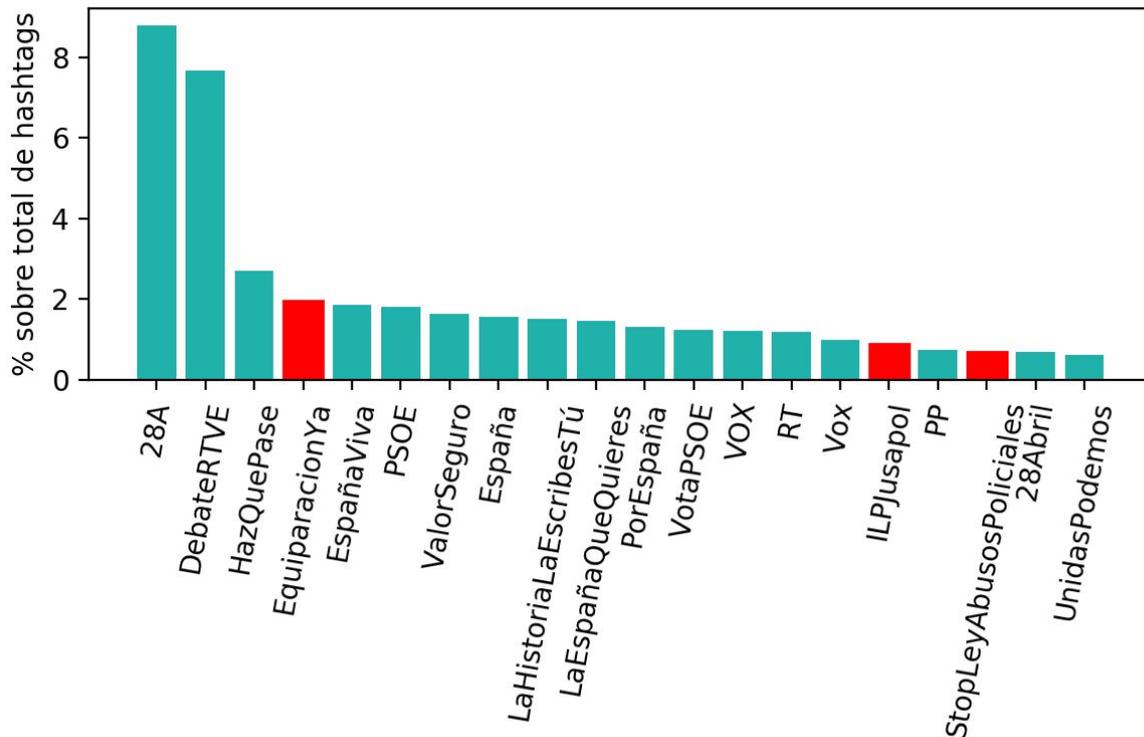
En esta campaña electoral, se ha popularizado el uso de TweetDeck para gestionar una granja de cuentas falsas en apoyo al PP, como reportamos también en un estudio anterior [recogido por eldiario.es](https://www.eldiario.es).

En la tabla reportamos las cuentas no corporativas entre las 20 más activas. Seis pertenecen a la red de falsos amplificadores del PP ya cerradas por Twitter.

<b>xlmgm</b>	98
<b>LauraValero77</b>	63
<b>RosaMon17</b>	61
<b>aitanitamart</b>	58
<b>CleobuloDL</b>	56
<b>AinhoaSerra</b>	55
<b>Diegomudom</b>	55
<b>ChandaWakeman</b>	55
<b>luis_estebanprz</b>	54
<b>MaxyReflexiones</b>	54

## Una red de cuentas partisanas e hiper-partisanas posicionan la campaña #EquiparaciónYa en la campaña electoral

Tres hashtags relativos a una campaña de comunicación de Jusapol se posicionan entre los 20 más utilizados en los primeros 10 días de campaña.



Es el resultado de la actividad de **1270** cuentas que han generado **más de 7000 tuits con menciones a cuentas de partidos y candidatos.**

Cuentas más activas en la campaña de Jusapol	N. de tuits con menciones a candidatos/partidos
JLlupee	208
montiCoin	164
jusapolsantiago	82
Sericha10	78
RPH5261	75
Afapol_Cuenca	69
Franpaco14	65
golioso	65
liebana71	64
Jvlopez79	61

Entre las 10 cuentas más activas (tabla de arriba), cuatro (JLlupee, RPH5261, golioso y liebana71) están suspendidas por Twitter en el momento en el que escribimos este informe.

Muchos tuits se repiten idénticos como en el caso de este tuit de respuesta a PAXPaserela que es publicado por 62 cuentas distintas.

The image shows two tweets that are nearly identical. The top tweet is from CrisBG (@nikitanipona) dated 18 abr. It is a reply to @PAXPasarela, @jusapol, and 8 others. The text of the tweet includes the hashtags #EquipacionYa and #StopLeyAbusosPoliciales, and the mention @jusapol. The bottom tweet is from Álvaro (@lvaroAparicio5) dated 17 abr. It is also a reply to @PAXPasarela, @jusapol, and 8 others, with the exact same text and hashtags as the top tweet. Both tweets show interaction icons for replies, retweets, and likes (the top tweet has 1 like).

## Coordinación entre cuentas hiper-partisanas del PSOE

Analizamos las cuentas que se encuentran en el núcleo que sustenta la comunicación en apoyo a @sanchezcastejon y @PSOE.



Nos encontramos con un cierto número de cuentas que se encuentran suspendidas por parte de Twitter o restringidas por actividad inusual. En la tabla de abajo enlistamos algunas.

deniamj2	restringida
JuanAlberti5	suspendida
akkari_latifa	suspendida
marisa_intriago	suspendida
Jupol_Vizcaya	suspendida

El **20%** de las cuentas en el núcleo emite más de 100 tuits por día y tiene un porcentaje de retuits superior al **90%**, es decir, 9 de cada 10 tuits son retuits a alguna otra cuenta. Además, casi todos estos retuits se dirigen a otras cuentas en el núcleo o a cuentas corporativas del PSOE y de sus candidatos.

Nos encontramos, en definitiva, ante un **núcleo de cuentas hiper-partisanas**, cuya actividad coordinada es asimilable al spam (razón por la cual Twitter suspende las cuentas).

Analizando las conversaciones de estas cuentas, hemos podido verificar que algunas fueron suspendidas por Twitter y posteriormente reactivadas, señal de una actividad anómala difusa y coordinada.

Aunque no hemos llevado a cabo un análisis en profundidad a cerca de la correspondencia de estas cuentas con personas reales, podemos clasificar el fenómeno como clicktvismo.