

Un estudio mide las emociones que transmiten los candidatos

Una agencia de comunicaci3n digital, LEWIS PR, y una empresa analista de la informaci3n en redes sociales e internet, Hydra 360, han lanzado un estudio en el que se analizan las emociones que candidatos y partidos pol3ticos transmiten en Twitter en esta campa±a electoral de las auton3micas catalanas del 25 de noviembre.

El informe muestra a Pere Navarro, candidato del Partido de los Socialistas de Catalunya (PSC), como el que m3s enfado provoca entre los usuarios que han mencionado su nombre en Twitter; y al Partido Popular de Catalunya (PPC) como el partido que m3s temor genera.

El estudio se ha llevado a cabo teniendo en cuenta las emociones que transmiten los mensajes de los usuarios de Twitter sobre los partidos pol3ticos y candidatos a las elecciones catalanas del pr3ximo 25 de noviembre. En concreto, se ha usado la herramienta de an3lisis de informaci3n en las redes sociales #market_emotions de Hydra 360, que funciona como un business intelligence y permite el an3lisis en tiempo real de emociones e intenciones asociadas a un concepto, tanto de empresas como, en esta ocasi3n, candidatos y partidos pol3ticos con representaci3n en el Parlament de Catalu±a. #market_emotions se basa en las tecnolog3as m3s avanzadas como el procesamiento del lenguaje natural, la tecnolog3a sem3ntica y algoritmos avanzados de razonamiento.Â Â

El informe se asienta en el an3lisis de 8 emociones concretas: satisfacci3n, tristeza, confianza, desagrado, temor, enfado, sorpresa y expectaci3n. Una de las cifras a destacar est3 relacionada con Pere Navarro, que cuenta con un 15,68% de mensajes que transmiten enfado entre todos los que le citan, y le sigue Alfons L3pez Tena, candidato de Solidaritat Catalana (SI), con un 14,59%.Â

Si analizamos el temor generado, el estudio destaca al candidato de Ciutadans (C3TMs), Albert Rivera, con un 16,91% y Alicia S3nchez-Camacho, candidata del PPC, con un 13,78% como los pol3ticos que generan un mayor n3mero de tweets de este tipo.

El PPC es el partido que m3s temor genera con un 37,34% de los tweets, y le sigue Solidaritat Catalana con un 20,46%. Ciutadans es el que m3s mensajes de desagrado ha obtenido de entre todos los que les mencionan, seguido del PSC y CiU respectivamente.

En cuanto a satisfacci3n, Alicia S3nchez-Camacho destaca con un 53,15% de mensajes que la transmiten entre todos los que la citan, la sigue Oriol Junqueras, candidato de Esquerra Republicana (ERC), con un 48,09%, y Alfons L3pez Tena, con un 36,69%. Por su parte, Albert Rivera es el que m3s confianza genera, seguido del actual presidente de la Generalitat y candidato de Converg3ncia i Uni3 (CiU), Artur Mas; y Joan Herrera, candidato de Iniciativa els Verds (ICV), ser3a el que m3s expectaci3n transmite, seguido de Oriol Junqueras.

sociales y políticos surgidos en los últimos tiempos. A esto se le ha añadido el auge de los Social Media, que ha modificado el comportamiento y la comunicación durante las campañas electorales, haciendo que partidos y candidatos usen fórmulas centradas en los diferentes canales, dando voz a los ciudadanos y facilitando la interacción. Precisamente porque Twitter es un perfecto termómetro de las emociones, hemos querido evaluar lo que está despertando los partidos y candidatos catalanes en la ciudadanía, afirma Alba Roig, directora de la oficina de Barcelona en LEWIS PR. «La medición de los resultados en redes sociales es vital para las marcas, y saber las emociones que despiertan es un plus que nos ayudará a definir mejor el plan de acción.»

LEWIS PR es una agencia de comunicación global intuitiva, innovadora e internacional. Además de los medios tradicionales, LEWIS se especializa en social media, marketing digital y servicios creativos. Trabaja con las empresas para implementar campañas integradas de comunicación a una escala internacional. LEWIS opera con marcas líderes y emergentes en múltiples sectores, como automoción, consumo, organismos públicos, salud, seguros, legal, organizaciones sin ánimo de lucro, viajes, tecnología y telecomunicaciones. LEWIS cuenta con más de 20 oficinas propias en Estados Unidos, Europa, Oriente Medio y África, y Asia Pacífico, y sedes regionales en Londres, San Francisco y Singapur.

Por su parte, Hydra 360 sostiene que su innovador software #market_emotions permite analizar la información, opiniones y emociones en redes sociales e internet con el objetivo de facilitar la toma de decisiones de marketing y comunicación. Se comercializa desde el pasado octubre en diferentes perfiles de licencia en modo SaaS (no requiere instalación). Actualmente más de 10 empresas lo han incorporado ya en su proceso de decisiones

Â