

Informe Cariotipo - Autoritas:

CAMPAÑA ELECTORAL EN REDES SOCIALES: EL DEBATE DE LA SANIDAD



30 de junio de 2016

Tabla de Contenidos

1. Introducción. Objetivo del informe	3
2. Metodología	4
3. Análisis:	
○ Unidos Podemos, en cabeza	5
○ El empleo marca la agenda	6
○ Sanidad, uno de los asuntos clave	7
○ Redes sociales y programas electorales	9
○ El debate sanitario en Twitter	15
4. Conclusiones	18

INTRODUCCIÓN

La comunicación en redes sociales (RRSS) tiene una importancia creciente. No sólo para los partidos políticos, sino también para la sociedad civil.

Siendo el ámbito sanitario uno de los que más preocupa a los españoles, hemos querido analizar la importancia de éste durante la campaña electoral.

En vista del aumento del interés de la sociedad por la política, y siendo el ámbito sanitario uno de los que más preocupa a la sociedad española, se ha analizado la importancia de la misma durante la campaña electoral y, en concreto, la actividad vinculada a la Sanidad en las redes desde que fueron convocadas las elecciones generales del pasado 26 de junio.

El objetivo de este informe es evaluar la importancia que se ha otorgado a la sanidad en las redes sociales desde el 1 de mayo hasta el último día de campaña (24 de junio) en el conjunto de temas debatidos, tanto para los partidos como para la sociedad en general. También se ha comparado cuantitativamente el peso de los mensajes de los partidos sobre Sanidad en las redes con el espacio que esta ocupa en los respectivos programas electorales.

3

Parece evidente que cada partido sigue una estrategia de comunicación online diferente. Como hemos dicho anteriormente, las redes sociales son una herramienta muy potente a la hora de transmitir los mensajes clave en una estrategia de comunicación. En periodos de campaña electoral, los partidos políticos se esfuerzan por hacer llegar sus propuestas al electorado, explicarlas y convencer a los ciudadanos de que son las más apropiadas para responder a las necesidades de la sociedad. Pero, ¿el espacio dedicado a sanidad en los programas se corresponde con el interés que el tema despierta en las redes sociales? ¿Existe una correlación entre la importancia que conceden los partidos a esta área de la gestión pública y el flujo de opiniones y mensajes detectados en tales redes?

METODOLOGÍA

Para la realización de estos trabajos se ha recuperado información relativa a la actividad digital de los partidos políticos y la sociedad. Esta recuperación se ha llevado a cabo en relación con dos: las elecciones y la sanidad. Los gráficos, figuras y tablas que contiene este informe se han elaborado con el número de documentos obtenido tras este ejercicio, entendiendo como documentos todos los impactos producidos en las distintas redes.

Los trabajos de recuperación y análisis se han trabajado con herramientas Cosmos, que rastrean fuentes abiertas de internet con las siguientes características:

- Recuperación de redes sociales mediante el uso de APIS de Twitter y Facebook.
- Recuperación de medios digitales (prensa, diarios online, webs, blogs, foros) mediante el uso de las RSS públicas que ofrecen las mismas páginas web.

Cosmos procesa la información recuperada mediante técnicas avanzadas de *machine learning*.

UNIDOS PODEMOS, EN CABEZA

En términos totales, como refleja la figura 1, el partido que más utiliza las redes sociales, y con mucha diferencia respecto al resto, es Unidos-Podemos (U-P). Con más de 26.100 documentos producidos, copa el 39% del tráfico total generado por los partidos políticos. Le sigue el Partido Socialista Obrero Español (PSOE), con 11.700 documentos (17% del total); Ciudadanos (C's), con 9.030 (14%); y el Partido Popular (PP), con 8.300 y un 12% del total. En otros, se incluyen al resto de partidos políticos que han tenido presencia en las redes sociales, entre los cuales destacan Convergencia Democrática de Cataluña (CDC), Esquerra Republicana de Cataluña (ERC) y el Partido Nacionalista Vasco (PNV).

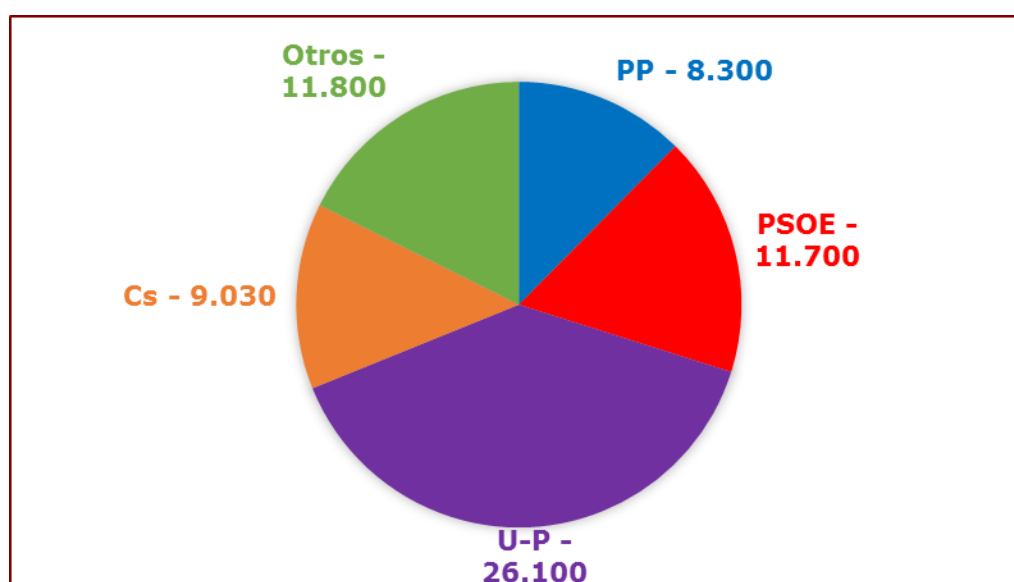


Figura 1: Fuente: Elaboración propia. Datos: Autoritas

EL EMPLEO MARCA LA AGENDA

Una vez segregada la conversación online por temáticas sectoriales, los principales asuntos en los que se han centrado los partidos políticos en redes sociales van desde los relacionados con Empleo hasta los posibles pactos postelectorales o los asuntos socio-sanitarios. En este sentido, los cinco temas que más han mencionado los partidos políticos durante la campaña electoral del 26-J han sido Empleo, Asuntos Sociales, Educación y Cultura, Justicia y Sanidad, siendo el primero de ellos el más citado.

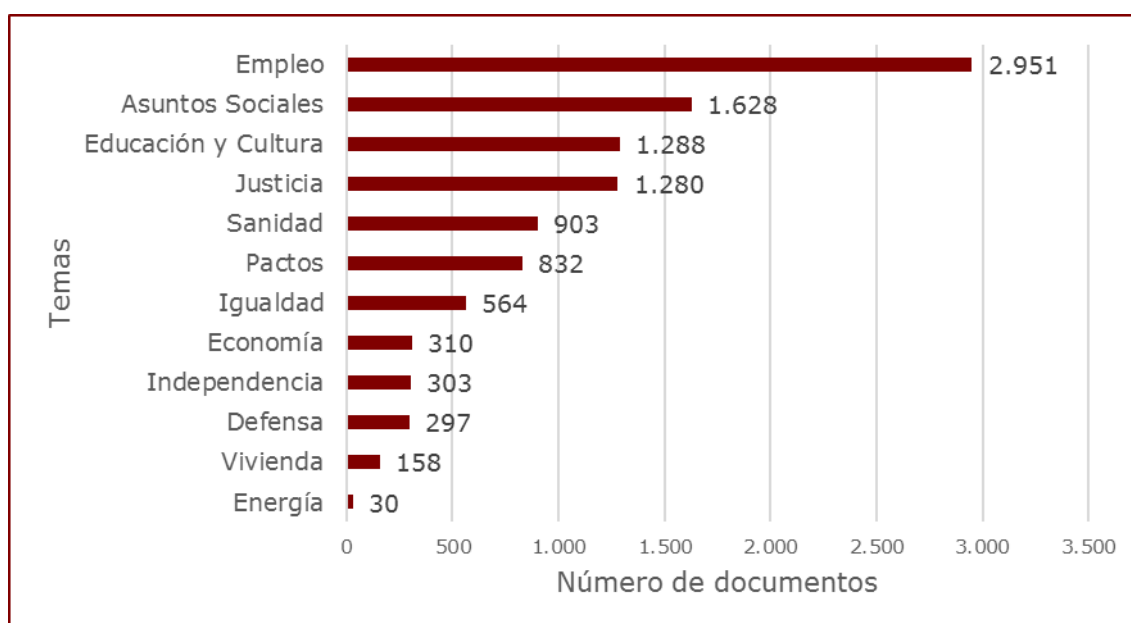


Gráfico 1: Fuente: Elaboración propia. Datos: Autoritas

SANIDAD, UNO DE LOS ASUNTOS CLAVE

Tras detectar los temas sanitarios más mencionados en las redes sociales, hemos llevado a cabo una comparativa entre el peso de los mismos en tres grupos: sociedad, partidos políticos y medios de comunicación. Los datos, reflejados en la figura 3, muestran disparidades más que evidentes en temas como las listas de espera, la calidad, los recortes o el copago, por citar solo algunos.

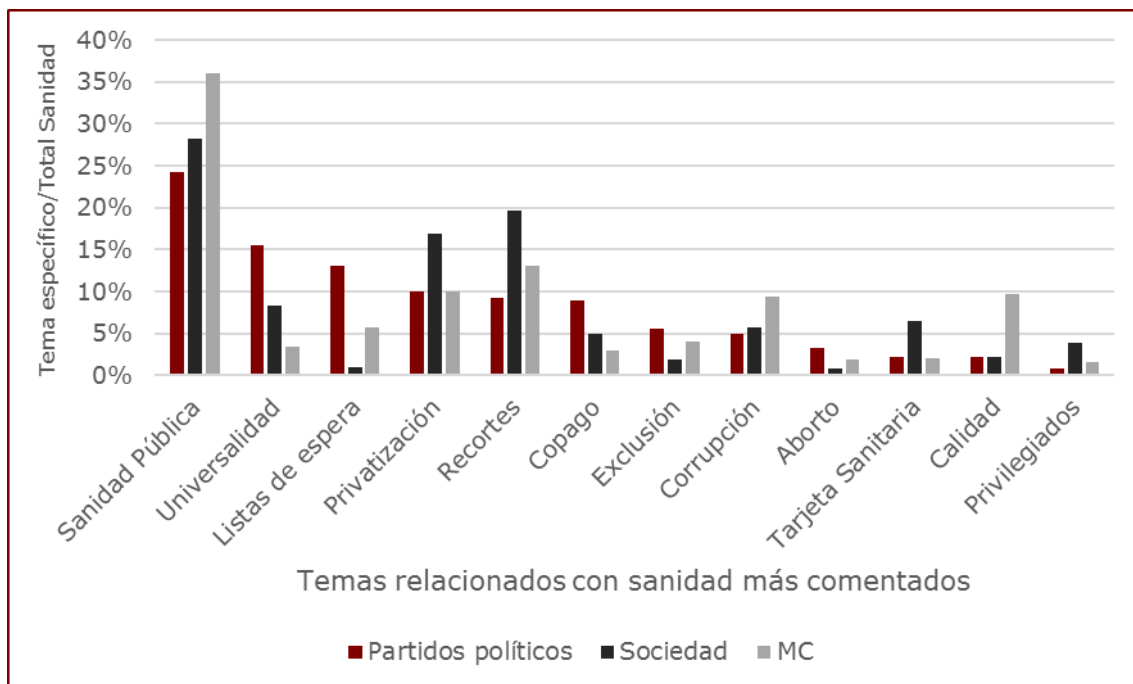


Gráfico 2: Fuente: Elaboración propia. Datos: Autoritas

Si comparamos el peso de cada partido en las conversaciones online sobre temas sanitarios, podemos observar que se mantiene una distribución similar a la de la Figura 1, es decir, el partido con mayor presencia online, Unidos Podemos, es también el que más habla de sanidad, casi igualando la suma de las referencias de los otros tres partidos de ámbito nacional.

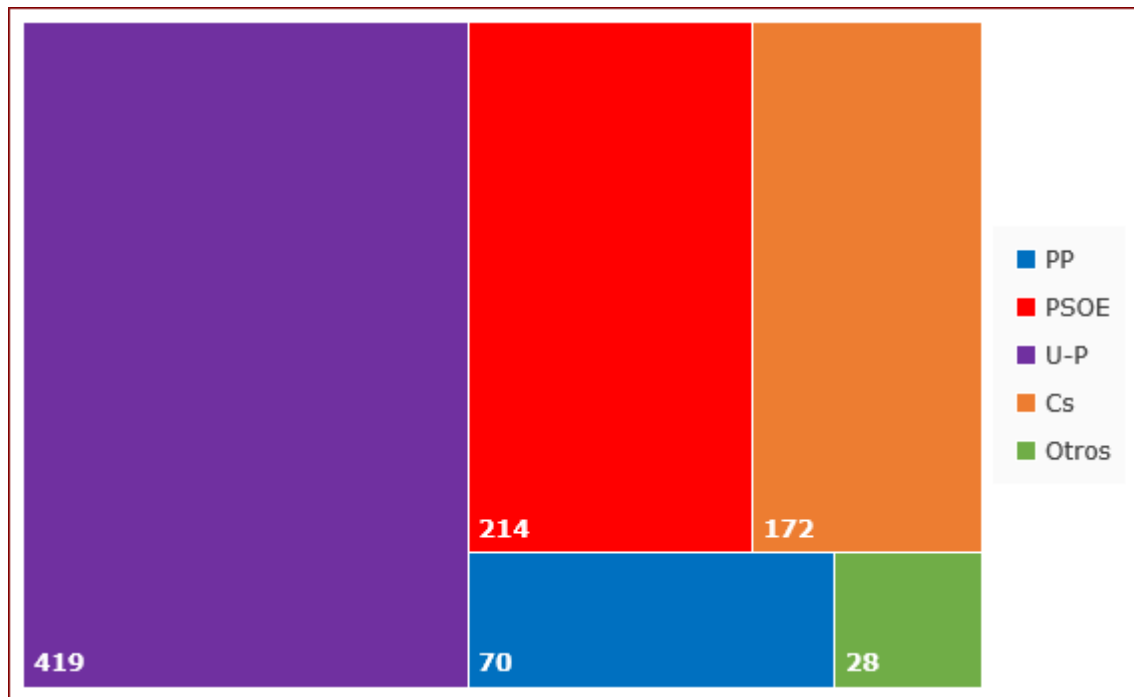


Figura 2: Fuente: Elaboración propia. Datos: Autoritas

REDES SOCIALES Y PROGRAMAS ELECTORALES

Partiendo de la enumeración de las propuestas vinculadas a la salud de cada partido político y el peso de las mismas en el conjunto de medidas recogidas en los programas electorales, observamos como el PP ha dedicado 47 puntos a la Sanidad de alrededor de 754 (6,2 %), el PSOE 78 de sus más de 1.350 (un 5,7%), Podemos 17 de 394 (4,3%), y Ciudadanos 19 de 350 (un 5,4 %)

En RRSS, el porcentaje de mensajes relacionados con la temática sanitaria de cada partido, a excepción del PP, es superior al espacio que destinan a los mismos asuntos en sus programas, tal y como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

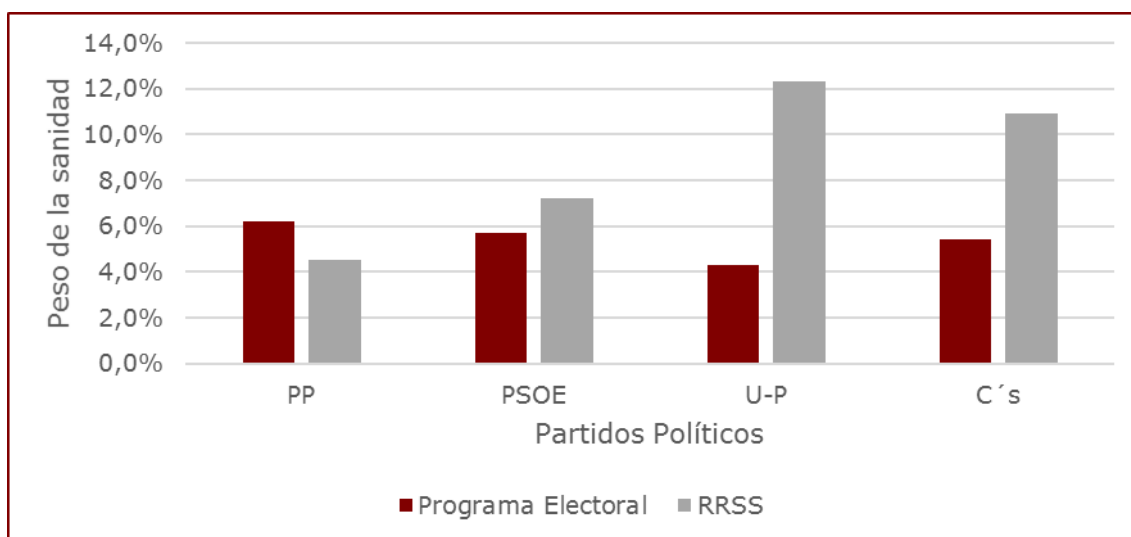


Gráfico 3: Fuente: Elaboración propia. Datos: Autoritas

Del mismo modo, el análisis cualitativo de las medidas propuestas por cada uno de los partidos en comparación con los mensajes que consiguen “colocar” en la red, refleja una evidente distancia entre los objetivos y las materias que finalmente se logran introducir en el debate. Teniendo en cuenta que los partidos no pueden controlar completamente la conversación, y que el ruido en las redes les condiciona, haremos un breve análisis de los puntos de sus programas mencionados por ellos mismos en las redes, y aquellos que se han quedado fuera.

El siguiente gráfico revela el número de menciones a los temas sanitarios de cada partido.

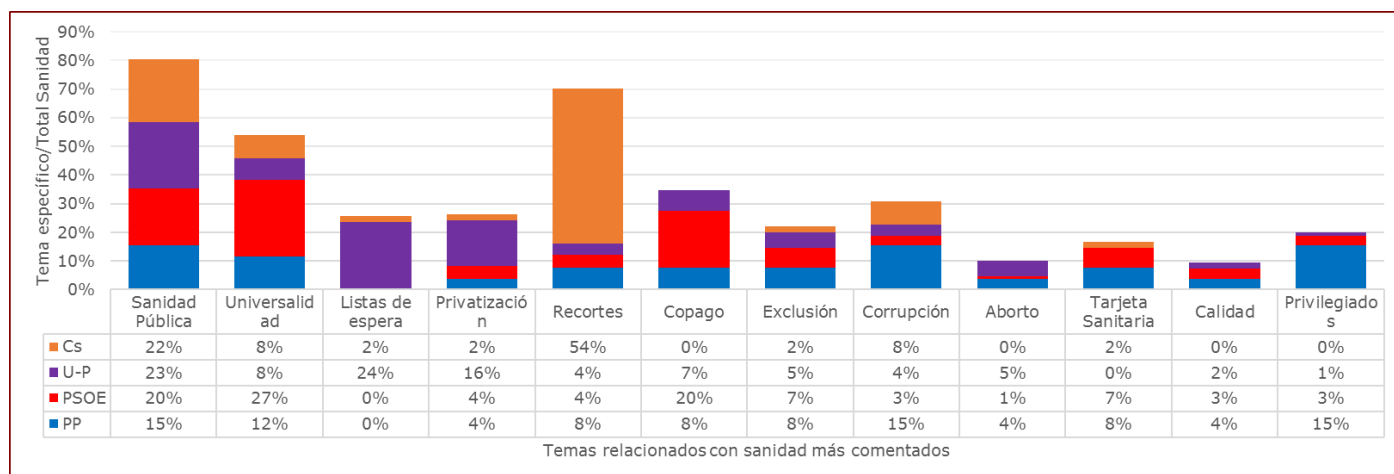


Gráfico 4: Fuente: Elaboración propia. Datos: Autoritas

Tal y como apuntábamos, si comparamos algunos de estos datos con los programas electorales, se aprecia un desfase importante. Tomamos como referencia cinco de estos puntos: Universalidad, Listas de espera, Recortes, Copago y Tarjeta Sanitaria. El número de medidas propuestas por cada partido se ve reflejado en la siguiente tabla:

	PP	PSOE	U-P	C's
Universalidad	0	2	2	1
Listas de espera	0	0	0	0
Recortes	0	1	2	1
Copago	0	1	0	0
Tarjeta Sanitaria	0	1	2	0

Tabla 1: Fuente: Elaboración propia. Datos: Autoritas



Modelo de financiación y calidad de la sanidad

Uno de los puntos fundamentales del programa electoral del PP es la necesidad de que exista un **modelo de financiación** que garantice la cobertura de las necesidades reales de los españoles. Esta propuesta tiene reflejo en las RRSS en mensajes relativos a la mala situación en la que se encontró el PP la sanidad a su llegada al Gobierno y sus esfuerzos por rescatarla de la **quiebra**, así como su compromiso para garantizar la sanidad pública.

Además del enfoque centrado en la sostenibilidad del sistema, el PP propone medidas para **mejorar** la sanidad y apostar por su **calidad**, sobre todo en cuestiones en torno a la **gestión sanitaria: apertura y modernización** a través de la **innovación, continuidad asistencial entre Atención Primaria, Especializada y Servicios Sociales** o el **acceso a tecnología innovadora**. Estas prioridades se trasladan en mensajes en RRSS como la búsqueda de una “sanidad pública de **máxima calidad**”.

Se quedan sin voz en las RRSS aspectos prioritarios del programa como la búsqueda de la equidad y la eliminación de barreras administrativas, una mayor humanización de la asistencia sanitaria, o todas aquellas propuestas para apoyar y mejorar el servicio de los profesionales sanitarios, mientras que toman protagonismo medidas de índole más económica y social respecto a la mejora de la sanidad a través de la creación de empleo.



Protección universal de la Salud

Las principales propuestas del programa electoral del PSOE en materia sanitaria se centran en reconocer el **derecho fundamental en la Constitución** a la **protección de la salud** y la **sanidad pública, universal, sostenible** y de **calidad**, así como crear una **tarjeta sanitaria común nacional**, garantizar el acceso a la **historia sanitaria** y la **receta electrónica**, revisar el **copago farmacéutico** e **invertir más en sanidad pública** (hasta que alcance el 7% del PIB al final de la segunda legislatura).

La mayoría de estas medidas son tratadas en las redes sociales, donde incluso algunas se definen con mayor concreción. Así, se habla de “eliminar el copago farmacéutico a los pensionistas” o “extender la tarjeta sanitaria a 6 meses”. También se recogen en debates propuestas en torno a **igualdad, atención temprana infantil, o matrimonio homosexual**.

No se mencionan, sin embargo, aspectos tratados con extensión en el programa sobre organizaciones asistenciales, profesionales sanitarios o patologías concretas (ELA, diabetes, alzheimer...), ni tampoco una de las principales reivindicaciones programáticas del PSOE: la derogación del RDL 16/2012, de 20 de abril, de medidas urgentes para garantizar la sostenibilidad del SNS y mejorar la calidad y seguridad de las prestaciones.



Reversión de recortes e incremento del presupuesto

Podemos también sitúa la **cobertura sanitaria universal** como una propuesta prioritaria en su programa. Así, establece un **incremento del presupuesto público** de 8.800 millones de €, la **reversión de los recortes**, la **derogación del RDL 12/2012** y del **art. 135 de la Constitución Española**. Todas ellas tienen su reflejo en reivindicaciones en las RRSS respecto a una “sanidad 100% pública, universal y con financiación suficiente” o alusiones a que en aquellas comunidades donde gobierna Podemos “la sanidad ya vuelve a ser un derecho universal”.

En las RRSS, no obstante, también se recogen otros mensajes no incluidos explícitamente en el programa como críticas contra el PP en torno a la corrupción y la evasión fiscal (causas para Unidos Podemos de la reducción de camas de hospital) o contra el copago, así como reivindicaciones a favor del reconocimiento de los profesionales sanitarios o la necesidad de lograr un pacto en Sanidad con el PSOE.

Medidas programáticas como el acceso universal a la tarjeta sanitaria, la universalización de la tarjeta sanitaria o la limitación de los precios de los fármacos, no obstante, no son mencionadas en las RRSS.



Equidad y Eficiencia

Ciudadanos resalta como medida prioritaria, en una línea coincidente con el PSOE, garantizar la **sanidad universal** y la **equidad**, aunque centra su foco también en la **renovación del sistema sanitario**, sobre todo a través de la búsqueda de la **eficiencia**, el apoyo a los **profesionales sanitarios** y su **despolitización e independencia**.

En esta línea, se desarrollan mensajes en RRSS para defender la financiación de la sanidad y la equidad en toda España, revertir los recortes, reconocer a los profesionales sanitarios como "héroes", ofrecer la tarjeta única, o reducir el sedentarismo y obesidad infantil, estas dos últimas medidas, paradójicamente, no mencionadas en el programa.

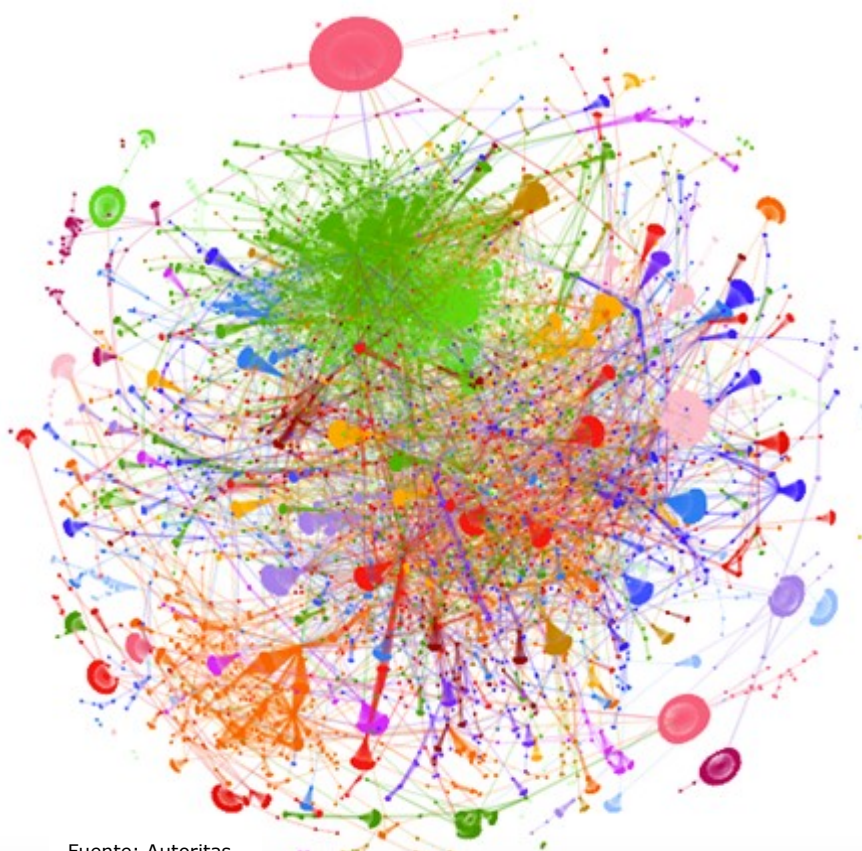
Se quedan fuera de las RRSS aspectos programáticos de interés como los relativos a innovación y nuevas tecnologías (aunque se menciona la telemedicina), pacientes crónicos y dependientes o transparencia.

EL DEBATE SANITARIO EN TWITTER

De los medios analizados el más activo ha sido Twitter, donde se han detectado más de 10.000 usuarios (nodos) hablando de política sanitaria, con 15.977 ejes (interconexiones o relaciones). Estos nodos se aglutinan alrededor de nodos principales, "dominadores" de la conversación, formando las "comunidades". Se han detectado un total de 1.232 comunidades en esta área. El gráfico de la derecha es una reproducción en color de las conversaciones sobre política sanitaria en Twitter.

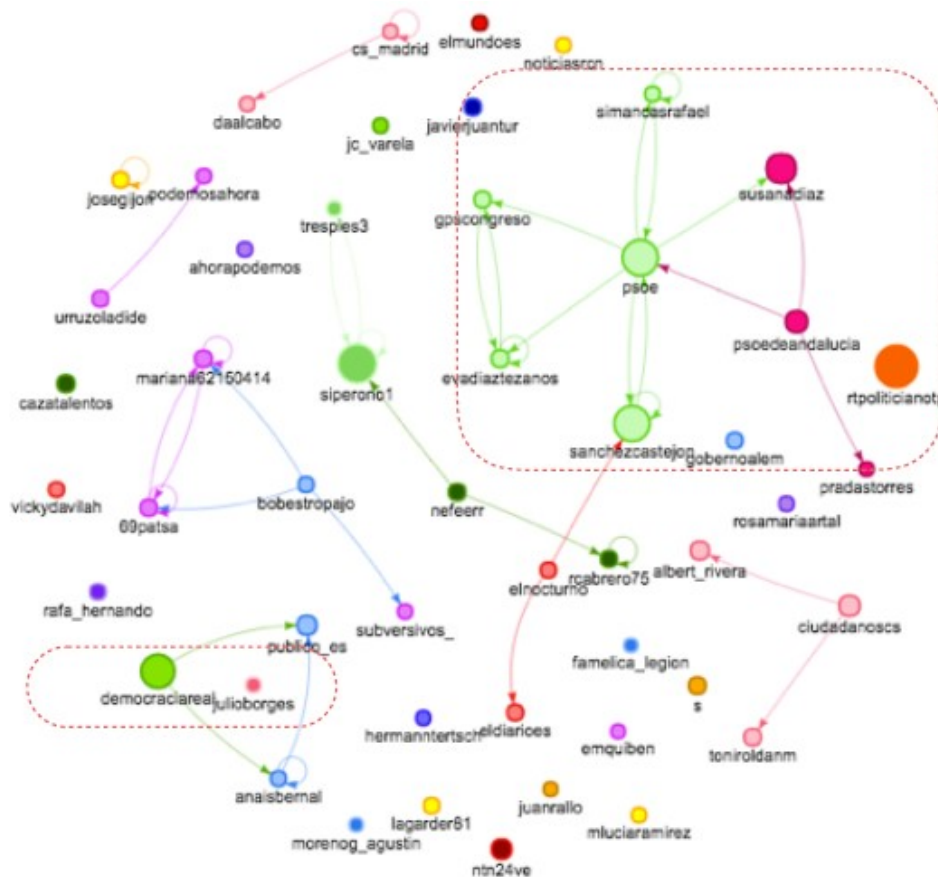
La mancha de color verde representa a la mayor de las comunidades, que cuenta con más de 1.000 nodos, y su nodo principal es Pedro Sánchez (@sanchezcastejon). Esto significa que el candidato socialista fue el usuario más mencionado y/o retwitteado en conversaciones sobre política sanitaria, convirtiéndole en el más influyente de los cuatro en esta área.

Gráfico total de la conversación.
Nodos: 10.062
Ejes: 15.977



Fuente: Autoritas.

El siguiente gráfico es una ampliación de la imagen anterior ampliada, en este caso reflejando solamente los nodos principales. El recuadro grande equivale a la mancha verde anterior.



Fuente: Autoritas.

La tabla que se muestra a continuación, refleja las principales comunidades detectadas, el número de usuarios que las componen y sus nodos principales.

Varios de estos nodos principales son usuarios de líderes o partidos políticos, como Pedro Sánchez, Susana Díaz, Pablo Iglesias, C's o Ahora Podemos. Sin embargo, existe gran diversidad en los actores que generan mayor actividad: desde cuentas de twitter dedicadas al humor político, pasando por televisiones, usuarios individuales o plataformas activistas.

% de usuarios	Número de usuarios	Nodo principal
7,42%	1.137	@sanchezcastejon
5,16%	790	@RTpoliticianOTP
4,02%	615	@democraciareal
3,72%	569	@ciudadanoscs
3,65%	559	@urruzoladide
3,07%	470	@susanadiaz
2,60%	398	@miguelaj_
2,57%	394	@javierjuantur
2,13%	479	@ntn24ve
2,12%	325	@cazatalentos
2,06%	316	@siperono1
1,72%	263	@famelica_legion
1,69%	259	@pablo_iglesias_
1,55%	237	@ahorapodemos
1,46%	224	@rosamariaartal
1,42%	217	@noticiasrcn
1,39%	213	@juanrallo

Tabla 2: Fuente: Elaboración propia. Datos: Autoritas

CONCLUSIONES

- 1. La sanidad ha sido uno de los ejes clave del debate en redes sociales durante la campaña electoral (gráfica 1).**
- 2. Han sido los ciudadanos los que han dirigido el debate sobre sanidad.**
- 3. Los medios de comunicación están más alineados con la sociedad que los partidos políticos en cuanto a temas sanitarios comentados en las redes sociales (gráfica 2).**
- 4. Twitter es el canal online más utilizado, aunque cabe destacar que los partidos políticos no son los únicos que dominan la conversación (tabla 2).**

Para más información:

Pepe Fernández-Rúa

peperua@cariotipomh5.com

+34914111347

www.cariotipomh5.com