



ESTUDIO

# Elecciones 23J

#POSICIÓN POLÍTICA

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS



internetrepública



# ¿Por qué un estudio de política?

**Somos una agencia especializada** en SEO, SEM, Paid Media, Redes Sociales y Estrategia Digital en Internet.

**Tenemos la experiencia** para analizar la red, buscar tendencias para nuestros clientes y entender el comportamiento del usuario.

En el contexto político en el que nos encontramos, los sondeos electorales no son suficientes para entender los nuevos fenómenos. Hace falta indagar en la evolución del interés por los partidos a lo largo del tiempo, el consumo de los usuarios en la red y cómo funcionan los nuevos mecanismos de captación de votantes de los partidos.

Realizamos una foto fija de los partidos políticos en la intención de búsqueda Google y su presencia en redes sociales, y cómo se comportan los usuarios ante los mismos, para poder identificar patrones, comprender cómo los usuarios adoptan nuevas corrientes políticas o cambian el sentido de su voto.

Todo realizado desde la independencia que nos caracteriza como analistas de Internet, **sin entrar ni en el fondo ni en la forma de los discursos políticos.**





# Índice

01	.....	Metodología
02	.....	¿Qué partido político domina internet?
03	.....	¿Qué partido se desenvuelve mejor en redes sociales?
04	.....	Interés por territorios
05	.....	Debate
06	.....	Voto por correo
07	.....	Conclusiones



ELECCIONES GENERALES

# Metodología

01



FUNDIDO CON CAÑONES TOMADOS AL ENEMIGO EN LA GUERRA DE AFRICA  
EN 1860.

# Metodología



**Este estudio NO es una encuesta electoral.**

No se ha preguntado a los usuarios por su intención de voto.

Los datos son públicos y fácilmente pueden ser obtenidos por cualquier ciudadano.

Se trata de realizar un barómetro del interés de los usuarios en cuanto a búsquedas de los partidos políticos en Internet y su actividad en las redes sociales, de cara a dar una foto adicional a la ofrecida por las encuestas electorales.

El estudio está comprendido entre el 29 de mayo —coincidiendo con la convocatoria de elecciones— y el 9 de julio de 2023, a excepción del análisis del debate (apartado 5).

Las herramientas utilizadas se enmarcan en el ámbito del SEO y Redes Sociales, siendo Google Trends, Google Ads y Digimind las principales.

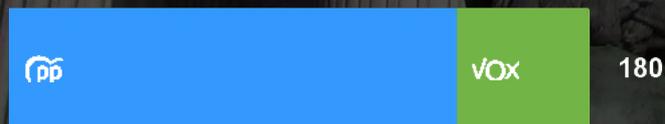


# Partidos políticos analizados

Según el promedio de sondeos de [DatosRTVE](#), los partidos que habrían conseguido más escaños son PP, PSOE, Vox y Sumar, respectivamente.

Por consiguiente, el estudio se centra en estas cuatro formaciones.

## Mayorías tras las elecciones



Escaños totales: 350 | Mayoría: 176

## Reparto de escaños



# Resultados electorales

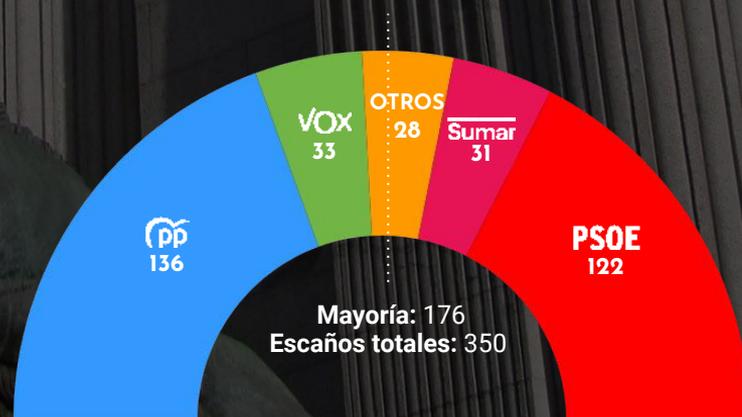
El PP ha sido el partido más votado pero no podrá pactar con VOX por no llegar a la mayoría absoluta. El PSOE necesitará el apoyo de Sumar y de otros partidos si quiere gobernar.

Suma de escaños



Escaños totales: 350 | Mayoría: 176

Reparto de escaños





ELECCIONES GENERALES

# ¿Qué partido político domina internet?



# Internet es el trasunto de los sondeos

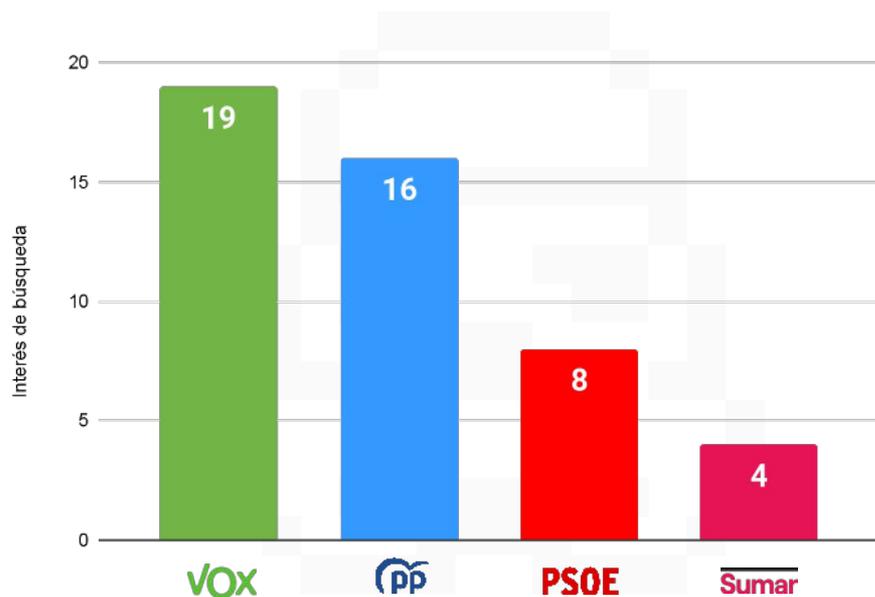


## Interés de búsqueda

La primera gráfica de Google demuestra que Vox y el Partido Popular tienen un promedio de búsqueda superior a sus adversarios ideológicos, coincidiendo con los últimos sondeos.

## Desglose geográfico

En toda España los partidos conservadores copan el porcentaje de búsquedas más alto, sin dejar espacio a la izquierda en ninguna comunidad autónoma.



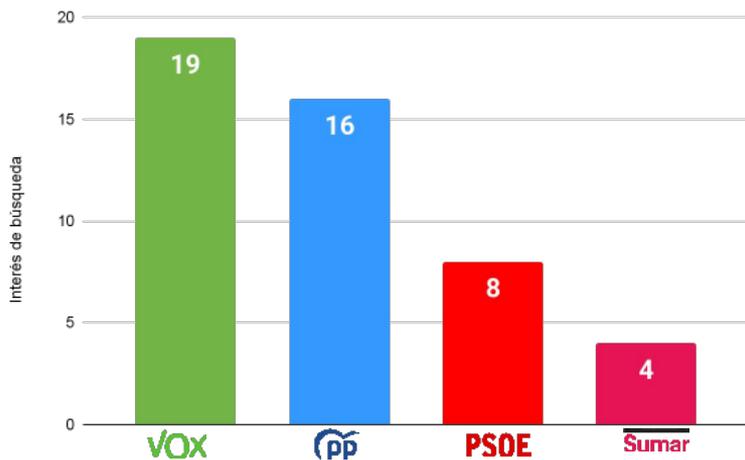
# VOX se deshincha y el PSOE sube



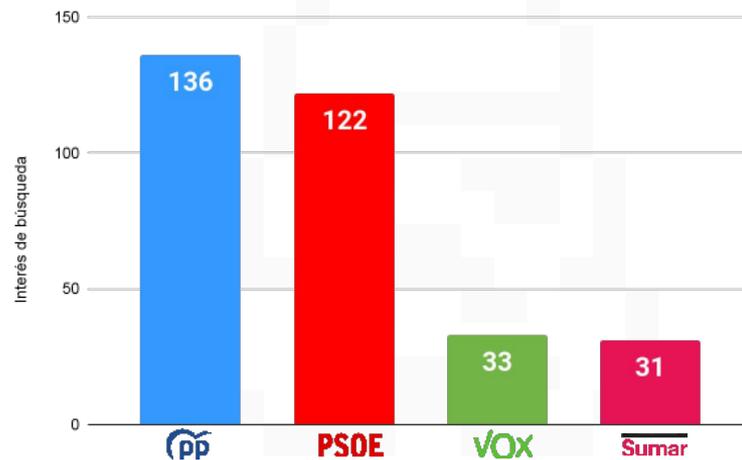
## Comparativa con las elecciones

De ser el partido más buscado, Vox desciende al tercer puesto en cuanto llegan las votaciones. Por el contrario, el PSOE que no suscitó demasiado interés, acaba como segunda fuerza con 122 escaños. Por otra parte, una fuerza como Sumar que no tuvo especial repercusión en Internet, se mantiene en el lugar presagiado.

Interés de **búsqueda** antes de las elecciones



Resultados **elecciones**



# Tintes de bipartidismo



## Comparativa con las elecciones

Si PP y Vox teñían el país de verdiazul, con el escrutinio se ha visto que España sigue teniendo tendencia bipartidista, en cuanto a mayorías de voto. Prácticamente todos los territorios donde se buscaba a Vox han pasado a ser del PP, a excepción de Cataluña, Las Palmas, Navarra y el País Vasco. De la misma forma, el PSOE le ha arrebatado Extremadura al PP.

Interés de **búsqueda** antes de las elecciones



Resultados **elecciones\***



\*Comparativa entre los cuatro principales partidos

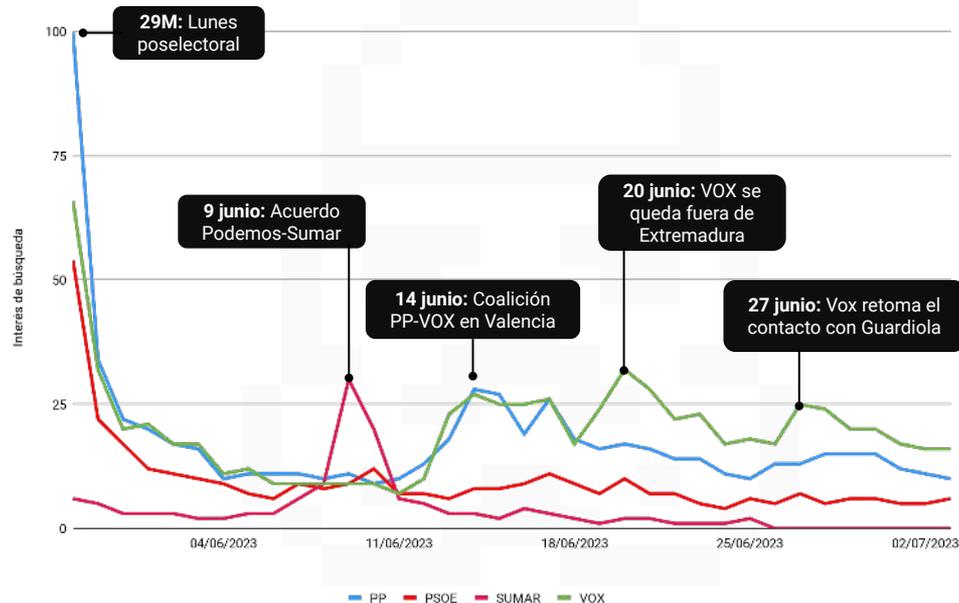
# Los pactos interesan



## El 28M influyó en las búsquedas

Las victorias del PP y VOX en la mayoría de territorios en las elecciones autonómicas dieron que hablar durante las semanas siguientes. **Los pactos** que debían llevarse a cabo  **fueron motivo para aumentar el nivel de búsquedas de ambos partidos**, siendo la Comunidad Valenciana y Extremadura los más atrayentes a causa de las polémicas.

El dominio de liberales y conservadores disminuyó, excepcionalmente, a raíz del acuerdo entre Podemos y Sumar para ir juntos a las generales. No corrió tanta suerte el PSOE que **ni siquiera el ascenso de Jaume Collboni a la alcaldía de Barcelona fue suficiente para influir en los usuarios.**



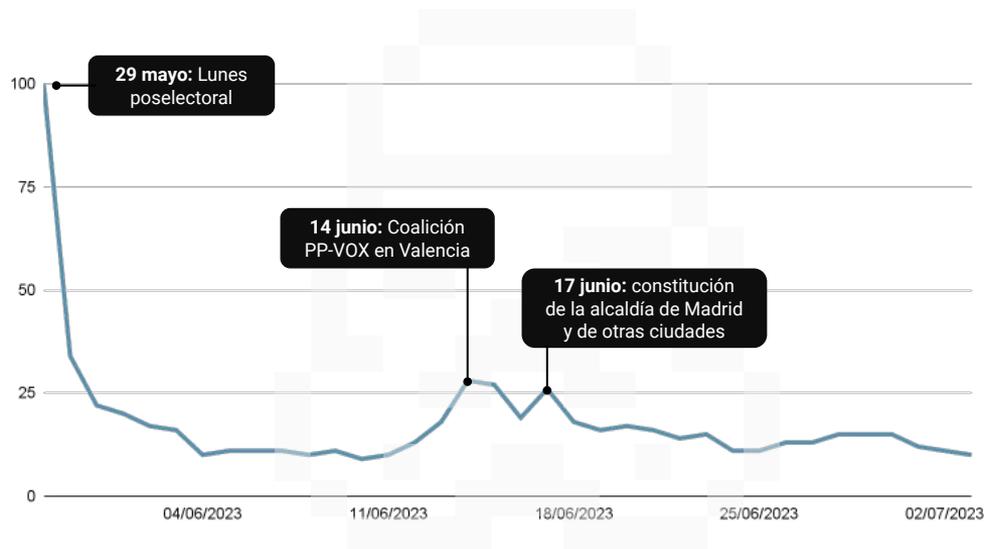
# El PP sale beneficiado



## Búsquedas del partido

Los resultados de las autonómicas le ha permitido al PP vivir de las noticias referentes a los pactos y a las constituciones de sus alcaldías.

Así sucedió el [14 de junio](#) en Valencia cuando comenzaron los repartos de las consellerías y VOX quedó apartado de la de Educación. O el 17 de junio cuando se hizo con la [alcaldía de Jaén](#) y tomó el mando en 115 municipios de la [Comunidad de Madrid](#).



# Los progresistas todavía tienen algo que decir

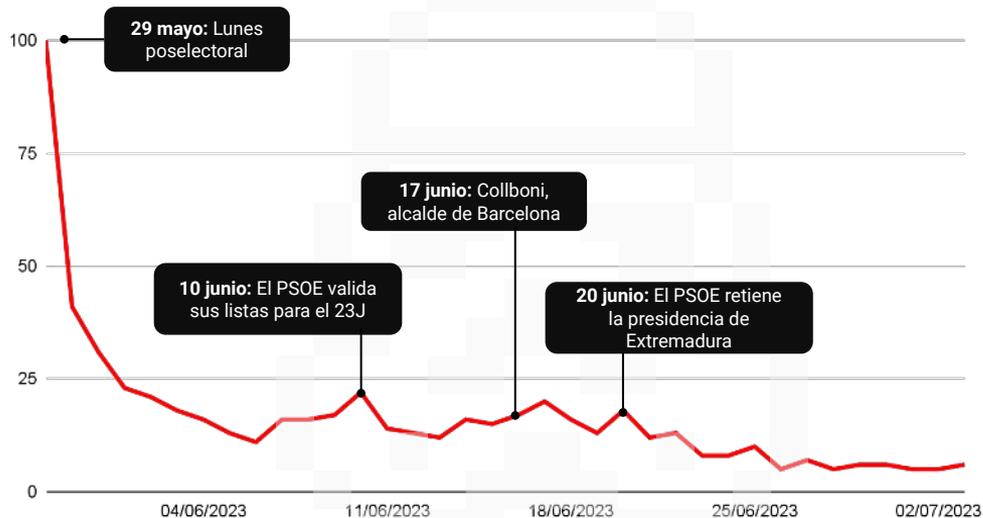


## PSOE

### Búsquedas del partido

A pesar de ser menos buscado que sus rivales, **el PSOE resiste y se hace fuerte a través de noticias que revalidan su posición en el Gobierno** y las autonomías.

Comenzó el [10 de junio](#) con el anuncio de las listas para el 23J, se fortaleció cuatro días más tarde se fortaleció tras el nombramiento de [Jaume Collboni](#) como alcalde de Barcelona y concluyó el [20 de junio](#) con la presidencia de la Asamblea de Extremadura ante la falta de acuerdo entre PP y Vox.



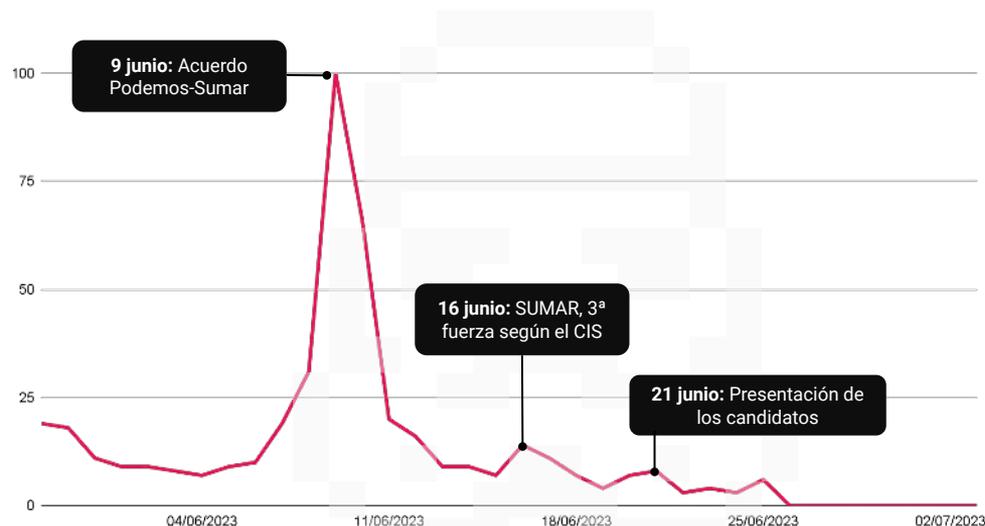
# Solo interesa el acuerdo con Podemos



## Sumar

### Búsquedas del partido

Solo el acuerdo del [9 de junio](#) entre Podemos y Sumar interesó a los usuarios, porque otras noticias como la del [16 de junio](#) que situó al flamante partido en tercera posición para las elecciones o la presentación de sus candidatos del [21 de junio](#), no tuvieron repercusión.



# ¿Mucho ruido y pocas nueces?



## VOX

### Búsquedas del partido

Sin duda, VOX es el partido que acapara mayor intención de búsqueda por parte de los usuarios españoles. **Una noticia de una coalición tiene más impacto en VOX que en cualquier otro partido.** Bien lo ejemplifica el pacto del [14 de junio](#) en Valencia, su expulsión de la Asamblea de Extremadura del [20 de junio](#), y la carga de Yolanda Díaz durante el [25 de junio](#) alegando que el PP y Vox hacen campaña en toda España en contra de Catalunya.

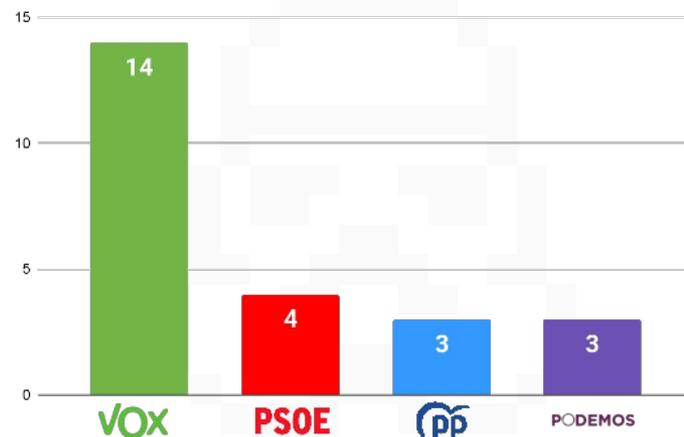
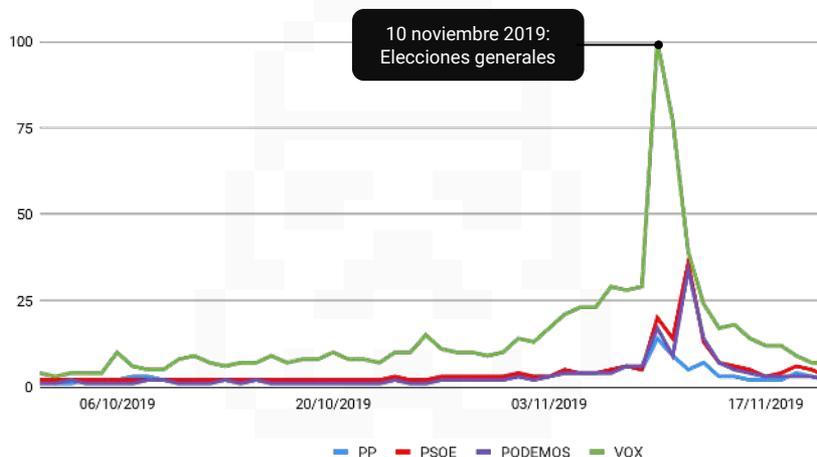
Ahora bien, **su poderío en Internet no se ha materializado en las urnas**, porque no ostenta una mayoría, tampoco es la máxima representación de la derecha, ni es clave a la hora de pactar.





## El hundimiento del PP

Los resultados de Google en 2019 se aproximaron a lo acontecido en las elecciones del [10 de noviembre](#) de ese mismo año. El PSOE fue el partido ganador en votos, el segundo más buscado *online*. VOX, aunque fuese la tercera fuerza política, con 50 escaños consiguió un ascenso notable teniendo en cuenta sus precedentes y cumplió con las premisas de Google. En cambio, PP y Podemos sufrieron una caída, sobre todo el grupo morado que en estos últimos años se ha visto desplazado por Sumar.

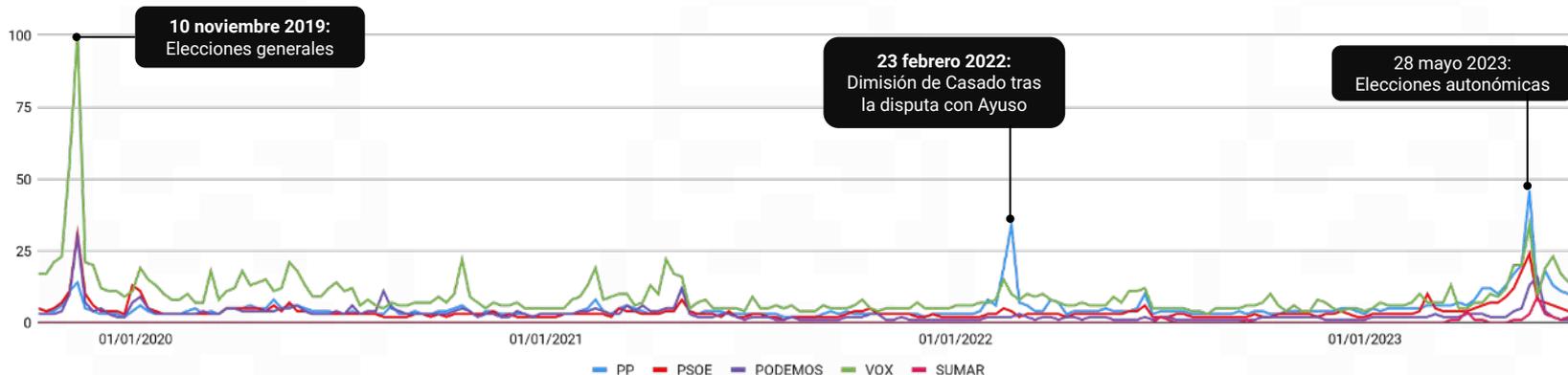


# Evolución desde el 10N de 2019



## Sin cambio de paradigma

Durante los últimos 4 años, VOX ha mantenido su hegemonía en cuanto a búsquedas y el PP ha recuperado el interés perdido. El PSOE ha bajado un puesto en Google, que no ha repercutido en las elecciones.

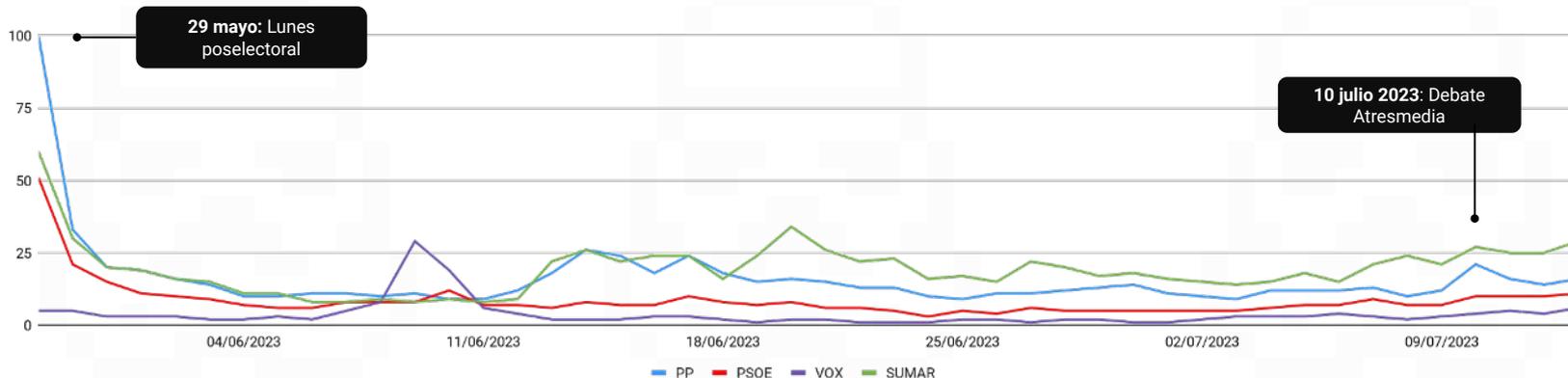


# Influencia del debate



## Nada nuevo bajo el sol

El cara a cara de Atresmedia casi no varió la intención de búsqueda: VOX y PP crecieron mínimamente el 10 de julio, para descender la jornada siguiente. Ni el PSOE ni Sumar se vieron beneficiados.



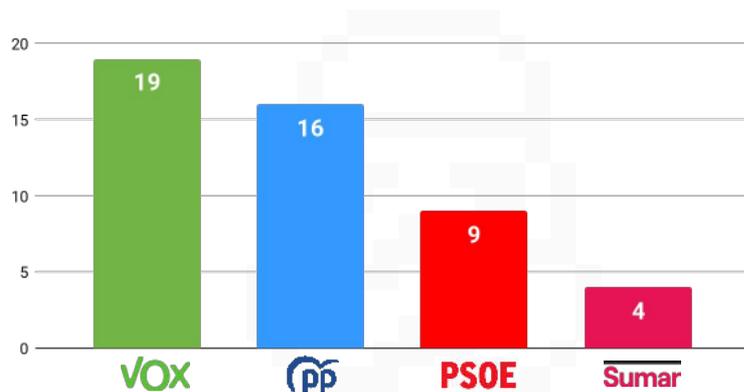
# Influencia del debate



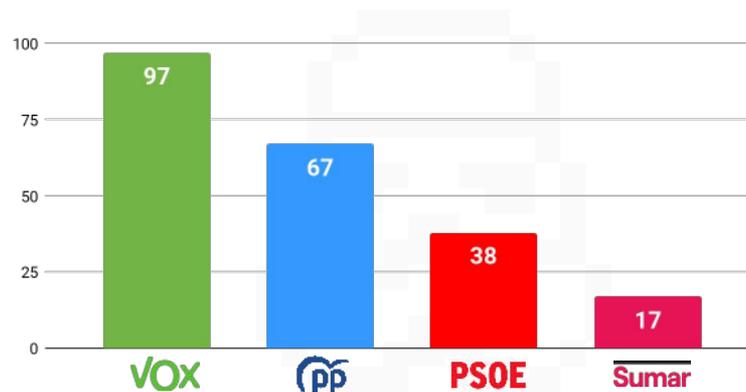
## Volúmenes de búsqueda

En relación a lo mencionado anteriormente, la comparativa de volúmenes de búsqueda revelan que el día anterior y posterior al debate Vox fue el grupo político que interesó a los usuarios. La participación de Pedro Sánchez no influyó en las búsquedas.

**Búsqueda** del 29 de mayo al 11 de julio



**Búsqueda** del 10 al 11 de julio





ELECCIONES GENERALES

¿Qué partido  
se desenvuelve  
mejor en redes  
sociales?



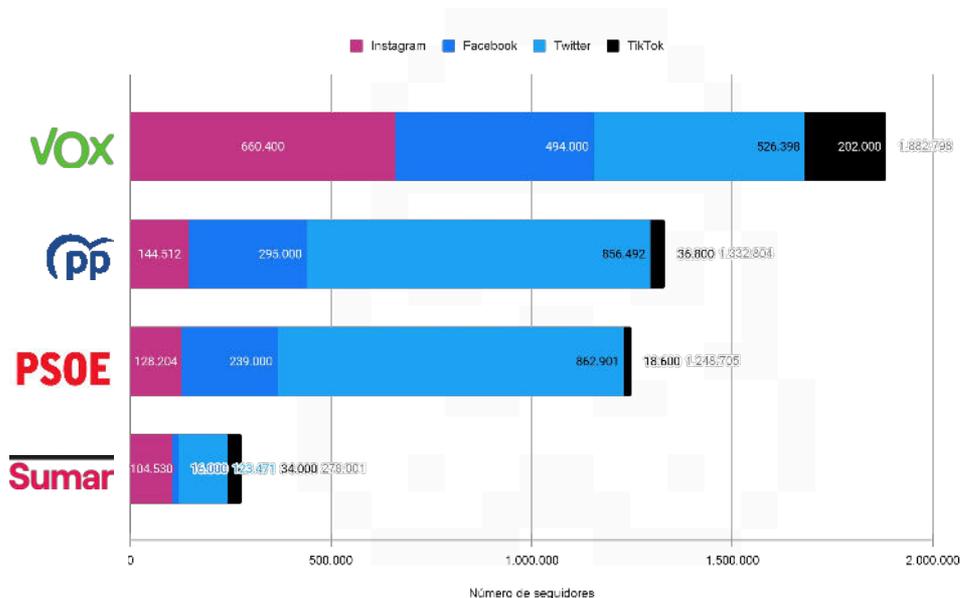
# Los conservadores modernos



## Seguidores en redes sociales

El partido conservador resulta tener más seguidores que el resto. **Mientras que la mayor parte de sus contrarios concentra su comunidad en Twitter, VOX lo hace en Instagram** con aproximadamente 660.000 seguidores. Un claro indicio de cuál es su estrategia de captación y su segmento de votantes.

**Sumar tiene una comunidad menor debido a su corto tiempo de vida.** Pero no solo tiene margen de progresión, sino que también, como se irá desgranando, en redes sociales no todo se basa en el número de *followers*.

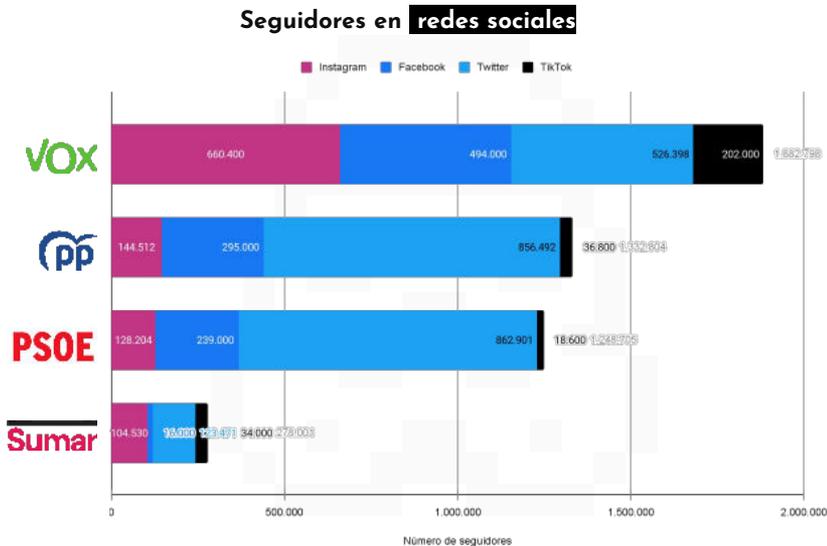




# Vox atrae un 62% de votantes a través de las RR. SS.

## Comparativa de seguidores y votos

El 62% de los votantes de VOX, probablemente, también es un seguidor de las redes sociales del partido. Un porcentaje muy alto comparado al 16% del PP y PSOE, y el 9% de Sumar. El partido de Abascal saca rédito de sus perfiles digitales, pero fuera de ese entorno solo atrae un 38% de votantes, mientras que PP y PSOE atraen un 84% y Sumar un 91%.



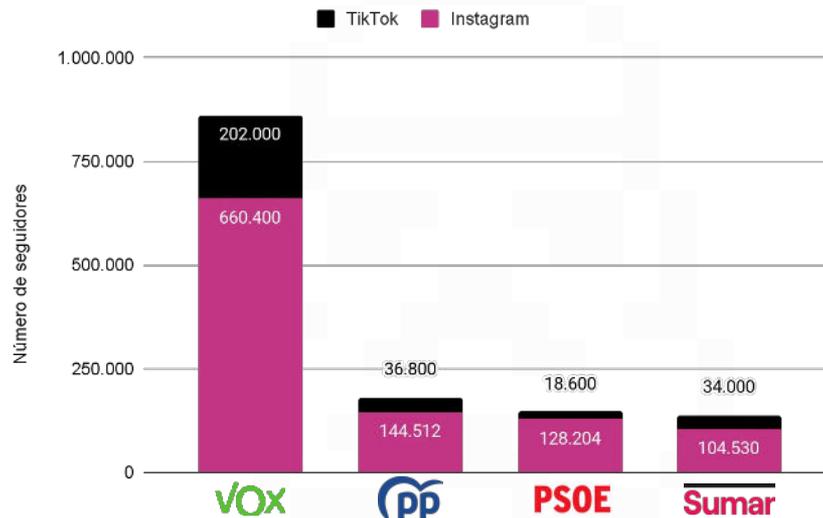
# Excepto VOX, los partidos políticos se olvidan de los jóvenes



## Seguidores en redes sociales

La diferenciación estratégica de VOX reside en apostar por las redes sociales dirigidas a los jóvenes. En este aspecto ha habido una profesionalización en adaptar sus mensajes a los formatos de esta plataforma y ofrecer un contenido diario que conecte con la juventud.

El gran reto de las demás formaciones es ganar terreno en las nuevas plataformas, y especialmente el PSOE debe trabajar en ello, pues la comunidad de Sumar ya aventaja a los de Pedro Sánchez en TikTok.



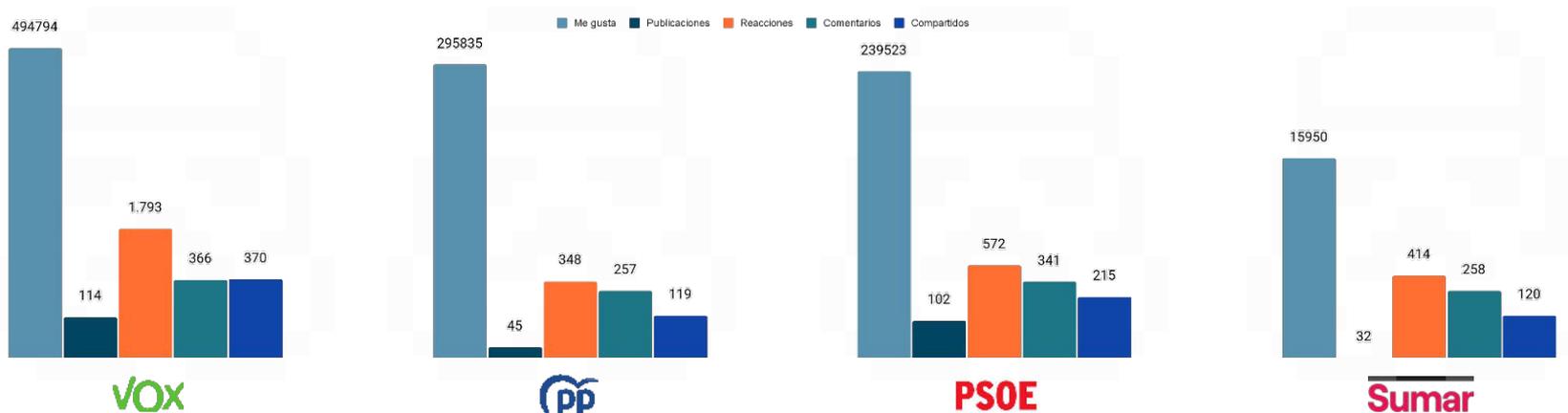
# Todo a lo tradicional



## Interacciones en Facebook

En Facebook, además del tamaño de la comunidad, valoramos otros factores como las reacciones, los comentarios y los compartidos.

- VOX, obtiene un alto grado de likes y reacciones que ninguna otra facción política supera.
- El PP y el PSOE tienen resultados muy similares. Los derechistas ganan en likes y los izquierdistas en comentarios y compartidos.
- Sumar con una comunidad inferior demuestra estar muy cerca de PP y PSOE.

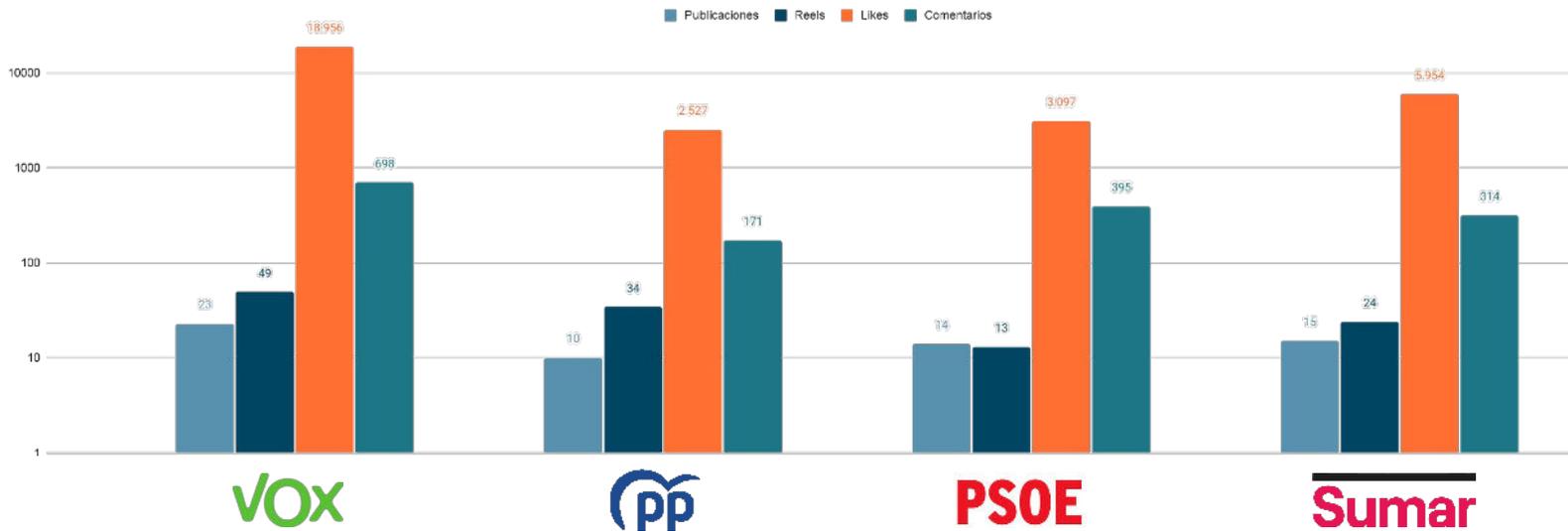


# Sumar se desenvuelve mejor en Instagram



## Interacciones en Instagram

La lealtad y el compromiso de los seguidores de **Sumar** se manifiesta en estos gráficos, con **menos seguidores rebasa al PP y al PSOE en likes**.

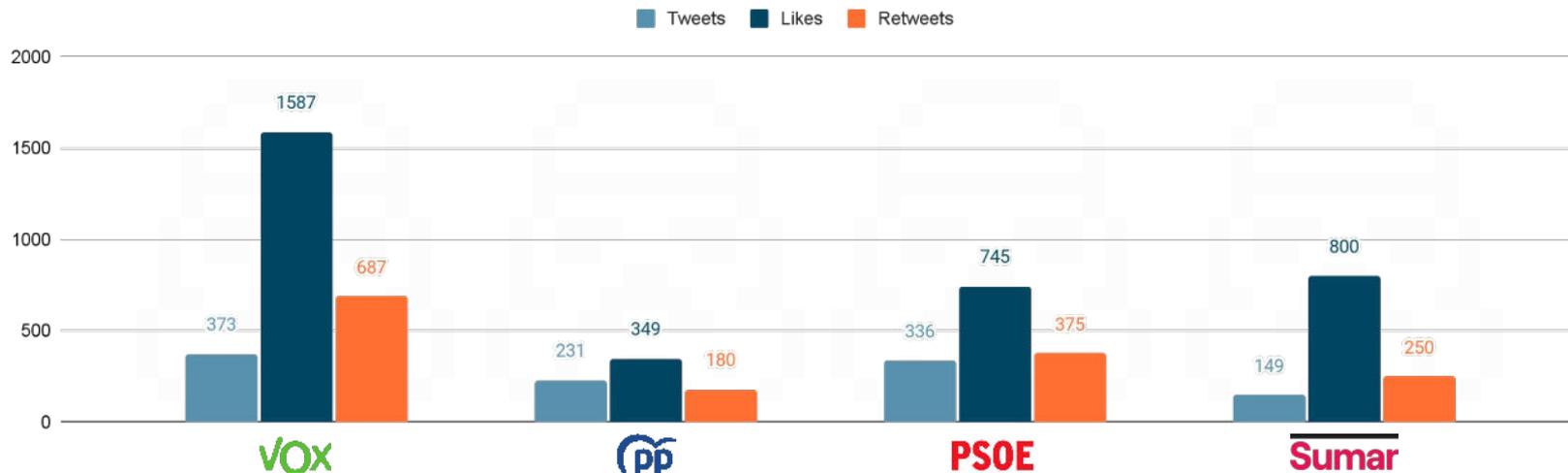


# Al PP se le escapa Twitter



## Interacciones en Twitter

Incluso sin ser la plataforma principal de VOX, en Twitter perdura su elevada influencia. Al contrario, **el PP con 295.000 seguidores se queda por detrás del PSOE (239k seguidores) y de Sumar (123k seguidores)** que ostenta el segundo puesto en likes y el tercero en retweets.

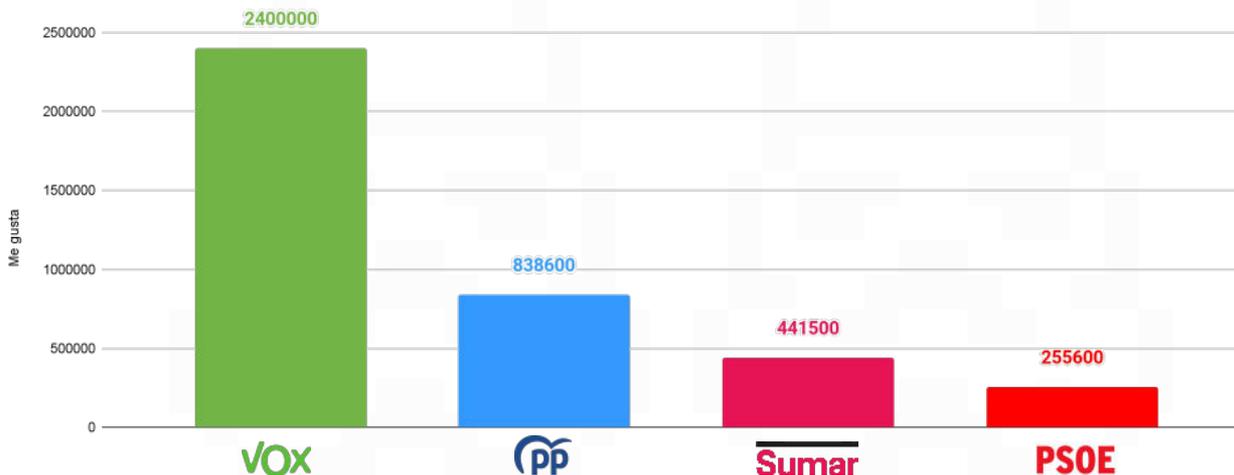


# El PSOE se aleja de sus juventudes



## Interacciones en TikTok

El futuro de España usa TikTok. Un dato que al PSOE todavía no preocupa viendo los pocos esfuerzos depositados en la plataforma de los vídeos. Su competidor directo Sumar, en menos tiempo dobla su tasa de interacción, y su indiscutible adversario, el Partido Popular, la triplica.

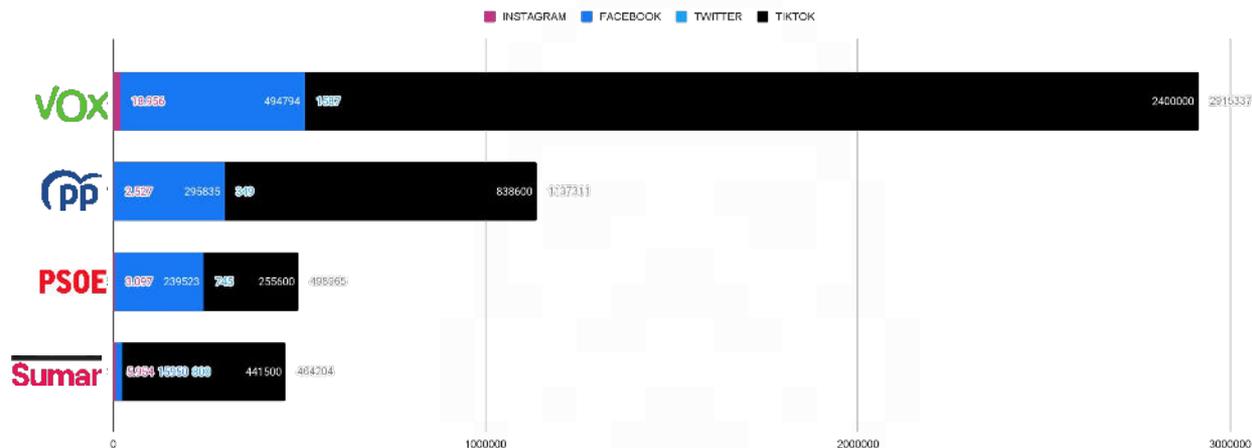


# El contenido de la derecha gusta más que el de la izquierda

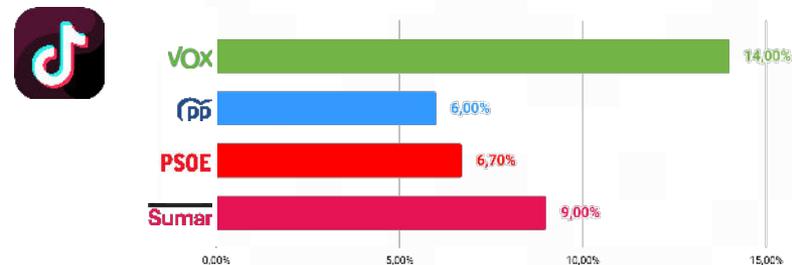
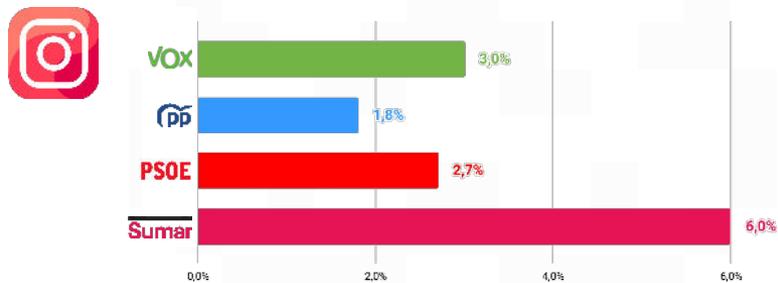
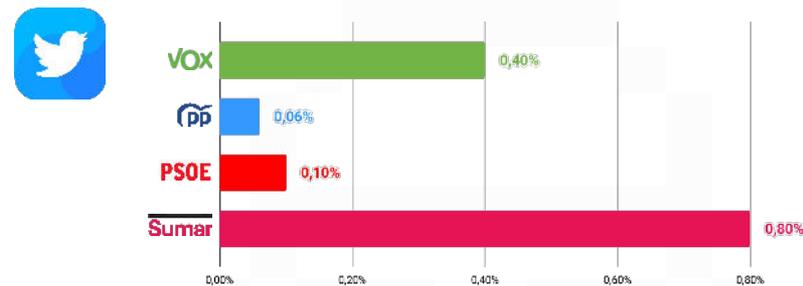


## Likes totales

Las estadísticas de likes resumen el balance de las redes sociales, siendo VOX la organización que más apoyo tiene, seguido del PP con mucha distancia, y en tercera posición el PSOE, conminado por la emersión de Sumar.



# Engagement



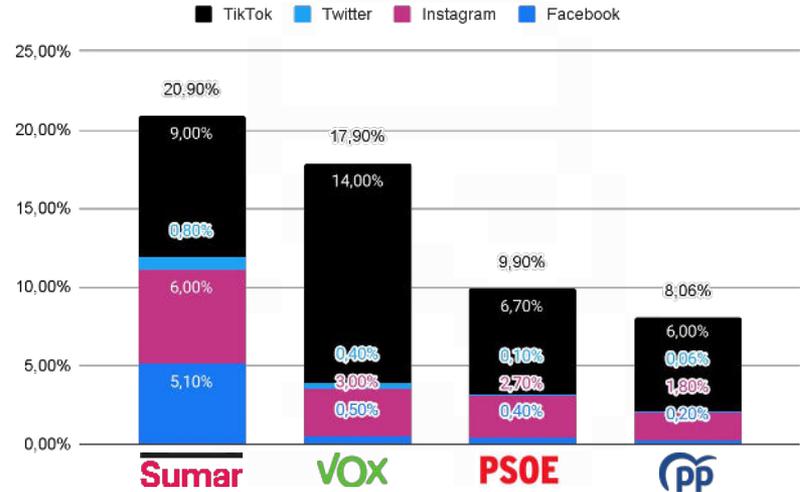
# Sumar conecta mejor que el resto de partidos



## Engagement por partidos

A pesar de tener menos seguidores y likes, **Sumar ha conseguido un rendimiento óptimo en sus publicaciones. Con un engagement acumulado del 20%, sus votantes muestran una involucración por encima de la del PSOE y PP, ambos por debajo del 10%. Únicamente comparte parangón con VOX, situándose a una distancia de 3%.** Ambas formaciones políticas ostentan la comunidad de seguidores más comprometida con el contenido.

Por lo tanto, podemos concluir que **los partidos nuevos tienen un poder de afiliación mayor a la de los dos clásicos.**



# La generación Z importa

## Otras formas de acercarse a la juventud

Mientras que partidos como Vox y Sumar se hacen fuertes en TikTok e Instagram, el PSOE ha redirigido su estrategia para llegar a los jóvenes de una manera distinta, apareciendo en los contenidos que consumen a diario.

Ese ha sido el caso de Pedro Sánchez cuya asistencia al podcast “La Pija y la Quinqui” ha producido muy buenas sensaciones. Con su tweet anunciando su participación en el programa, ha obtenido un alcance de 5,3 millones y un rango de retweet por encima de los 8 mil, las cifras más elevadas durante su campaña electoral. De este modo, se demuestra **la importancia de colaborar con creadores de contenido influyentes para generar impacto**, repercusión, viralidad y crear vínculos con la juventud..





# Interés por territorio



04



# Los candidatos son de pueblo

## Benicàssim apuesta por Pedro Sánchez

El presidente del Gobierno ha dejado huella en la Comunidad Valenciana, siendo Castellón la provincia con mayor entusiasmo por su figura. Además, la aparición de Lugo demuestra que también ha tenido una presencia importante en el territorio de su adversario Feijóo.

## Galicia apoya a su paisano Núñez Feijóo

En el otro extremo de la península, el líder del PP despierta pasiones en su tierra natal, particularmente, Cambadas, Vigo y Nigrán son los municipios donde más se busca su nombre.

### Interés por **Pedro Sánchez**

- 1º Benicàssim (Castellón)
- 2º Vall de Uxó (Castellón)
- 3º Oliva (Valencia)
- 4º Pozuelo de Alarcón (Madrid)
- 5º Lugo (Galicia)



### Interés por **Feijóo**

- 1º Cambados (Pontevedra)
- 2º El Bolao (Cantabria)
- 3º Torredolones (Madrid)
- 4º Vigo (Galicia)
- 5º Nigrán (Vigo)



# Los candidatos son de pueblo

## El omnipresente Abascal

Desde Canarias, pasando por la península ibérica, hasta la isla de Menorca; Santiago Abascal genera interés en todo el país y su figura alcanza otras zonas menos pobladas como León.

## Yolanda reafirma sus raíces

La vicepresidenta segunda del Gobierno de España es muy buscada en Redondela, un municipio situado a 160 km de Fene, La Coruña, su lugar de nacimiento.

### Interés por **Santiago Abascal**

- 1º El Viso del Alcor (Sevilla)
- 2º Maó-Mahón (Menorca)
- 3º Monforte de Lemos (Lugo)
- 4º Astorga (León)
- 5º Arusca (Las Palmas)



### Interés por **Yolanda Díaz**

- 1º Redondela (Pontevedra)
- 2º Lorca (Murcia)
- 3º Astorga (León)
- 4º Arucas (Las Palmas)
- 5º Astillero (Cantabria)



# Los territorios de cada partido

## VOX crece en Ceuta

Una de las ciudades estratégicas de España, ligada al debate de la inmigración, se posiciona como la que más busca a VOX, un partido político que basa su mensaje en la protección de las fronteras.

## Reparto distinto a las elecciones

Teniendo en cuenta los resultados de las pasadas elecciones autonómicas, vemos que a excepción de Melilla, donde el PP repite mandato, Ceuta, Extremadura y Asturias están gobernadas por formaciones diferentes a las búsquedas de internet.

## ¿Dónde se busca más a cada partido?



Melilla  
Gobierno: PP



Ceuta  
Gobierno: PP



## Sumar

Principado de Asturias  
Gobierno: PSOE

## PSOE

Extremadura  
Gobierno: PP con VOX



# Los territorios cambian

## El interés por Feijóo está en el sur

Pese a que el representante del PP es más buscado en el Galicia, es en Andalucía donde ha obtenido el mayor número de escaños (a causa de la diferencia de población).

## Y el de Sánchez en el norte

El presidente del Gobierno que en el ámbito digital es popular en la Comunidad Valenciana, en las urnas es en Cataluña donde ha obtenido bastantes escaños.

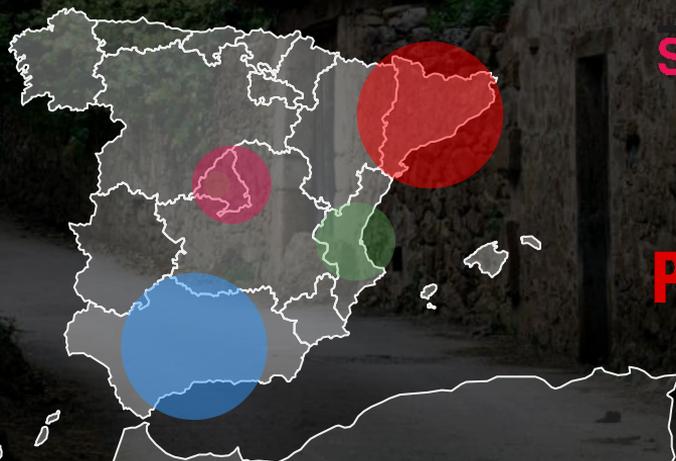
## ¿Dónde obtuvo más escaños cada partido?



Andalucía y C. Valenciana  
Escaños: 25 y 13



Andalucía y C. Valenciana  
Escaños: 9 y 5



## Sumar

Cataluña y Madrid  
Escaños: 7 y 6

## PSOE

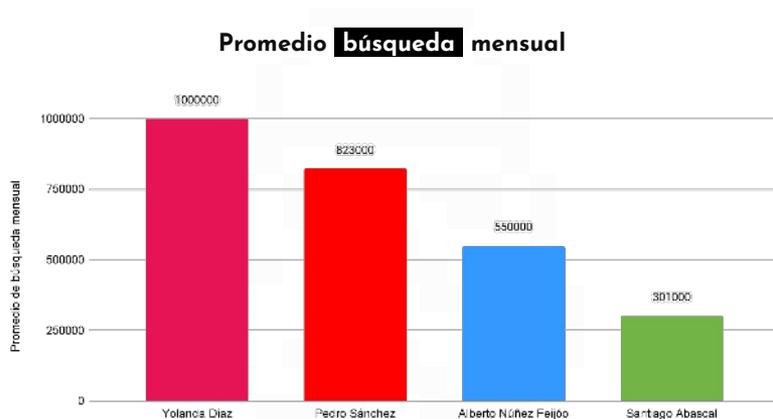
Andalucía y Cataluña  
Escaños: 21 y 19

# ¿Qué candidato es más buscado en España?



## Yolanda Díaz, la candidata más popular en España

Desde que se anunciaron las elecciones, Yolanda Díaz no ha dejado de crecer. Actualmente, es la candidata más popular, algo inédito en la historia de España teniendo en cuenta que jamás una mujer ha llegado a la presidencia en nuestro país.



# ¿Qué candidato es más famoso en Europa?



## Pedro Sánchez con mayoría absoluta en Europa...

En los países europeos se repite la tendencia de búsqueda. En primer lugar, como cabe esperar, el presidente Pedro Sánchez encabeza la clasificación; en segundo lugar, se sitúa la vicepresidenta segunda Yolanda Díaz y, en tercer lugar, empatado en algunas naciones como Francia o Alemania, Santiago Abascal.

Es en el país vecino Francia, que más búsquedas se recogen de los políticos, seguido de Italia y Portugal.

(Ver datos en el anexo)





# ¿Qué candidato es más famoso en el mundo?

## Y en el planeta

Pedro Sánchez lidera el promedio de búsquedas global, siendo Estados Unidos el país donde se ubica el foco de búsquedas.

La distancia respecto a sus oponentes es considerable, solo en Marruecos se le acerca Yolanda Día con una diferencia de 600 búsquedas.

(Ver datos en el anexo)



# Búsquedas de Yolanda Díaz, Abascal y Feijóo

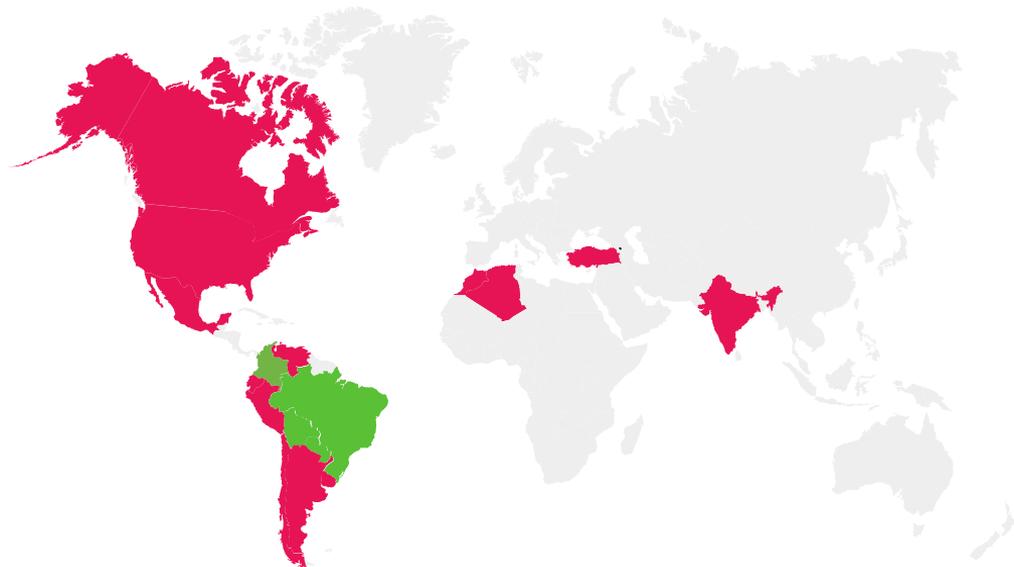


## Yolanda Díaz es más famosa en el mundo que Abascal y Feijóo

A sabiendas de que Pedro Sánchez es el político español más consultado en la red, se ha comparado a los otros tres representantes.

Salvo en Brasil y Colombia, donde Santiago Abascal acapara protagonismo, en el resto de los países analizados se impone Yolanda Díaz, sin dejar ninguna oportunidad a Feijóo.

(Ver datos en el anexo)





ELECCIONES GENERALES

# El debate

05





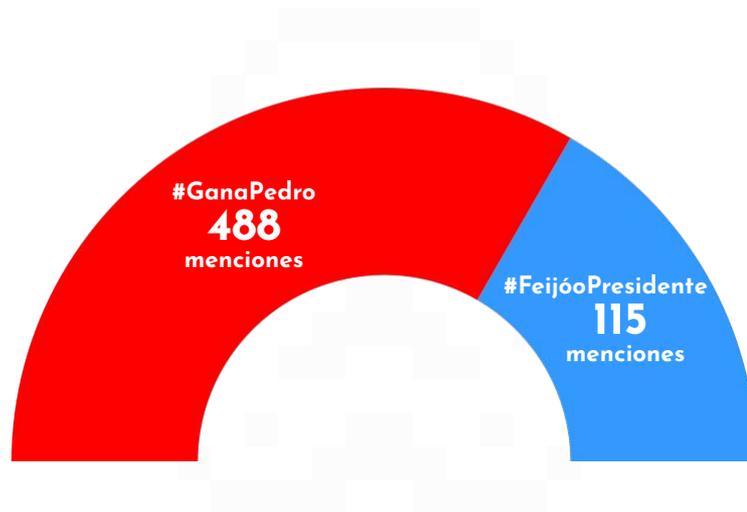
# ¿Quién ganó el debate según Twitter?

## #GanaPedro se impone a #FeijóoPresidente

Durante el debate de Atresmedia cada partido lanzó su hashtag en apoyo a su representante: #FeijóoPresidente y #GanaPedro.

Los socialistas registraron un apoyo contundente con 488 menciones, en gran medida gracias a repetir el hashtag a lo largo de la noche, junto a otros como #VotaPSOE, #EspañaAvanza y #Adelante, lo que ayudó en su difusión.

En cambio, el Partido Popular hizo excesivo hincapié en el hashtag #CaraACaraAtresmedia, en vez de centrarse en los propios.



Fuente: Digimind

Datos registrados desde el 10 de julio a las 10 p. m. hasta las 9 a. m. del 11 de julio.

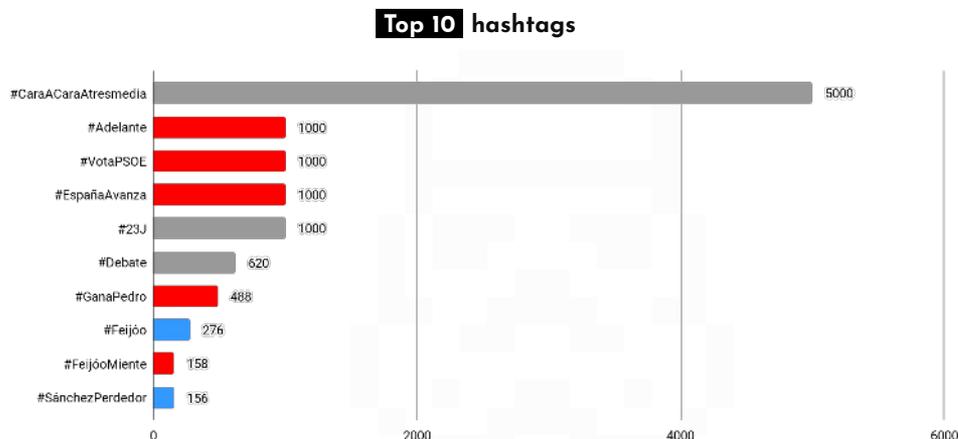
# La batalla del hashtag



## El PSOE ganó a través de la variedad

Al hilo del resultado anterior, el PSOE estableció una estrategia de diversificación de hashtag que le funcionó. Las barras rojas del gráfico corresponden a los hashtags en apoyo a los progresistas, seis en la clasificación por dos a favor del PP y tres neutro.

Por lo tanto, **el PSOE se coronó logrando un alcance elevado de sus mensajes.**



Fuente: Digimind

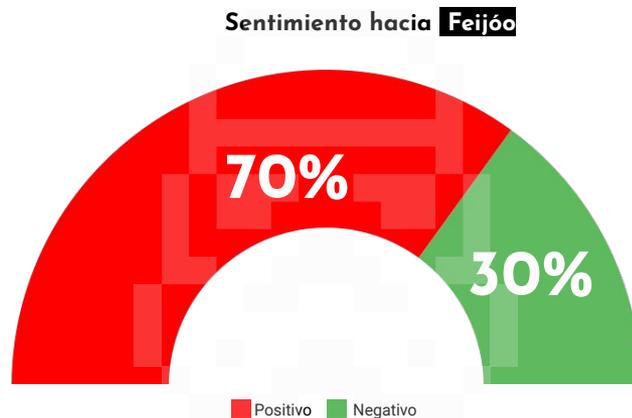
Datos registrados desde el 10 de julio a las 10 p. m. hasta las 9 a. m. del 11 de julio.



# ¿Qué sentimiento despierta cada candidato ?

## Sánchez se lleva el afecto de los usuarios

Durante el debate, Twitter fue recogiendo las reacciones de los internautas. Entre más de 6.000 menciones que fueron dirigidos directamente a los políticos, Pedro Sánchez recabó un sentimiento esencialmente positivo (56%); en contraste, Núñez Feijóo fue objeto de animadversión recibiendo un 70% de tweets negativos.



Fuente: Digimind

Datos registrados desde el 10 de julio a las 10 p. m. hasta las 9 a. m. del 11 de julio.

# Tweets con vídeos e imágenes destacados



## Minuto de oro de Pedro Sánchez

 **Pedro Sánchez**   
@sanchezcastejon

El #23J España se juega por primera vez si continúa avanzando como en los últimos 40 años, o si entra de la mano de Feijóo y Abascal en un túnel del tiempo tenebroso que no sabemos dónde acaba.

Por eso te pido que votes, con confianza y esperanza, al @PSOE.

[#Adelante](#) [#EspañaAvanza](#)



## Opinión del director de eDiarios

 **AlRojoVivo**  
@DebatALRojoVivo

El análisis de @iescolar sobre el #CaraACaraAtresmedia: "Una de las claves ha sido las numerosas mentiras de Feijóo".

[#CaraACaraARV](#)  [atres.red/znoqa20230](https://atres.red/znoqa20230)



# Tweets con vídeos e imágenes destacados



## Artículo de elDiario.es

 **elDiario.es**   
@eldiarioes

🗨️ Feijóo: “Teníamos un pacto de Estado (contra la violencia de género). Lo habíamos firmado todos, salvo Podemos.”

👉 Falso. Es justo al revés. El único partido que no está en ese pacto de Estado es Vox”  
[eldiario.es/escolar/fejoo...](https://eldiario.es/escolar/fejoo...) Por @iescolar

#CaraACaraAtravesMedia



## Opinión de un escritor y crítico literario

 **Rafael Narbona**   
@Rafael\_Narbona

En el debate, Sánchez no ha tenido su mejor día, pero al menos ha sido honesto. Feijóo ha mentido al hablar de energía, pensiones, empleo, paro, deuda pública y poder adquisitivo. Y se ha puesto de perfil al surgir el tema de la violencia machista.

Votar al PP es abrir la puerta a Vox y a un presidente inepto, falaz y manipulador. Abascal podría ser ministro. Ojalá ese escenario no llegue a materializarse. Adiós a la revalorización de las pensiones, los salarios y las leyes que protegen a las mujeres, los trabajadores, los inmigrantes, las personas LGTBI, las familias de víctimas del franquismo y la naturaleza. No está en juego la alternancia, sino la democracia.



# Tweets con vídeos e imágenes destacados



## Streaming de un activista contra la desinformación

**Julián Macías Tovar**  
@JulianMaciasT

Hemos estado un rato en @PandemiaDigital el #CaraACaraAtresmedia entre Pedro Sánchez y Feijóo y en menos de 20 minutos el candidato del PP ha lanzado 2 bulos sin despeinarse. Eran tan burdos que he echado de menos que Vallés y Ana Pastor aclarasen a la ciudadanía que mentía.

## Los tweets virales favorecen al PSOE

Los últimos tweets figuran entre los cinco primeros con más relevancia durante la noche del debate. Todos coinciden en respaldar a Pedro Sánchez y destacar los supuestos falsos argumentos de Alberto Núñez Feijóo.

Por consiguiente, **la viralidad de estos tweets revelan la victoria del líder socialista en el cara a cara de Atresmedia.**

# Top tweets candidatos

## El vídeo impera en las redes sociales

El primer elemento destacable de cada uno es la incorporación de un vídeo como apoyo a sus tweets. Actualmente, este formato es primordial en la difusión de mensajes y en la persuasión.

Por otra parte, ambos siguen la misma dinámica de objetar un elemento al adversario para reafirmar sus ideas.



### Tweet **Sánchez**

Reproducciones: 814,4 mil  
Retweets: 3.901  
Citas: 460  
Me gusta: 11,6 mil  
Guardados: 43



### Tweet **Feijóo**

Reproducciones: 1,3 M  
Retweets: 3.420  
Citas: 777  
Me gusta: 10,7 mil  
Guardados: 91

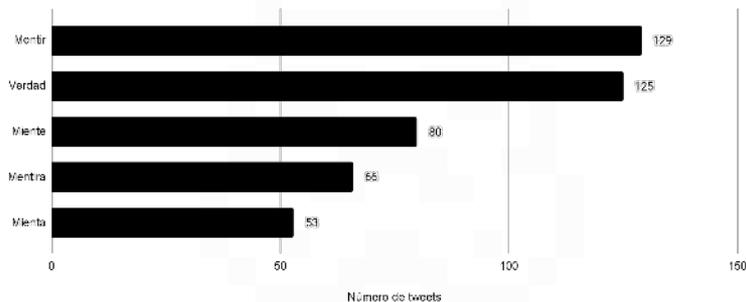
# El debate de la mentira



## Los usuarios se sienten engañados

Las contiendas entre Pedro Sánchez y Feijóo, cuando acusaban al otro de la veracidad de su discurso, se replicó en Twitter. Sin duda, la palabra “mentira” y otros derivados como “mentir”, “mienta”, “miente” destacaron en la conversación digital alcanzando cifras por encima de las 300 menciones, mientras que la palabra “verdad” fue citada alrededor de 125 veces.

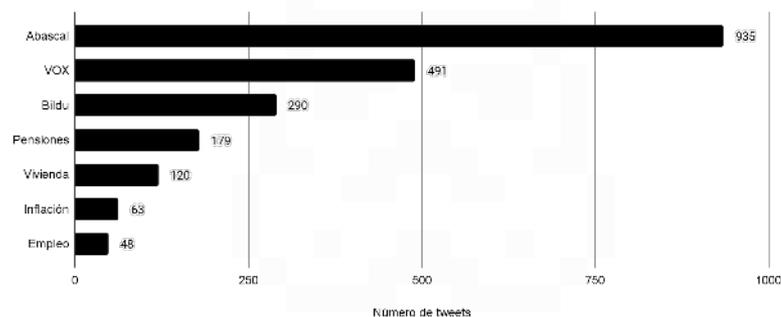
Número de tweets por palabra



## Interesó VOX y Bildu antes que la vivienda, el empleo y las pensiones

Las preocupaciones de los españoles no son ni la inflación, ni la vivienda, ni el trabajo, ya que estos temas quedaron eclipsados por las alusiones al partido de Abascal y de Otegui. Sin duda, entre Bildu, VOX y Abascal acapararon 1.716 menciones, muy por encima de las 410 que agruparon los otros temas.

Número de tweets por tema





ELECCIONES GENERALES

# Voto por correo



# El interés por el voto por correo alcanza cifras históricas

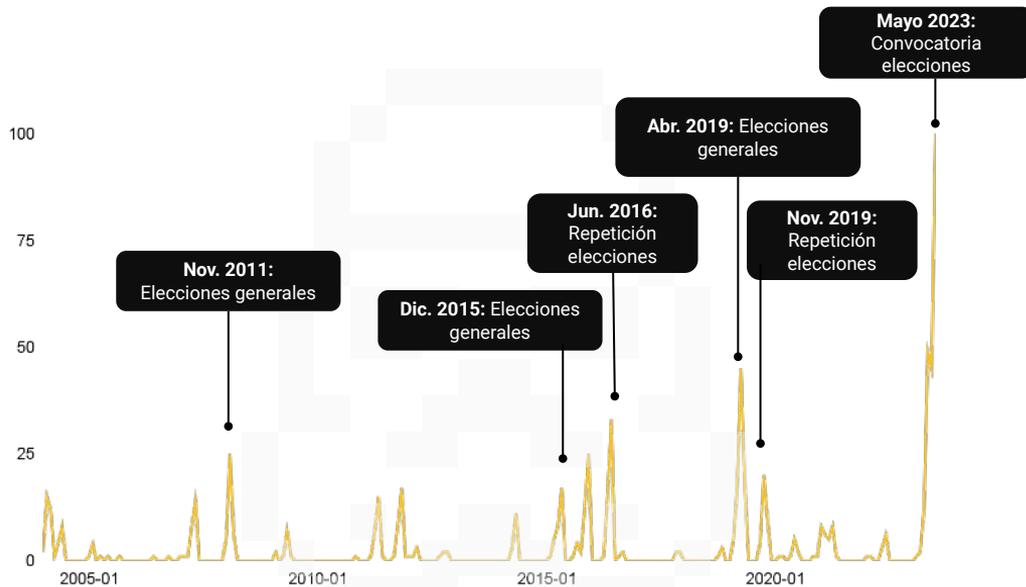


## Histórico de búsquedas de voto por correo

Las próximas elecciones generales albergan un escenario distinto. **La ciudadanía tiene ganas de votar**, prueba de ello es el aumento sin precedentes de la solicitud del voto por correo.

Desde que hay datos disponibles hasta hoy, **el interés por el voto por correo se ha cuadruplicado**, a pesar de que las circunstancias políticas o económicas podían pronosticar lo contrario. Por ejemplo, en noviembre de 2019 hubo una repetición de elecciones por el desacuerdo en los pactos. Cabía esperar que para desbloquear la situación, los españoles votarían, pero el cansancio generalizado hizo descender la participación en un 5,5% ([Wikipedia](#), 2019), hecho que también se refleja en el gráfico.

El adelanto electoral por José Luis Rodríguez Zapatero, en plena crisis económica, tampoco se asemeja al presente. **En comparación a 2011, el voto por correo ha sido consultado seis veces más.**



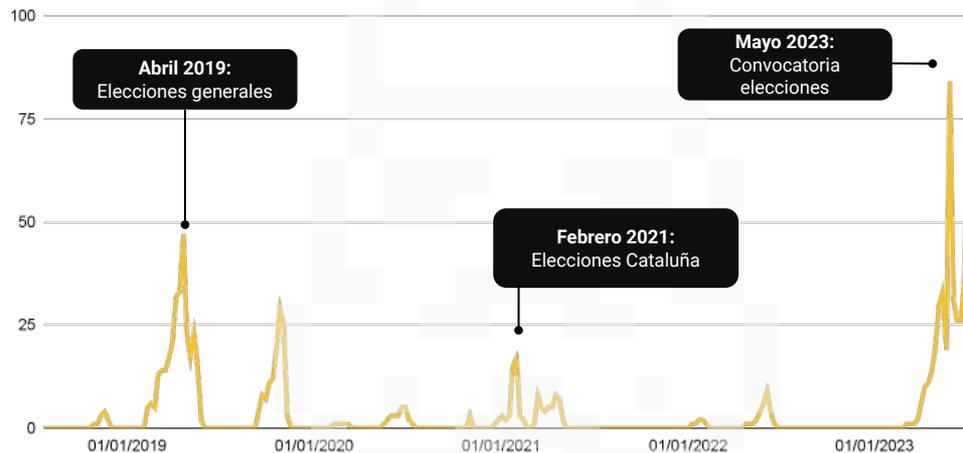
# Las búsquedas sobre el voto por correo se duplican



## Búsquedas de voto por correo comparadas con 2019

En el último lustro, coincide la cercanía de las elecciones con la búsqueda de voto por correo. Sucedió en las elecciones generales de 2019, para el parlamento de Cataluña y en esta ocasión.

Sin embargo, este año el panorama ha sido distinto en cuanto a las consultas. **Desde la convocatoria de elecciones, los españoles se han interesado más que nunca por el voto por correo**, alcanzando niveles de búsqueda máximos. Una tendencia lógica si nos atenemos a los datos: “Han solicitado el voto por correo un total de 2.622.808 personas, una cifra récord que no tiene precedentes en ningún otro proceso electoral” ([El Mundo](#), 2023).



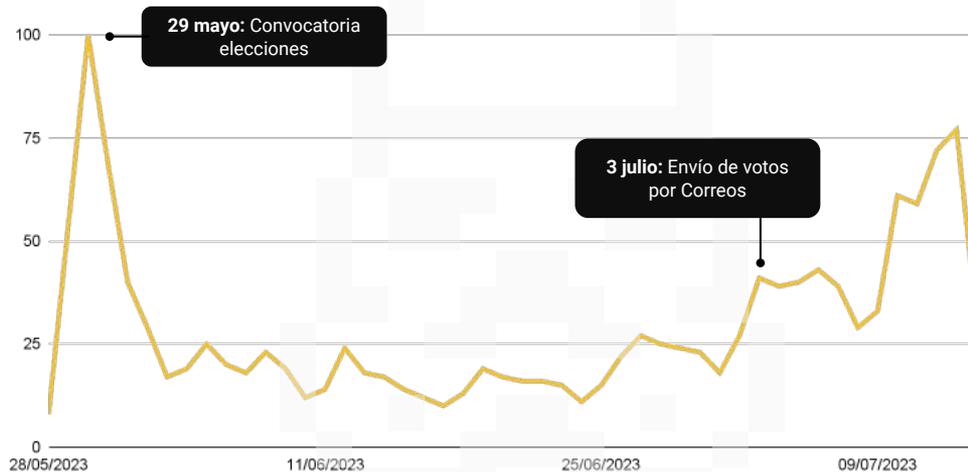
# El entusiasmo se desinfló hasta julio



## Búsquedas de voto por correo

La mañana que Pedro Sánchez convocó las elecciones, hubo una oleada de búsquedas para empezar el trámite del voto por correo. No obstante, como el envío por parte de Correos no podía efectuarse hasta el 3 de julio, ([Huffingtonpost](#), 2023), los ciudadanos esperaron hasta esas fechas para retomar el proceso y por eso se produjo un desinterés en mayo y junio.

Solo cuando Correos ha empezado a repartir la documentación para votar, los usuarios han vuelto a movilizarse.



# Clasificación del voto por correo



## Madrid bate récord en voto por correo

La Comunidad de Madrid, acostumbrada a recibir ciudadanos de todo el país, es líder en búsquedas de voto por correo. Tanto para quienes trabajan allí sin estar empadronados, como para quienes se irán de vacaciones, el voto por correo ha sido incondicional.

## Pocos se acercarán a votar en Madrid

Los cinco municipios españoles con mayor interés en el voto por correo están en Madrid. Un síntoma que presagia la escasa afluencia en los colegios electorales, después de que tantos individuos hayan decidido votar por correo.

### Voto por correo por Comunidad Autónoma

- 1º Comunidad de Madrid
- 2º Aragón
- 3º La Rioja
- 4º Castilla y León
- 5º Navarra



### Voto por correo por municipio

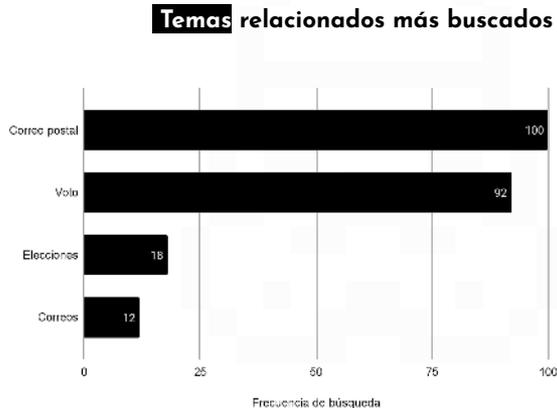
- 1º Meco (Madrid)
- 2º Boadilla del Monte (Madrid)
- 3º Tres Cantos (Madrid)
- 4º Pozuelo de Alarcón (Madrid)
- 5º Majadahonda (Madrid)

# Preocupaciones de los españoles



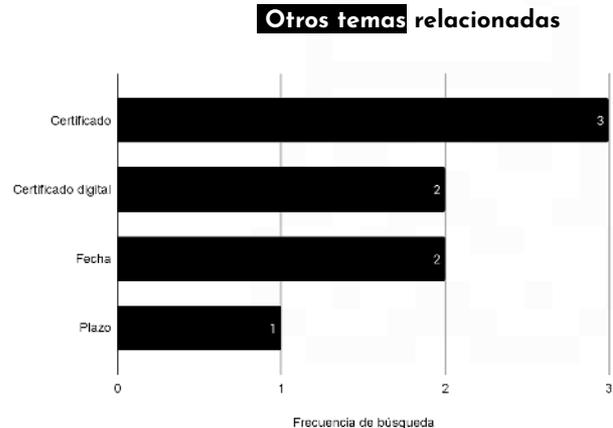
## Correos inquieta al 5% de los españoles

Entre los temas relacionados con el voto por correo, la empresa de reparto se ha convertido en uno de las principales preocupaciones de los españoles, que han tenido la necesidad de buscar Correos en Google para consultar información.



## La fecha y los plazos bajo lupa

Los otros temas relacionados que también andan en la órbita de los españoles tienen que ver con las fechas y los plazos del voto por correo, un síntoma de que el tiempo ha jugado un papel fundamental en estas elecciones.





ELECCIONES GENERALES

# Conclusiones

07

# Conclusiones



## Google y las redes sociales daban la victoria a VOX

En doce comunidades autónomas, VOX copa el interés de búsqueda de los usuarios. Desde la convocatoria de elecciones no ha habido un partido que interese tanto, y su dominio en el buscador también es visible en las redes sociales: 1.882.000 seguidores entre Twitter, Instagram, Facebook y TikTok, acaparando el 40% de la comunidad total teniendo en cuenta al PP, PSOE y Sumar. Sin embargo, los resultados de las elecciones han demostrado que un partido puede tener repercusión en Internet, pero después no ser decisivo. Así ha sucedido, puesto que la coalición PP-VOX no será suficiente para alcanzar la mayoría absoluta.



## Pedro Sánchez ganó el debate según Twitter

Además de imponerse el hashtag #GanaSánchez al #FeijóoPresidente, con un alcance cuatro veces mayor, los twitteros respaldaron al líder socialista que recibió un 56% de menciones positivas, en contraste al 70% de sentimiento negativo que registró el candidato del PP.

## El interés por el voto por correo alcanza cifras históricas

En los últimos 20 años, ningunas elecciones han registrado tanto interés por el voto por correo. Las consultas se han cuadruplicado en comparación a las elecciones de 2019, y han aumentado hasta seis veces más si retrocedemos a las anticipadas de 2011 convocadas por José Luis Rodríguez Zapatero. Cabe esperar que estas elecciones, según los datos de Google, auguren una participación sin precedentes.

# Conclusiones



## Las elecciones autonómicas beneficiaron al PP en Internet

Los resultados de las autonómicas permitió al PP vivir de las noticias referentes a los pactos y a las constituciones de sus alcaldías. Así sucedió en Valencia cuando comenzaron los repartos de las consellerías o cuando tomó el mando en 115 municipios de la Comunidad de Madrid. Lo cierto es que a partir del 29 de mayo, obtuvo el 34% de las búsquedas, solo por detrás de Vox (40%).

Del mismo modo, se esperaba una subida del PP que le pudiese dar el Gobierno, incluso el propio Núñez Feijóo se refirió en el debate a una posible mayoría absoluta. Al final, el interés de búsqueda en Google sí ha probado su influencia, pues el partido ha obtenido 47 escaños más que en las pasadas elecciones, pero no ha sido crucial.

## Vox atrae un 62% de votantes a través de las redes sociales

El 62% de los votantes de VOX, probablemente, también es un seguidor de las redes sociales del partido. Un porcentaje muy alto comparado al 16% del PP y PSOE, y el 9% de Sumar. El partido de Abascal saca rédito de sus perfiles digitales, pero fuera de ese entorno solo atrae un 38% de votantes, mientras que PP y PSOE atraen un 84% y Sumar un 91%.

## Sumar le roba el voto joven al PSOE

El PSOE se está olvidando de la juventud; en TikTok e Instagram, las plataformas de millennials y centennials, alcanza los 146 mil followers perseguido de cerca por Sumar (138 mil seguidores), que en poco tiempo ha construido una comunidad fiel. Así lo corrobora su engagement del 20%, por encima de Vox (17%), del PSOE (9%) y del PP (8%).

## Pedro Sánchez arrasa internacionalmente

En todo el mundo, Pedro Sánchez es el candidato más conocido y tiene una popularidad especial en Francia y Estados Unidos, los países donde más se consultan sus nombres, con un promedio de 12.100 y 41.900 búsquedas respectivamente. No son ni Feijóo ni Santiago Abascal los siguientes en fama internacional, sino Yolanda Díaz que tiene el 28% del interés en las naciones analizadas respecto a los otros candidatos españoles.



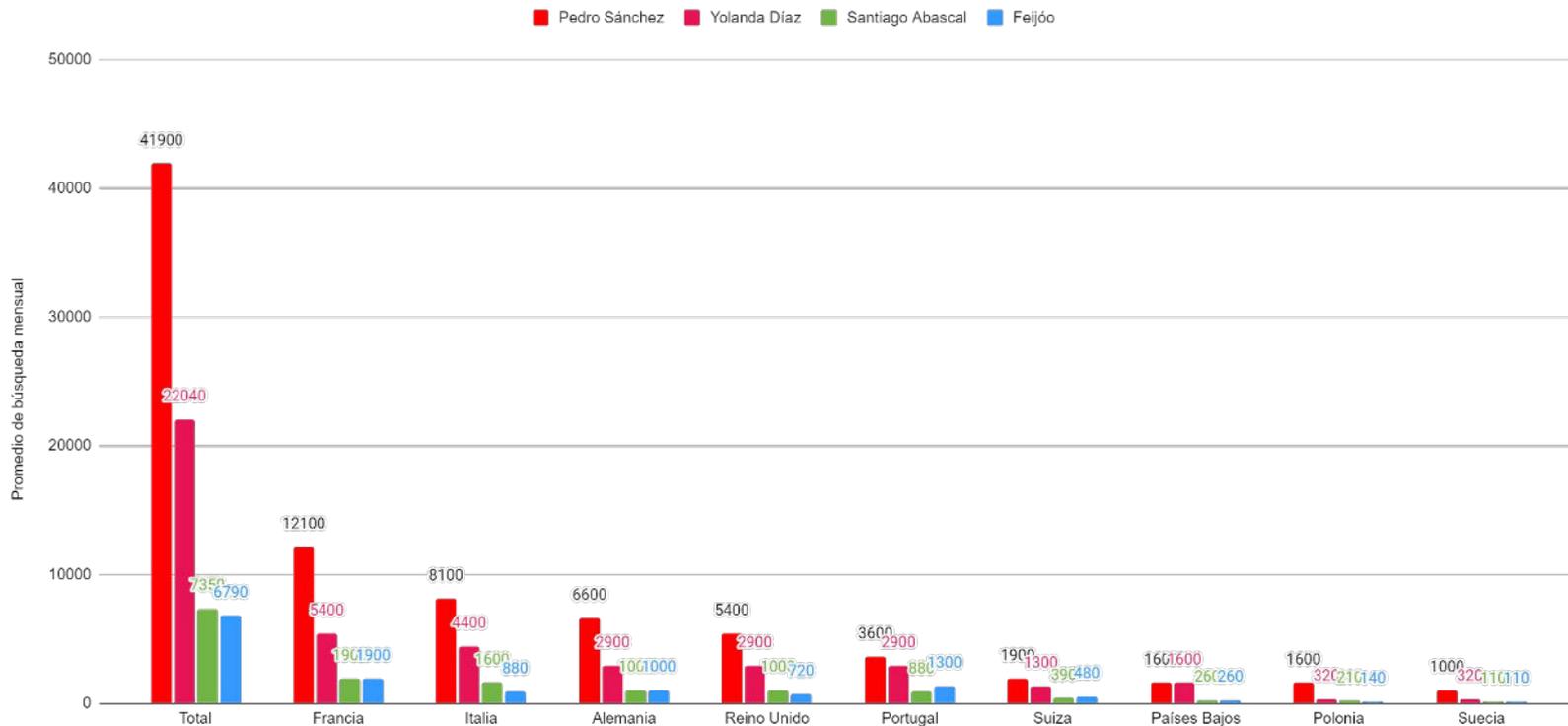
ELECCIONES GENERALES

# Anexo

07

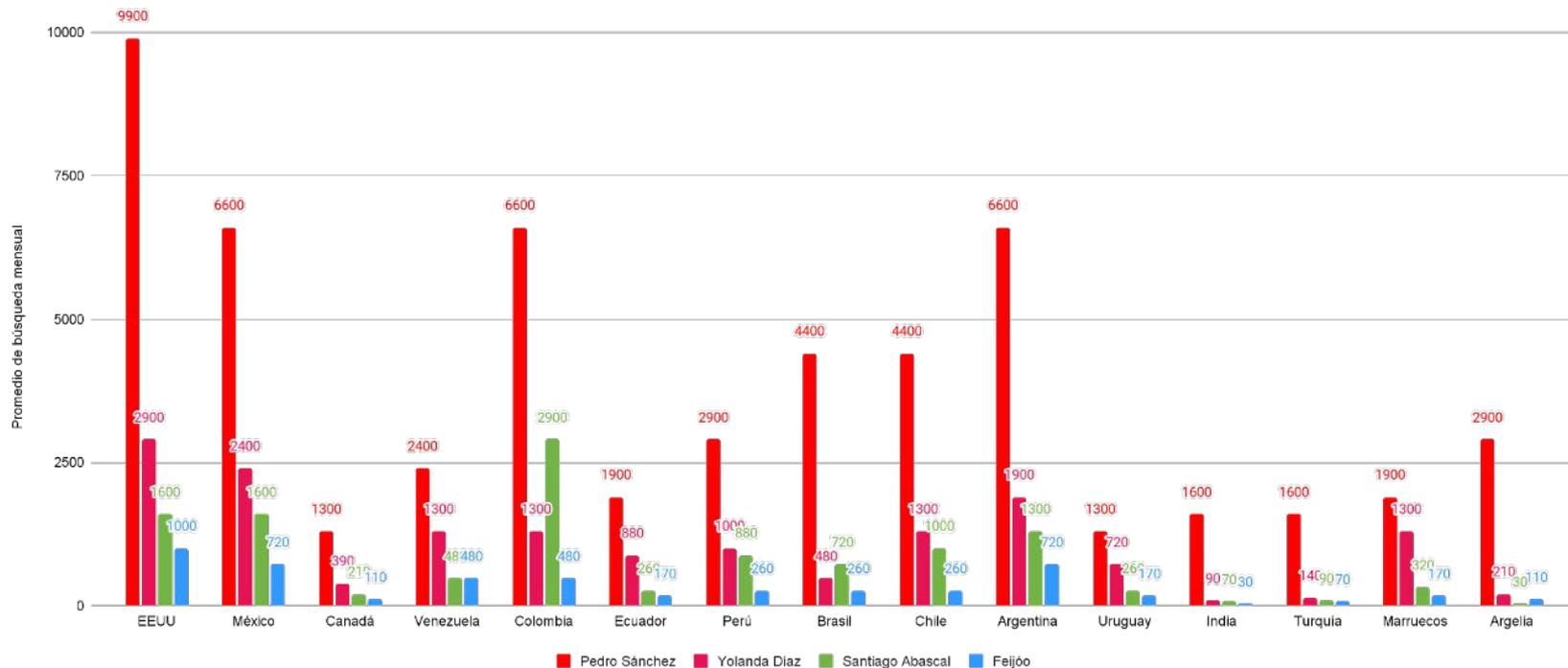


# ¿Qué candidato es más famoso en Europa?



Fuente: Google Ads

# ¿Qué candidato es más famoso en el mundo?





internetrepública

¡MUCHAS  
GRACIAS!