

Ranking de Políticos locales en redes sociales

¿Quiénes son los políticos locales que utilizan más y mejor las redes sociales? ¿Quiénes se basan en Facebook, quienes encabezan el ranking de twitteros y quiénes lideran el nuevo mundo de Instagram? Muy pocos son los que están dispuestos a jugar el juego, de manera seria y genuina. Los que utilicen estas herramientas de manera seria y con continuidad en el tiempo, tienen los resultados positivos a la vista. Los que solo se acuerdan de “comunicar” en momentos cercanos a la elección, corren con desventaja.










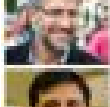
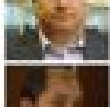

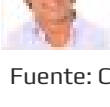
El mundo ha cambiado, nos comunicamos más por textos o audios de WhatsApp que por teléfono. Recibimos y reenviamos infinidad de información, la mayoría de las veces sin chequear fuentes ni la veracidad de la misma. Compramos on line, navegamos digitalmente, nos enamoramos por internet, peleamos, debatimos, nos informamos. Muchas veces (por no decir casi siempre) pasamos más tiempo mirando la pantalla de nuestros celulares que los rostros de nuestras parejas o amigos en vivo y en directo.

Las redes sociales pueden hacer ganar una elección. Hay diversos ejemplos en el mundo. Como sucede casi siempre, esta oleada no surge de la nada. La utilización activa de las plataformas de comunicación para política empezó en EEUU, y también ha sido en EEUU donde más se ha desarrollado este nuevo modelo. Barack Obama fue todo un referente en el uso del marketing político, y Donald Trump, aprendió bien la lección y hoy es presidente de los Estados Unidos.

Desde la Consultora CEPEI y con vistas a las próximas elecciones, hemos decidido realizar un ranking digital de precandidatos a Intendente y políticos emergentes locales, para conocer cómo los mismos utilizan las redes sociales.

Entre los mejor posicionados en lo que respecta a cantidad de seguidores, Montenegro es quien suma más “Fans” en todas las redes sociales, el encabeza el Ranking. Fernanda **Raverta** obtiene el segundo lugar en Facebook y en Instagram, y el tercer puesto en Twitter. El ex intendente Gustavo **Pulti** se sube al podio en Facebook ocupando el tercer lugar, mientras que en twitter obtienen el segundo puesto. En Instagram, Pulti, no tiene prácticamente presencia, perdiendo el segmento de los seguidores más jóvenes. También entra entre los más destacados el legislador provincial **Manino Iriart** quien ocupa el tercer lugar en Instagram, sobre todo, utilizando más que ningún otro las historias y videos en vivo.

Siempre analizando Facebook, Le siguen otros referentes como Arroyo, Abad y Bonifatti también bien posicionados respecto a la cantidad, superando los 20 mil me gusta. Luego encontramos candidatos en el orden de los 10 mil, número aceptable para quienes juegan solo a nivel local. Por último aparecen otros referentes que no superan los 5000 Me Gusta.

RANKING DE CANDIDATOS SEGÚN CANTIDAD DE SEGUIDORES EN LAS REDES SOCIALES							
		Facebook Me Gusta		Twitter Seguidores		Instagram Seguidores	
	Guillermo Montenegro	1	70,202	1	36,100	1	10,500
	Fernanda Raverta	2	47,592	3	17,900	2	8,763
	Gustavo Pulti	3	26,665	2	20,600		780
	Carlos Arroyo		22,991		5,508		591
	Maxi Abad		22,730		8,446		2,624
	Santiago Bonifatti		22,355		7,099		965
	Vilma Baragiola		12,128		11,115		5,706
	Ariel Ciano		9,762		4,831		1,429
	Marina Santoro		8,865		2,448		1,423
	José Luis Zerillo		8,424		2,647		1,125
	Manino Iriart		6,498		5,801	3	7,042
	Balut Tarifa Arenas		2,963		1,870		761
	Mario Rodríguez		1,075		2,168		588

Fuente: Cepei Comunicación - Mayo 2019

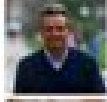



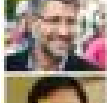



Ahora no siempre lo que brilla es oro, y no siempre tener una gran cantidad de Me Gusta o seguidores es positivo. Estos pueden ser comprados a través de campañas publicitarias, o ser usuarios que alguna vez han hecho un click y al estar inactiva la página en períodos no electorales (como suele suceder) pasan a la categoría “Me Gusta dormidos” y actualmente han perdido interés en el político promocionado. Es por eso que tenemos que analizar el grado real de interacción o compromiso de seguidores. Un factor a analizar en este caso que nos puede llevar a responder esta pregunta es: Cuántos de los miles de seguidores reaccionan a las publicaciones? Bien o mal, pero reaccionan.

Respecto a quienes tienen más actividad, suben más contenido y se muestran más activos en las redes sociales, encontramos lo siguiente:

Arroyo en Facebook, **Marina Santoro** en Twitter y **Vilma Baragiola** en Instagram. Cada red social representa en líneas generales perfiles de usuarios y segmentos sociales y etarios diferentes. Por lo general, facebook es más popular y de edad avanzada. Twitter es para formadores de opinión, periodistas y profesionales, e Instagram cada vez más entre jóvenes y clase alta o media. Es interesante analizar cómo cada candidato utiliza más una red social que otra.

El desafío de instagram, la tendencia que se viene de vivos e historias.

Son pocos los candidatos que hacen uso de la herramienta con mayor nivel de llegada al público. Las historias y aún más las transmisiones en vivo, suponen un nivel de espontaneidad (sin filtros, ediciones o intervención de asesores en comunicación) que le permitirá a la gente conocer a los candidatos desde una esfera más genuina y cercana. Está por verse quienes se animarán a esta dinámica.

RANKING DE ACTIVIDAD (CANTIDAD DE PUBLICACIONES)								
		Facebook Mayo 2019		Twitter Mayo 2019		Instagram total publicaciones		Historias
	Guillermo Montenegro		67	3	117		567	2
	Fernanda Raverta		37		86		231	3
	Gustavo Pulti		22		69		53	0
	Carlos Arroyo	1	104		102		431	0
	Maxi Abad		22		62		298	0
	Santiago Bonifatti		9		61		165	0
	Wilma Baragiola	2	76	1	183	1	1740	1
	Ariel Ciano		10		96		255	3
	Marina Santoro	3	70	2	153	2	677	9
	José Luis Zerillo		25		68	3	589	2
	Manino Iriart		20		45		92	19
	Balut Tarifa Arenas		15		58		257	4
	Mario Rodríguez	3	71		74		51	0

Fuente: Cepei Comunicación - Mayo 2019

Por último, más allá de la cantidad de fans o seguidores, y de la cantidad de publicaciones (nivel de actividad), existen algunos indicadores que consideramos aún más importantes que los anteriores: 1) El nivel de participación o interacción, 2) la calidad (nivel de apoyo) de los seguidores y 3) la predisposición de los candidatos a responder también a las críticas.

Analizando el indicador de Participación, o sea cuantos fans son activos, reacciones, interactúan con las publicaciones tomando como base el total de fans o seguidores, encontramos que solo 4 políticos, tienen altos porcentajes de interacción en sus publicaciones.



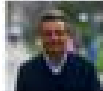
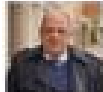

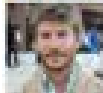



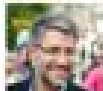



El diputado provincial Maxi **Abad** con 7,2%, el referente de Nuevo Encuentro José Luis **Zerillo** con 3,2%, y los actuales Concejales **Balut** Tarifa y Ariel **Ciano** con 3,5% y 1,6% respectivamente.

Estos números son muy positivos, aunque en el caso de Maxi Abad, si analizamos el contenido de las interacciones y de los comentarios, verificamos que más del 60% de las mismas son interacciones negativas. Esto puede suceder cuando se realizan acciones patrocinadas para incrementar el alcance, se sale de los seguidores “orgánicos” fieles y militantes y entramos en la esfera de los vecinos o ciudadanos apartidarios. De nada sirve realizar campañas patrocinadas pagas, llegar a 50.000 personas y recibir una catarata de quejas y comentarios negativos con palabras poco amenas para el candidato.

Otros candidatos con un índice de participación por debajo del 1%, deberán reevaluar su estrategia de contenido, porque podrán tener muchos seguidores en la página, pero un bajo índice de participación, no es algo positivo.

Respecto al Nivel de Apoyo. No todos los políticos generan las mismas reacciones. Tenemos políticos con bajo nivel de apoyo (inferior al 40%): Abad y Bonifati se ubican con este indicador. Otros candidatos tienen nivel de apoyo medio o dividido mitad y mitad entre comentarios negativos y positivos. Este es el caso de Montenegro, Baragiola y Ciano. Y también encontramos otro grupo de candidatos que por lo menos en sus redes sociales, son más queridos o menos criticados. Se destacan con nivel muy alto de apoyo (entre sus seguidores), Gustavo Pulti, Marina Santoro y José Luis Zerillo (interacciones positivas en un 80%).

Por último, pero como punto más importante de todos, analizamos el nivel de respuesta. Son muy pocos los políticos que logran realmente preocuparse por responder e interactuar con la gente. Es fácil promocionar una publicidad y realizar acciones en redes sociales. Lo difícil es aceptar las reglas de juego y responder los comentarios de las personas, buenos o malos. En este caso **solo 2 políticos tienen el pulgar en alto**, El ex Intendente Gustavo **Pulti** y el actual senador provincial **Manino** Iriart. El resto tienen una asignatura pendiente que seguramente enriquecerá la democracia ya que en la divergencia también nos enriquecemos todos.

RANKING DE CALIDAD SEGÚN PARTICIPACION, NIVEL DE APOYO Y NIVEL DE RESPUESTA (FACEBOOK)					
		Porcentaje de Participación		Porcentaje de Apoyo en comentarios	Responde las críticas o preguntas?
	Guillermo Montenegro		0.82%	medio	no
	Fernanda Raverta		0.69%	alto	no
	Gustavo Pulti		0.52%	muy alto	si
	Carlos Arroyo		0.12%	alto	no
	Maxi Abad	1	7.20%	bajo	no
	Santiago Bonifatti		0.12%	bajo	no
	Vilma Baragiola		0.34%	medio	no
	Ariel Ciano	3	1.62%	medio	no
	Marina Santoro		0.42%	muy alto	no
	José Luis Zerillo	2	3.47%	muy alto	no
	Manino Iriart		0.40%	alto	si
	Balut Tarifa Arenas	2	3.52%	alto	no
	Mario Rodríguez		1.00%	alto	no

Fuente: Cepei Comunicación - Mayo 2019

Aspectos positivos de la nueva era digital

- Que las redes sociales enriquezcan el sistema democrático a partir de su capacidad de igualar recursos comunicacionales,
- Equiparar el poder entre grandes y chicos. Que todas las fuerzas políticas puedan dar a conocer sus plataformas valores e ideológicas independientemente de sus presupuestos de campaña.
- Generar un espacio de encuentro, diálogo, argumentación, contraste enriquecedor y, eventualmente intercambio respetuoso de ideas aún en las diferencias.

Los riesgos

- 1) **La democracia es debate.** Hoy no se concibe una campaña electoral en una democracia madura sin, al menos, un debate entre los principales contendientes. La generalización de las campañas en las redes sociales permite a los candidatos obviar esta condición democrática esencial. Bolsonaro, por ejemplo, se ha permitido el lujo de no hacer un solo debate con sus rivales.
- 2) **Las noticias falsas o Fake news.** Muchas veces recibimos, reenviamos e iniciamos discusiones como fanáticos, sin detenernos a analizar, Cuándo? Quién? Cómo?Cuál es la fuente?. En este sentido se hace mucho daño a la verdad. "Es lo que decía Goebbels: miente, miente, que algo queda".

El desafío para los ciudadanos.

Discriminar entre toneladas de información digital, seleccionar y priorizar la información que nos permita conocer quiénes son los candidatos y posteriormente representantes. Qué hicieron en el pasado? Cómo piensan? Qué hacen y finalmente qué hicieron? Esta postura comprometida de la ciudadanía elevaría el nivel y la calidad democrática.

En definitiva las redes sociales suponen una oportunidad muy interesante para fortalecer y mejorar la eficacia en el trabajo político y electoral, la sociedad y la democracia en su conjunto. Son una herramienta muy útil, depende de cómo las usemos y de nuestra responsabilidad como ciudadanos.

Referencias Metodológicas

Nivel de Actividad: Cantidad de acciones publicaciones en el mes. Relevamiento Mayo 2019.

Porcentaje de participación: % de me gusta en publicaciones respecto al total de seguidores

Porcentaje de apoyo: es analizado en base a la proporción de los comentarios en las últimas 5 publicaciones del mes de mayo. Bajo (menos de un 40% de comentarios positivos). Medio (entre 41 a 60%). Alto (entre 61 y 80%). Muy alto (81 o más)

Gabriel Sapienza

Licenciado en Ciencia Política UBA. Magíster en Metodologías de Investigación UC Milán.

Director de la Consultora CEPEI