

Mapeig de Campanyes

Xarxes de retuits a la campanya catalana del 21D

Anàlisi dels comptes de Twitter que participen als hashtags de campanya de la CUP, ERC, Junts per Catalunya, Catalunya en Comú, el PSC, Ciutadans i el PP, i de la xarxa general de l'etiqueta #21D

Informe realitzat per **DataPolitik**, Ciència de dades contra la desinformació, un projecte de l'Associació **Heurística**.

Període analitzat: 12/12/2017 – 18/12/2017.

1. Resum i interès de l'informe

S'han recollit els tuits el contingut dels quals inclou un o més *hashtags de campanya* (vegeu la llista a cada apartat). Quan un compte fa retuit a un altre, s'estableix entre tots dos una interacció dirigida, que representem amb una fletxa que surt del primer i apunta al segon. Els comptes que produeixen tuits que no reben cap atenció (retuit) han estat descartats de l'anàlisi.

Aquest mètode ens permet estudiar com es configura cada campanya: la quantitat de comptes involucrats, l'existència o no de sub-grups temàtics o territorials, i la presència i l'efectivitat de possibles *trols*.

Definicions

Nodes: comptes de Twitter que retuitegen tuits que contenen el/els hashtag(s) analitzat(s).

Connexions: nombre de tuits en comú que dos comptes han retuitejat.

Trols: comptes que utilitzen hashtags de partits no afins a la seva ideologia amb l'objectiu de criticar-los directament o de manera sarcàstica. Solen ser pocs els que produeixen continguts propis (tuits originals), però guanyen centralitat gràcies als seguidors i fans que els retuitegen.

A continuació presentem, partit per partit, la fitxa de cada campanya (hashtags, nombre de nodes i presència de trols) juntament amb una breu anàlisi dels comptes i les dinàmiques més rellevants. Tanquem l'informe amb l'estudi de les interseccions entre campanyes i amb l'anàlisi de la xarxa general de l'etiqueta neutral #21D.

CUP

Hashtags	#dempeus
N. de nodes	25.443
Trols	NO

La comunitat dels comptes que fan servir l'hashtag #dempeus és molt compacta, amb un lideratge clar de @cupnacional. Altres comptes importants a nivell global són @yeyaboya i @manelmarquez. També són importants els comptes territorials del partit, molts dels quals són capaços de captar l'atenció d'una àmplia part dels usuaris involucrats (no es generen sub-grups).

Entre els comptes personals destaquen: @jordisalvia, @quimarrufat, @carlesral (potser menys rellevant del que s'esperava), @lIsalellasvilar, @EdgarFdz i @BelOlid.

Val la pena observar també la presència, en posició rellevant, del compte de l'aliat Partit Pirata (@partit_pirata) i el de l'ANC (@assemblea), que guanya popularitat gràcies a un tuit d'èxit universal:

«Aquest 21D, dempeus, junts per Catalunya, fem República perquè sí que és olla!»

ERC

Hashtags	#femrepublica
N. de nodes	27.100
Trols	NO

ERC també aconsegueix construir una comunitat cohesionada; el lideratge del compte oficial del partit (@Esquerra_ERC) seria claríssim si no fos per l'èxit molt poc habitual d'un tuit publicat pel compte @Sergibox77, que té tan sols 213 seguidors. El tuit d'aquest català resident a Londres aconsegueix 9.000 retuits i més de 13.000 favorits, superant molts comptes de la mateixa campanya d'Esquerra.

Cal destacar que els comptes de les cares més visibles no han protagonitzat aquesta última setmana de campanya a Twitter, deixant tot el protagonisme als comptes territorials. També són rellevants alguns activistes republicans amb un nombre elevat de seguidors (per exemple, @Elvellblues), l'expresidenta del Parlament @nuriadgc i l'alcalde de Sabadell (@julifernandez).

Carme Forcadell i Marta Rovira hi són presents amb cert protagonisme, però mantenen un perfil baix: retuitegen el compte del partit o fan servir hashtags més transversals, com #llibertatpresopolitics o #república.

Junts per Catalunya (JxC)

Hashtags	#JuntsxCat, #JxCat
N. de nodes	9.983
Trols	NO

El compte més important de la campanya de Junts per Catalunya és, sens dubte, el del partit (@JuntsXCat), seguit per @jordialapreso (Jordi Sànchez), @dnicatala i @KRLS, que utilitza els hashtags oficials de la coalició només en alguns dels seus tuits, tot preferint sovint el generalista #21D o hashtags d'esdeveniments televisius i referits a la República Catalana.

Al contrari del que passa amb la CUP i ERC, els comptes territorials no destaquen. De fet, no existeixen comptes territorials de Junts per Catalunya com a tals; es tracta, més aviat, de comptes del PDeCAT.

Una altra diferència a assenyalar és que cap compte no obté l'interès general de tots els usuaris, ja que la majoria d'aquests només retuitegen un o dos dels comptes més importants. Cadascú té els seus propis seguidors i la comunitat es presenta fragmentada.

L'únic tuit que aconsegueix concentrar l'atenció de diversos sub-grups és el de @angcastineira (Àngel Castiñeira), perquè esmenta alhora el partit, el president i Josep Rull.

Catalunya en Comú (CeC)

Hashtags	#TenimMoltEnComu, #TenimLaClau, #DelBarriALaGene
N. de nodes	7.898
Trols	SÍ (31%)

Els comptes més importants de la campanya de Catalunya en Comú són cinc i segueixen un esquema molt clar: @CatEnComu_Podem (compte de la coalició), @podem_cat (partit), @iunida (partit), @XavierDomenechs (cap de llista) i @bcnencomu (partit «local»). Els segueixen el comunicador polític @manelrosalvador i la candidata @margpuig. A més dels retuitejadors d'aquests comptes «vip», hi ha un altre sub-grup més horitzontal de comptes que es retuitegen mútuament, entre els quals trobem moltes cares visibles de la coalició i alguns comptes territorials.

Ara bé, si mirem les dades, el compte més important en termes absoluts de retuits rebuts és @KasperJuul_0, que tanmateix crea un sub-grup gairebé completament separat de la resta. No es tracta ni d'un troll ni d'un compte que participi en la campanya de Catalunya en Comú, sinó que crida a votar @yeyaboya per motius tàctics a tot l'electorat d'esquerrers: ni a favor ni en contra, fa servir l'etiqueta per cridar l'atenció de la comunitat. Un atac més explícit és el que arriba del compte @AlbertLloreta, que també aconsegueix moltíssims retuits. Aquests dos comptes conformen un ecosistema a part que correspon a una mica més del 30% dels usuaris que han fet servir l'etiqueta de la campanya de Catalunya en Comú i que no es poden considerar part d'aquesta, deixant el nombre total de participants reals al voltant dels 5.600 tuitaires.

PSC

Hashtags	#AraIceta, #IcetaPresident
----------	----------------------------

N. de nodes	8.300
Trols	Sí (30%)

En la campanya del PSC observem quelcom de nou: la presència dominant de comptes no catalans. De fet, el compte principal de la campanya no és el de Miquel Iceta (@miqueliceta es situa en tercera posició), sinó el de Pedro Sánchez (@sanchezcastejon), seguit pel compte oficial del PSC (@socialistes_cat). El quart compte més rellevant és @conjosepborrell. Aquests quatre comptes tenen els seus fidels retuitejadors, però el gruix dels usuaris el formen altres comptes que, una mica com passa amb Catalunya en Comú, es retuitegen molt entre ells i formen els dos sub-grups més poblats.

En el primer, la llengua dominant és el castellà. Hi podem detectar alguns retuitejadors compulsius que ens fan sospitar que no són exactament humans (per exemple, @diego952672768) i probables militants de base (@HctorPascualAce, @mtgarcia82, @lolitayjoselito) que, tanmateix, publiquen tuits de campanya amb una freqüència molt elevada.

En el segon trobem comptes territorials del PSC (per exemple, @pscbarcelona, @PSCBaix) i alguns càrrecs del partit (per exemple, @MartaMoreta).

En el cas del PSC observem també un grup molt nombrós de comptes que retuitegen @sergipinkman, que clarament entra a l'etiqueta de manera irònica, amb un vídeo-paròdia del vídeo de campanya oficial que té molt d'èxit. Així doncs, als participants reals de la campanya socialista també caldrà restar-los un 30% de tuitaires que en realitat són crítics amb el partit.

Ciudadans (Cs)

Hashtags	#AraSiVotarem, #AraSiCiudadans
N. de nodes	20.583
Trols	Sí (68%)

Amb Ciudadans, @sergipinkman ho torna a fer, i aquesta vegada el seu èxit és encara més gran. El 68% dels comptes que fan servir els hashtags de la campanya per portar Inés Arrimadas a la presidència de la Generalitat són en realitat fans d'un compte que es dedica a ironitzar sobre ells, publicant un vídeo de sàtira i altres tuits molt crítics que obtenen un èxit una mica més modest. Per tant, el nombre total de participants reals a la campanya es situa al voltant dels 6.000 comptes.

Descomptats els «intrusos», el compte més important és l'oficial en castellà @CiudadanosCs, seguit per @Albert_Rivera. Com en el cas del PSC, el compte del líder estatal avança el de la candidata: @InesArrimadas ocupa la quarta posició, darrere d'un militant d'Alzira i del compte del partit en català (@CiudadansCs).

Estrelles tuitaires de l'espai taronja com el conegut @yosoyneranjito_ queden al marge, atès que fan un ús limitat dels hashtags de campanya.

PP

Hashtags	#LaSoluciónEsPP, #EspañaEsLaSolución
N. de nodes	9.037
Trols	Sí (43%)

El PPC repeteix el mateix patró que el PSC: els dos comptes principals de la campanya són el del partit (@PPCatalunya) i el del líder estatal (@marianorajoy). De Xavier Albiol se'n parla molt en aquesta campanya, amb nombroses mencions al seu compte que inclouen declaracions entre cometes fetes als mitjans o en actes de campanya, però el seu compte no té gaire activitat etiquetada amb els hashtags oficials. Així, l'avancen el compte

espanyol del PP (@PPopular) i @ejimenezcara, secretària general de @PPBarcelona_. Altres comptes destacats són la ministra de Sanitat @DolorsMM, @PPBarcelona_ i el del coordinador general @martinezmaillo.

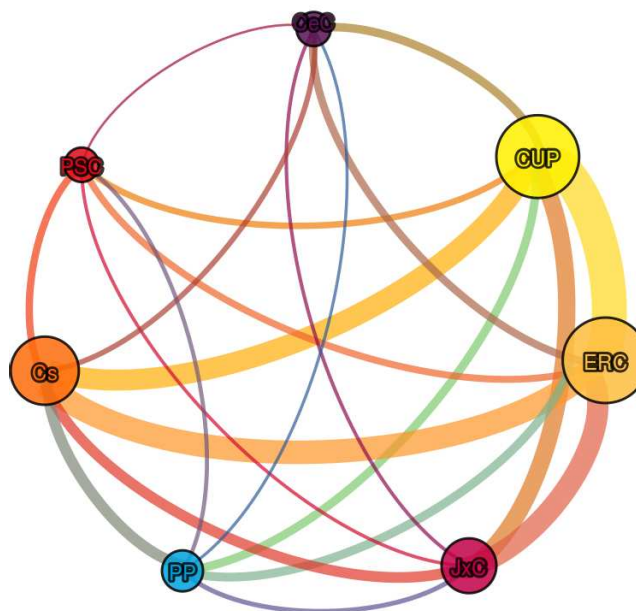
Els comptes no afins que fan servir els hashtags del PP són quantificables al voltant d'un 40% del total. Aquesta vegada, al sempre present «espot electoral afinat» de @sergipinkman s'hi sumen els tuits agressius de @SocialMaresme, deixant el total de participants reals en una mica més de 5.000.

Interseccions

Hem vist com comptes afins a un partit entren a criticar la campanya d'altres, però també hi ha persones (comptes) que donen suport sincerament a més d'una campanya, perquè consideren aquestes eleccions un enfrontament entre dos blocs (independentista/constitucionalista, o també esquerra/dreta). Tot això fa que les campanyes comparteixin retuitejadors. Quants? Per exemple, ERC i la CUP en comparteixen al voltant del 40%. Com que cap de les dues campanyes no pateix atacs per part de comptes políticament allunyats, és lícit assumir que aquests poc més d'11.000 comptes comuns són, realment, persones properes a totes dues.

Tant ERC com la CUP comparteixen més de 5.000 retuitejadors amb Junts per Catalunya, més del 50% del total de retuitejadors de les seves respectives campanyes, amb la qual cosa el «bloc independentista» queda ben definit.

Al contrari dels casos anteriors, Ciutadans comparteix més comptes amb els seus adversaris polítics (més de 6.000 amb ERC i la CUP) que amb campanyes considerades afins: amb el PP, per exemple, en comparteix al voltant de 3.000, tot just 20 més que amb JxCat. A què es deu això? Als atacs d'alguns tuitaires crítics que participen clarament en la campanya d'un altre partit i que, alhora, es dediquen a contestar i a parodiar els continguts publicats pel bloc unionista. Però això no és tot: PP, PSC i Ciutadans tenen pocs seguidors que es declarin obertament propers als tres alhora, per la qual cosa comparteixen relativament pocs usuaris en aquesta campanya. És probable que els pocs tuitaires que entren a les tres campanyes siguin «trols compartits». Entre ells hi trobem, sens dubte, @sergipinkman, que aparentment és present a tots els hashtags de tots els partits.



Comptes comuns entre les campanyes dels diferents partits. El gruix de cada arc és proporcional al nombre de retuitejadors compartits entre dues campanyes.

Xarxa de retuitejadors de l'etiqueta #21D

Tuits publicats entre el 12/12 i el 18/12 de 2017.

Entre els diversos hashtags generalistes -és a dir, sense connotació partidista- d'aquestes eleccions, #21D ha estat el més utilitzat. Gairebé 270.000 tuits en l'última setmana s'han publicat des d'una mica més de 70.000 comptes diferents.

Tuits totals	≈ 270.000
Comptes diferents	≈ 70.000

Com que es tracta d'una etiqueta usada per tots els usuaris amb independència de la seva posició política, estem davant d'un context neutral que reflecteix bé les relacions entre les diferents opcions. També permet fer-se una idea de la popularitat global dels líders polítics a Twitter, més enllà de l'entorn d'afins que trobem als diferents hashtags de campanya.

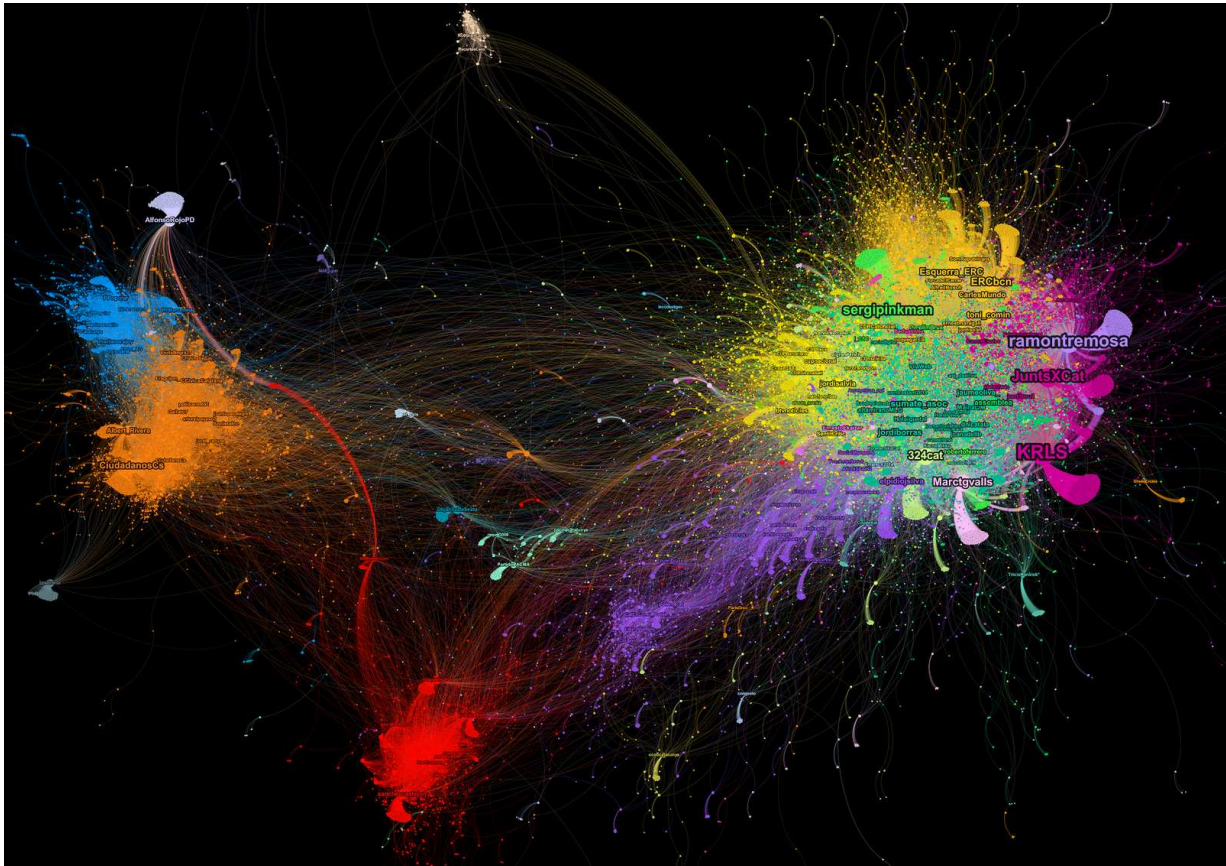
Proposem aquí una breu anàlisi de la xarxa de retuits, perquè pensem que constitueix una manera adequada de comprovar qui lidera el discurs i aconseguir fer arribar el seu missatge a moltes persones, i/o qui és capaç de superar les barreres naturals de la competició electoral, assolint una visibilitat més àmplia que s'estén més enllà de la seva comunitat política. A més, en un sentit general, retuitejar sol implicar compartir el contingut que es retuiteja. Per a dues forces polítiques, tenir retuitejadors en comú en un context com aquest resulta revelador de l'afinitat que hi ha entre elles, o, si més no, de l'«afinitat percebuda» pels usuaris de les xarxes socials.

Qui lidera

En termes de nombre de retuitejadors, **Carles Puigdemont (@KRLS)** és qui més n'obté (gairebé **8.400**), amb diferència, seguit per l'eurodiputat independent del PDeCAT **Ramon Tremosa (@ramontremosa)**, amb **7.500**, i pel compte oficial de la coalició que lidera (**@JuntsXCat**), amb una mica més de **6.000**.

El segon partit que millor resultat obté és ERC, tot i que, curiosament, **@ERCbcn** aconseguix més atenció que **@Esquerra_ERC** (3.600 davant de 2.850).

@CiudadanosCs, juntament amb **@Albert_Rivera**, també aplega molts retuitejadors, sumant gairebé 4.550 comptes diferents.



Xarxa de retuits de l'etiqueta #21D. La mida dels nodes és proporcional al nombre de retuitejadors únics rebuts.

Estructura general

El conjunt de comptes s'organitza en tres blocs de mida heterogènia.

A l'esquerra trobem dues comunitats estretament unides: la de l'entorn del PP (en blau) i la de Ciutadans (en taronja).



Bloc PP (blau) - Ciutadans (taronja).

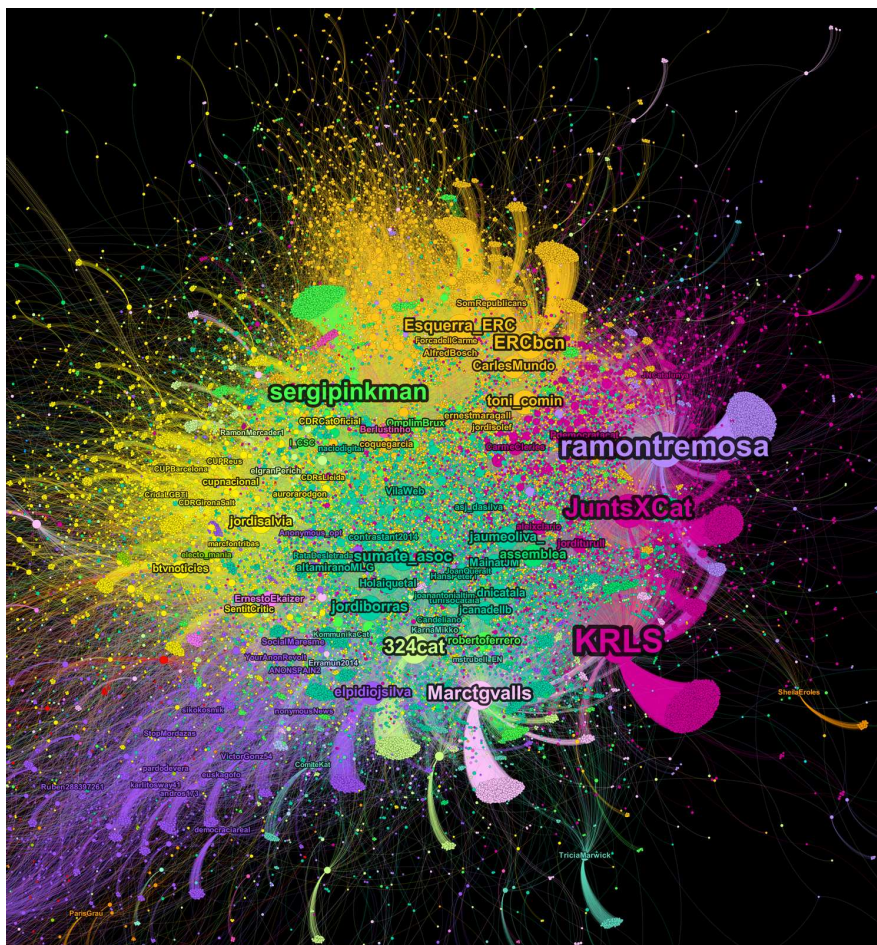
Més avall i cap a la dreta apareix un conjunt de nodes de color vermell que correspon a l'àrea PSC-PSOE, amb Miquel Iceta (@miqueliceta) i Pedro Sánchez (@sanchezcastejon) als extrems oposats del grup.



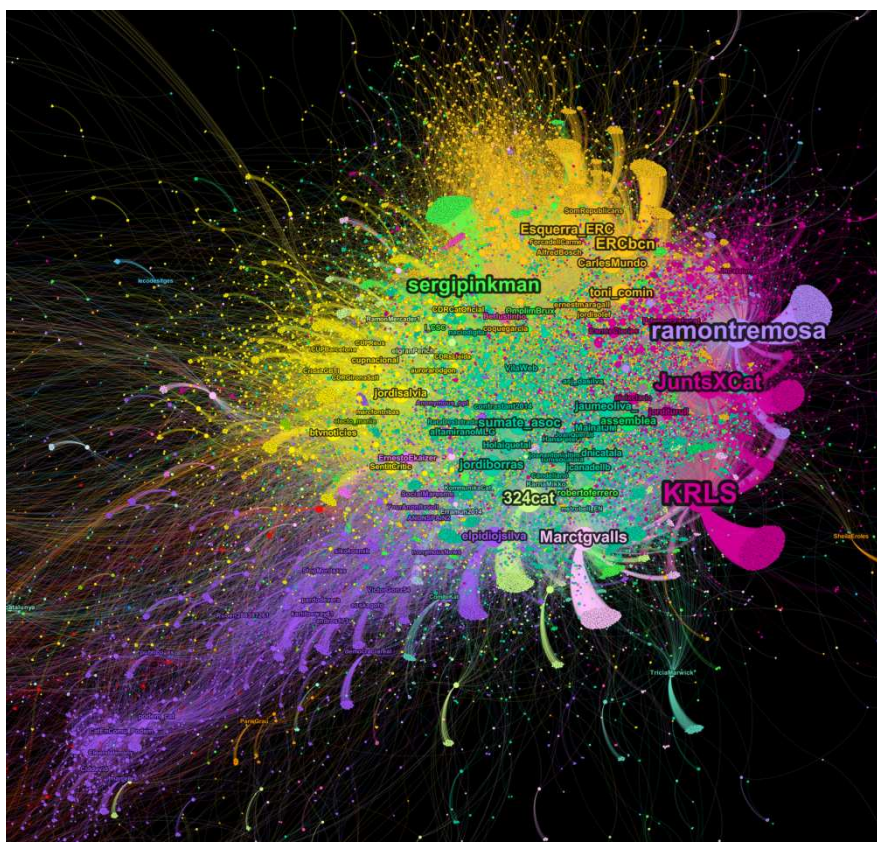
Bloc PSC-PSOE.

A la dreta es situa el grup més gran i divers. Un nucli compacte agrupa els comptes propers a Junts per Catalunya (lila), ERC (groc) i l'entorn CUP/CDR (groc més clar). Al centre d'aquest grup, en verd, apareixen periodistes (@jordiborras), mitjans de comunicació (@VilaWeb) i associacions (@assemblea, @sumate_asoc) de l'àmbit independentista.

Aquest grup té una «cua» de color lila que s'allarga cap al PSC: és l'entorn de Podem / Catalunya en Comú (@podem_cat, @CatEnComu_Podem), que s'ancora al grup central a través de comptes activistes (@StopMordazas, @democraciareal, @ANONSPAIN2) que interactuen amb la part més activista del nucli central.



Nucli independentista: Junts per Catalunya (lila), ERC (groc) i CUP/CDR (groc clar).



Vista ampliada del mateix nucli, amb els grups adjacents d'activistes i mitjans de comunicació.

