

## **Albert Rivera amenaza el liderato de Pablo Iglesias en Internet**

**El líder de Podemos, Pablo Iglesias puede ser considerado como el político español con más seguimiento en redes sociales, especialmente en Twitter. Sin embargo, en los últimos meses se está confirmando el rápido ascenso de Albert Rivera (Ciudadanos). Ambos han sido los que más seguidores han sumado en lo que va de año en esta red. Sin embargo, en cuanto a valoración recogida en páginas especializadas de Internet, Albert Rivera se sitúa en primera posición.**

Las últimas encuestas publicadas, desde el CIS que recoge el sentimiento a nivel nacional como las últimas relativas a la intención de voto en Andalucía, reflejan una realidad en la que se confirma la ruptura de las grandes mayorías de los partidos PP y PSOE y la irrupción de nuevos actores, que amenazan, incluso, la posición que ocupa alguna de estas dos formaciones.

Internet, y las redes sociales en particular, no son ajenas a estos cambios, por lo que se revive en la red el cambio político que tuvo su primer acto en las elecciones europeas del pasado año y que puede verse confirmado en las numerosas citas electorales de este año.

Es este 'escenario virtual' donde las formaciones emergentes y, sobre todo, sus líderes, tienen que librar la batalla, ya que están en desventaja con respecto a los partidos con representación parlamentaria en cuanto a la notoriedad que puede otorgar, por ejemplo, la valoración del CIS o la distribución de la presencia en espacios o bloques de información electoral.

Ante este panorama, al igual que nuevas formaciones intentan acaparar protagonismo, son sus líderes los que buscan, y consiguen, auparse a los primeros puestos de popularidad en Internet. Entre ellos, despuntan claramente dos nombres: Pablo Iglesias y Albert Rivera. ¿Cuál de estos dos es la estrella 'emergente' de la 'política online'? Desde Vipnet360, a través de la plataforma de investigación online 'iSonar', hemos realizado un estudio sobre la presencia de ambos líderes políticos en Internet.

### Resultados de búsquedas

Las cifras de resultados que aparecen en el buscador Google no dejan lugar a dudas. Pablo Iglesias, con 41.300.000 resultados, está muy por encima de Albert Rivera (22.900.000 resultados) e incluso otros políticos como el propio Mariano Rajoy (22.700.000 resultados). Atendiendo a la clasificación de resultados por tipo de contenido, las noticias que nombran a Pablo Iglesias que aparecen indexadas son 183.000, mientras que de Rajoy hablan 150.000, de Pedro Sánchez 400.000 y de Albert Rivera 440.000, según los datos de Google.

Sin embargo, dejando un poco de lado estas cifras absolutas y centrándonos en la tendencia, la herramienta Trends de Google nos ofrece una gráfica en la que se aprecia que, aunque Pablo Iglesias

es el que más interés ha generado en el último año, la distancia con respecto a Albert Rivera en el último mes se ha reducido notablemente.

En Twitter, en el último mes, ambos políticos también han estado muy presentes en cuanto a menciones de usuarios.

Pablo Iglesias ha sido mencionado en casi 210.000 tuits en los últimos 30 días, mientras que Albert Rivera lo ha sido en casi 150.000 publicaciones, según datos de la herramienta de medición Topsy. Como anécdota, la alusión a 'Naranjito' para referirse a Ciudadanos y a Rivera, realizada por un dirigente del PP y aprovechada en clave humorística por los propios representantes de Ciudadanos, marcó un importante hito en cuanto a las menciones, ya que trending topic (TT).

El líder y los que más crecen en redes sociales

Si se puede hablar de un líder absoluto, por sus cifras de seguidores y por el protagonismo alcanzado, ése es Pablo Iglesias (Podemos). Sin embargo, en el horizonte próximo aparece la figura de Albert Rivera, líder de Ciudadanos, que en el año 2015 es el que está teniendo una evolución notable a efectos de presencia en las redes, especialmente en Twitter. Según los datos que ofrece la página T-Cracia, Rivera es el político que, tras Iglesias, más seguidores ha ganado en Twitter en lo que va de año, con una cifra superior a 90.000 nuevos followers.

Atendiendo a las cifras globales, el líder de Podemos cuenta con más de 875.000 seguidores en Twitter, mientras que Rivera está en la 9ª posición, con casi 231.000. En Facebook, la diferencia entre ambos políticos es menor, ya que a Pablo Iglesias le siguen 320.300 fans, mientras que la página de Albert Rivera cuenta con 142.390.

De las cifras a la valoración. ¿Quién es mejor percibido?

Las encuestas del CIS revelan, de forma periódica, quiénes son los líderes mejor valorados, aunque en el barómetro no aparecen todos los nombres ya que la encuesta se limita a los que tienen escaño en el parlamento nacional.

En Internet hay también valoraciones paralelas, como las que ofrece la página valorapoliticos.com. En ella se ofrecen resultados basados en los votos de internautas registrados en la web. En el ranking elaborado por esta página aparece Albert Rivera en la primera posición, con una puntuación de 6,87, y a continuación figuran Pablo Iglesias (6,22), Pedro Sánchez (5,68), Alberto Garzón (5,68) y Rosa Díez (5,26). La primera representante del partido en el Gobierno (PP) es Soraya Sáenz de Santamaría, que está en el puesto octavo con una puntuación de 5,02.

Otra página como 'Encuestamos' también publicaba hace apenas un mes el resultado de su 'Termómetro Político de Febrero', sobre líderes, con Albert Rivera en lo más alto del ranking, por

encima de Pablo Iglesias y Pedro Sánchez.

Los dos primeros también han aparecido de forma frecuente en los primeros puestos en encuestas realizadas por empresas especializadas, por encargo de medios de comunicación.

¿Cómo utilizan las redes sociales?

Las cuentas de Facebook y de Twitter de Pablo Iglesias contienen publicaciones similares, con mensajes del tipo de los reseñados en el apartado anterior, difusión de entrevistas o artículos de miembros de la formación política. En general, Pablo Iglesias no ha tenido apenas interacción con internautas durante la campaña andaluza, aspecto en el que sí se ha destacado Albert Rivera.

En el caso del líder de Ciudadanos, han sido más los usuarios de redes a los que ha respondido a través de Twitter, especialmente para aclarar algún aspecto relativo a su posicionamiento sobre ciertos temas.

Por otra parte, con respecto al engagement que consiguen con sus respectivas comunidades, Vipnet360 ha analizado las publicaciones realizadas durante las últimas semanas, y en ellas se aprecia una notable participación de los seguidores, con cifras en torno a los 500 'RT' y alrededor de 380 'favoritos' de promedio (cifras prácticamente similares para Iglesias y Rivera) para las publicaciones dirigidas a toda su comunidad (las respuestas directas tienen menos repercusión y en consecuencia, menos engagement).

En Facebook también tienen un buen engagement, con miles de interacciones en forma de "Me gusta" y centenares de comentarios y comparticiones.

Los blogs son otros soportes utilizados por ambos candidatos, aunque con poca actividad. El de Albert Rivera sí contiene entradas recientes, pero para ver las últimas publicaciones de Pablo Iglesias hay que remontarse más en el tiempo.

YouTube es otro de los canales en los que los dos tienen destacada presencia, aunque mucho mayor en el caso de Pablo Iglesias, especialmente en los canales propios de Podemos y La Tuerka. En esta red aparecen 194.000 vídeos sobre Iglesias, frente a los 56.300 en los que figura mencionado Albert Rivera.

¿De qué están hablando en las redes?

En el último mes, en el que tiene un gran protagonismo la campaña andaluza, tanto Pablo Iglesias como Albert Rivera están difundiendo un mensaje coincidente, aunque cada uno desde su particular posición ideológica. Según el estudio realizado por Vipnet360, la palabra cambio es la que más se

repite, con bastante diferencia sobre otros temas, en sus publicaciones en redes sociales, junto a referencias a los propios actos de campaña o a noticias sobre encuestas.

Albert Rivera contrapone el cambio que representa Ciudadanos a la idea de la vieja política, mientras que Pablo Iglesias se centra más en la consecución del cambio gracias a la participación y a la lucha.

La cita andaluza será el primer examen de todos los que las formaciones políticas deben afrontar en este año 2015, al que seguirán los comicios municipales y autonómicos, las elecciones catalanas y, por último, las generales. Será el momento de comprobar si los que ya han conquistado las redes sociales u optan a ello, por su notoriedad, ganan también presencia en la encuesta más real: las urnas.

\* \* \*

Metodología del estudio:

Este estudio se ha realizado a través de la plataforma iSonar de Vipnet360. Los datos correspondientes a las cuentas en redes sociales de los líderes políticos, tendencias, publicaciones e interacciones de los seguidores se han contabilizado con fecha 16 de marzo, utilizando las herramientas propias de la plataforma y otras externas como Google o Topsy. Sobre el contenido y engagement de los mensajes, se han analizado las publicaciones realizadas en las dos últimas semanas, coincidentes con la campaña de las elecciones andaluzas.

Sobre Vipnet360:

Vipnet360 es una compañía de capital 100% español especializada en marketing online. La empresa cuenta con oficinas en Madrid, Barcelona y Sevilla, y actualmente presta servicios en España, Italia, Centroamérica y México. Entre su actividad destacan los servicios de social media marketing, videomarketing personalizado, gestión de la reputación y la notoriedad online, análisis e investigación en Internet y la generación de tráfico SEM, SEO y SMO. [www.vipnet360.com](http://www.vipnet360.com)

**Datos de contacto:**

Álvaro Ramírez / Javier Peña (Vipnet360)

91 7994549

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Comunicación E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>