

Elecciones Municipales 2019

Comunidades en Twitter articuladas alrededor de las candidaturas a la alcaldía de Barcelona

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

Versión para Elnacional.cat del 18-05-2019.

La red global de retuits.

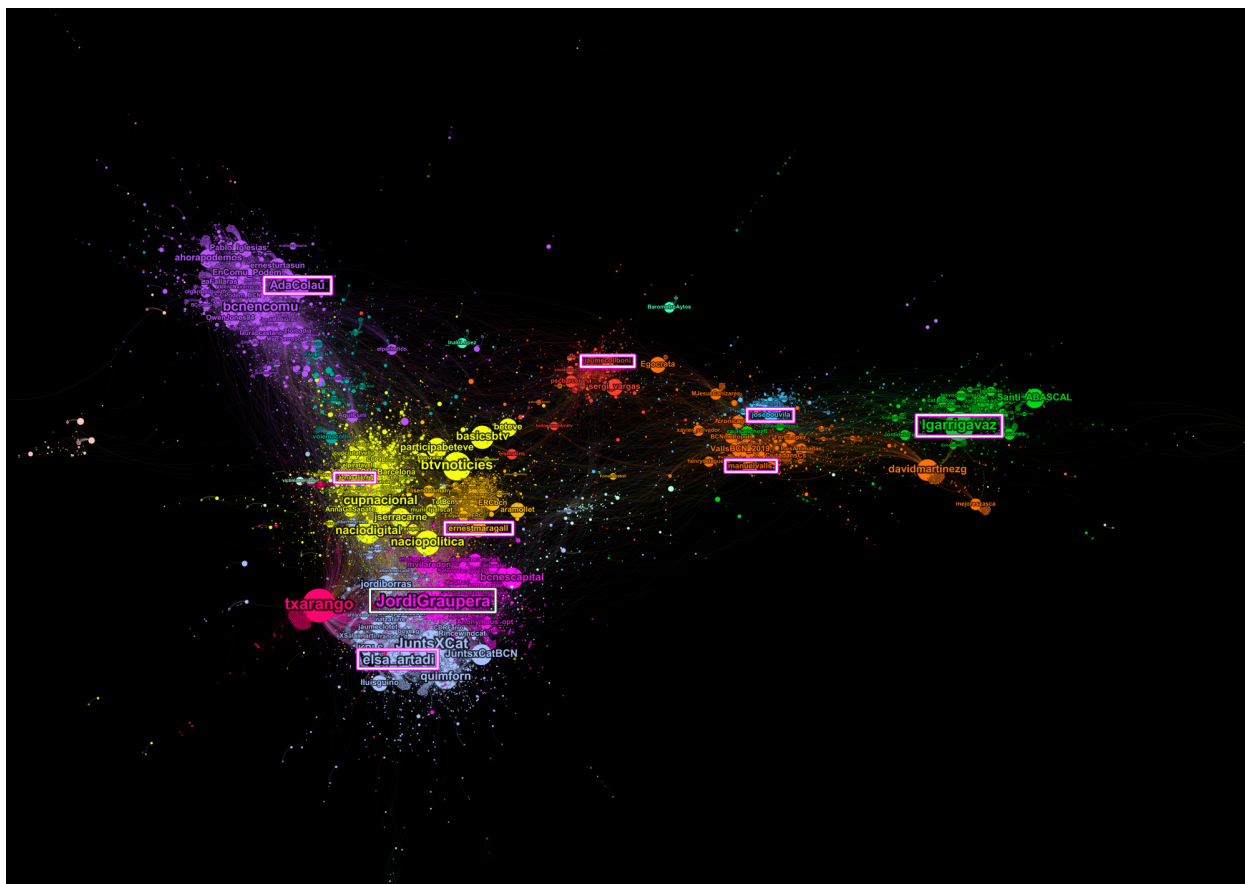
Hemos recogido todos los tuits publicados entre el 8 y el 17 de mayo con los siguientes criterios:

- Tuits que contienen uno de los hashtags de campaña de los principales partidos (BComú, ERC, JuntsXCat, PSC, Ciutadans-Valls, CUP, PPC, BCNesCapital, Vox);
- Tuits que incluyen una mención (mención directa o respuesta) a una de las cuentas de las principales candidaturas o candidatos¹;
- Retuits a una de estas cuentas.

De este conjunto de tuits, hemos extraído una red de retuits pesada: cada nodo es una cuenta de Twitter y hay un link entre dos cuentas si una hace retuit a la otra. Cuantas más veces se retuitean, más grueso será el enlace.

El resultado es la red incrustada abajo:

¹ En el caso de JuntsXCat, además de Quim Forn, hemos incluido la cuenta de Elsa Artadi. También hemos incluido a Elisenda Alemany por haber participado en debates televisivos.



Todas las candidaturas conforman “comunidades” (grupos de cuentas identificables porque interactúan más entre sí que con el resto de la red) bien definidas que representamos con diferentes colores. Existe un solo grupo que no tiene correspondencia directa con ninguna organización política y se aglutina alrededor de @Txarango.

El tamaño de los nodos es proporcional a su centralidad de PageRank, una métrica de redes que nos proporciona información sobre la atención recibida².

Observaciones:

- Todos los y las alcaldables ocupan una posición de primer nivel en sus respectivas comunidades, sobre todo Jordi Graupera e Ignacio Garriga (Vox) que se sitúan muy por encima de sus respectivas organizaciones;
- El caso de la CUP representa una esperable excepción: la cuenta de la alcaldable Anna Saliente no destaca y la mayoría de las cuentas relevantes de

² La atención es medida teniendo en cuenta no sólo el número de interacciones, sino también si llegan de cuentas centrales o periféricas: si una cuenta recibe pocos retuits pero al menos uno procede de una cuenta popular retuiteada por muchísimos usuarios, entonces tendrá una centralidad elevada porque sus interacciones son pocas pero de calidad.

esta comunidad son cuentas colectivas de la organización (temáticas o territoriales);

- BCN es Capital y JuntsXCat van muy juntos;
- Tanto el PSC como ERC están muy infra-representados en Twitter en la escala municipal: las cuentas más potentes de los respectivos ámbitos políticos (sobre todo la de Pedro Sánchez y la de Gabriel Rufián) no entran en esta campaña y esto afecta el alcance de ambos partidos;
- Josep Bou y el PPC de Barcelona apenas existen en Twitter, confirmando una tendencia general del PP ya observada en otras ocasiones;
- Vox tiene mucho alcance pero parece ser sobre todo porque su alcaldable fue también candidato a diputado: Barcelona no tiene mucha cabida aquí.

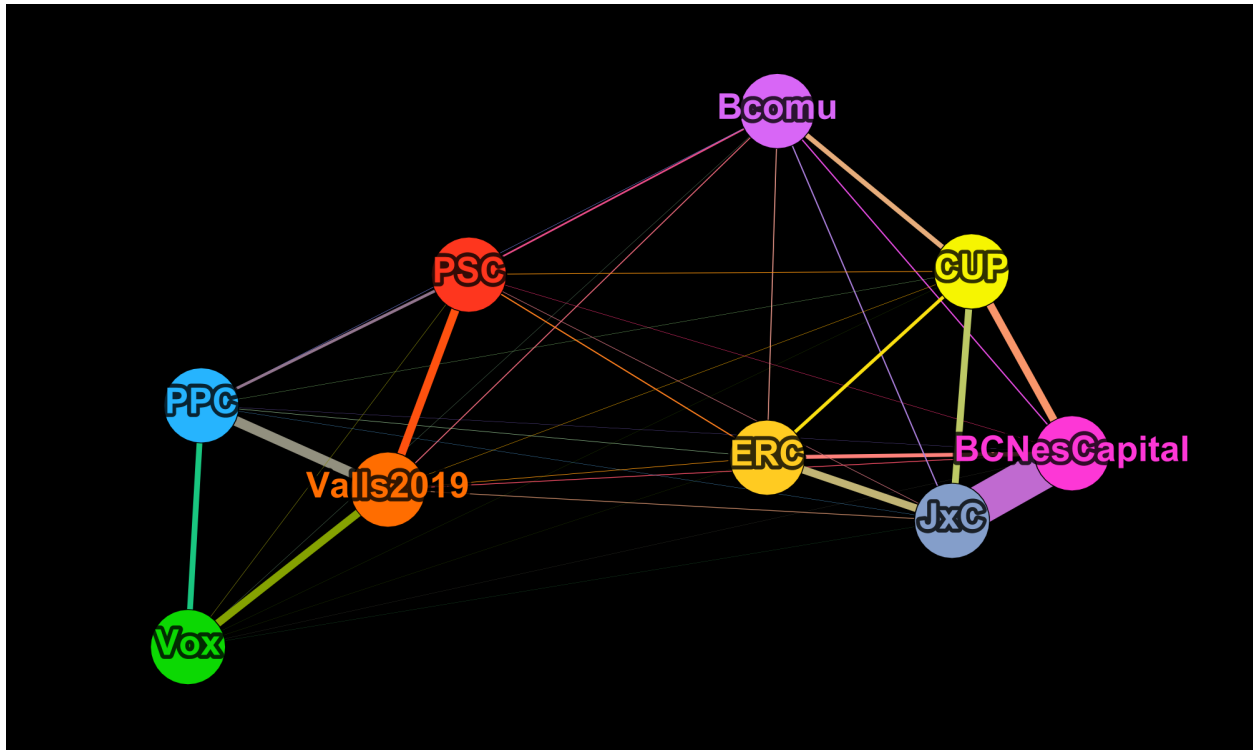
Notamos además que muchos medios de comunicación acaban dentro de la comunidad de la CUP y se sitúan entre esta comunidad y la de ERC, seguramente por recibir comparativamente más retuits desde cuentas cercanas a estas dos organizaciones. Si eliminamos de la red las cuentas de los principales medios y dejamos que todos los nodos vuelvan a ajustar sus posiciones corriendo otra vez el algoritmo de visualización, ERC y CUP no se acercan. La frontera entre ambos se queda vacía. Es decir, la cercanía entre ambas es menor de lo que parece.

Red de comunidades.

Para aclarar mejor las interacciones entre los distintos grupos, hemos creado una nueva red donde cada nodo es una comunidad de la anterior³. El peso (grosor) de los enlaces entre dos nodos depende del número de enlaces (retuits) que se dan entre las cuentas que los conforman⁴.

³ Hemos excluido de este análisis las cuentas de los medios de comunicación y la comunidad liderada por Txarango (en fucsia).

⁴ El peso de un enlace entre el comunidad-nodo A y el comunidad-nodo B lo calculamos como:
$$P = (\text{retuits de cuentas de A a cuentas de B} + \text{retuits de cuentas de B a cuentas de A}) \div (\text{retuits entre cuentas de A} + \text{retuits entre cuentas de B}).$$



Es importante recordar que los nodos de esta nueva red no representan las organizaciones políticas, las comunidades que se aglutinan alrededor de estas en Twitter. Por lo tanto, reflejan más la actividad de la base activa que no la voluntad de las dirigencias y los factores en juegos son varios y diversos: afinidad, competición, rechazo, pero también indecisión e indefinición. Si dos grupos son afines, tienden a retuitearse a menudo, pero sí comparten una frontera de voto relevante y son de tamaño parecido, los simpatizantes fieles durante la campaña se cortan. Es el caso por ejemplo de BComú tanto con el PSC como con ERC: están compitiendo y apenas se hablan. La frontera de voto existe pero no tuitea. Por otra parte, si las bases de dos propuestas no tienen una frontera clara, es normal observar el fenómeno opuesto: el espacio de Graupera todavía no tiene una base propia definida, con una filiación unívoca, y se configura como una costilla de JxC que intenta emanciparse. Los dos espacios deberían competir, pero no pueden. Por lo menos en Twitter, parece que hay más indecisos que votantes asegurados.

Si vamos eliminando progresivamente los enlaces más débiles hasta romper la red en dos partes, obtenemos dos bloques cohesionados y claramente identificables como “independentismo” y “155” (aunque el PSC no tiene relación directa con Vox). También podemos ver como lo que salva BComú del aislamiento son las interacciones con la comunidad de la CUP, un vínculo él entre los *comuns* y los anticapitalistas en Twitter cuya fuerza hemos podido apreciar en todos los análisis de campañas hecho hasta ahora. Por contrario, quienes no están para nada aislados, son los de Vox cuyo anclaje a PP y Ciudadanos es muy sólido.

