

Estrategias de comunicación política en las elecciones autonómicas canarias de 2015

Araceli Álvarez Díaz – Universidad de La Laguna – aracelitfe@terra.com

Resumen: La convocatoria de elecciones autonómicas y municipales en España en 2015 ha abierto un escenario cargado de incertidumbres, luchas internas y cambios en los partidos políticos. La irrupción de nuevas fuerzas políticas ha generado muchas expectativas que pueden producir cambios en el mapa político de muchas regiones. Canarias, tradicionalmente, ha estado gobernada por un pacto entre Coalición Canaria y PP o PSC-PSOE, dependiendo de la Legislatura. Esta ponencia pretende analizar las estrategias de comunicación desarrolladas por los candidatos a la presidencia del Gobierno de Canarias de los partidos Coalición Canaria-Partido Nacionalista Canario, Fernando Clavijo; Partido Socialista Canario, Patricia Hernández; Partido Popular, María Australia Navarro; y Nueva Canarias, Román Rodríguez, durante la campaña electoral, es decir, desde el 8 al 22 de mayo. Se trata de la primera vez que hay dos mujeres candidatas a la presidencia en un contexto de renovación y cambios internos no exentos de polémica en los tres principales partidos políticos con implantación en las islas. Únicamente Román Rodríguez ha sido presidente del Ejecutivo canario con anterioridad. En este trabajo se analizará la cobertura que reciben los candidatos en los medios escritos tradicionales, *El Día*, *Diario de Avisos* y *La Opinión de Tenerife*, en Tenerife, y *Canarias 7* y *La Provincia*, en Gran Canaria, y el uso que hacen de las redes sociales para desarrollar su campaña electoral.

Palabras clave: comunicación política, estrategia, redes y campaña electoral.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

1. Introducción

Las elecciones municipales y autonómicas de mayo de 2015 en España estuvieron marcadas por la aparición de dos nuevas fuerzas políticas, Podemos (Izquierda) y Ciudadanos (Derecha), que propiciaron el surgimiento de un escenario político sin precedentes en la historia de la democracia española. Estos partidos representan una ruptura con el bipartidismo y una fragmentación de la sociedad desencantada por la crisis económica, los escándalos de corrupción que salpican a los partidos tradicionales, es decir Partido Popular (PP) y Partido Socialista Obrero Español (PSOE), y el descrédito generalizado de una clase política que, sobre todo en los últimos años, ha vivido de espaldas a la ciudadanía y a sus necesidades. Este panorama general en el Estado español, se traslada al archipiélago canario donde estas nuevas fuerzas políticas irrumpen en la campaña consiguiendo en algunos casos representación en el Parlamento regional al igual que en otras comunidades autónomas, pero sin posibilidades de disputar el gobierno a los tres partidos que tradicionalmente han ostentado el poder en Canarias; es decir, la formación nacionalista, Coalición Canaria (CC), el Partido Socialista y el Partido Popular. Estos tres partidos experimentaron un proceso de renovación interna antes de los comicios que desembocó en la presentación de nuevos candidatos a la presidencia de la Comunidad Autónoma, como son Fernando Clavijo (CC-PNC), Patricia Hernández (PSC-PSOE) y María Australia Navarro (PP). Este trabajo dedicado al estudio de la campaña electoral de los candidatos de los tres partidos descritos anteriormente junto con el de Nueva Canarias (NC), Román Rodríguez, que es el único que repite y que ya fue presidente del ejecutivo regional, tiene dos partes. Una primera en la que se trata de determinar el número de informaciones que aparecen en los periódicos tradicionales de las islas, *El Día*, *Diario de Avisos* y *La Opinión de Tenerife*, de la isla de Tenerife, y, *Canarias 7* y *La Provincia*, de Gran Canaria, sobre cada uno de los candidatos mencionados, desde el 8 al 22 de mayo (fechas en las que se desarrolla la campaña electoral); y una segunda parte en la que se analiza cuáles son los principales canales que utilizaron los candidatos para desarrollar su estrategia de campaña en las redes sociales.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

2. Objetivos

Este estudio tiene, como objetivos principales, los siguientes:

- Determinar cuál de los candidatos es el que recibe una mayor cobertura por parte de los medios seleccionados para el estudio.
- Conocer cuáles son los canales de Internet que utilizan los candidatos para el desarrollo de su estrategia de campaña electoral y los contenidos que aparecen en los mismos.
- Concretar si, además de Facebook y Twitter, disponen de otro tipo de recursos en la Red y definir el uso que hacen de ellos.

3. Metodología

La primera parte del trabajo se realizará siguiendo una metodología cuantitativa ya que se trata de establecer el número de informaciones que, por candidato y periódico, se publicaron en el período elegido para el estudio con el fin de establecer el nivel de cobertura que obtiene cada uno de ellos en los medios y determinar cuál es el que recibe una mayor atención por parte de los periódicos seleccionados o saber si, por contra, la cobertura que se presta es equilibrada. Por otra parte, se estudiará la estrategia de comunicación seguida por los candidatos anteriormente citados en las redes sociales, fundamentalmente en Facebook y Twitter, así como en otros canales de Internet en su caso. En esta segunda parte, se analizará también los contenidos que aparecen en dichos canales y se tratará de fijar cuáles son las similitudes y las divergencias existentes entre los candidatos.

4 . Análisis

4.1. Noticias en la prensa de las islas sobre los candidatos

Todos los periódicos analizados destinan páginas específicas a la cobertura de la campaña electoral: *El Día* presenta una urna seguida de la leyenda 'Elecciones 2015'; *Diario de Avisos* encabeza estas páginas con las palabras 'Especial Elecciones' y el dibujo de una urna; *La Opinión de Tenerife*, por su parte, distingue las páginas con un '24 M elecciones' al igual que su homólogo en Gran Canaria que es *La Provincia*; y, finalmente, *Canarias 7* utiliza el distintivo 'Elecciones Autonómicas' y la imagen de una urna.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

La prensa de las islas sigue rutinas de trabajo que la llevan a presentar la campaña electoral como si se tratara de una “carrera de caballos”. Los diarios buscan sinergias con institutos de opinión, de tal forma que cada rotativo tiene una empresa de sondeos preferida.

A lo largo de la campaña se constata que los periódicos canarios publicaron encuestas realizadas por varias empresas en relación con los posibles resultados. En este caso destacan, sobre todo, *Canarias 7* y *Diario de Avisos* que publicaron a la par varias encuestas de las mismas empresas en distintos días antes de la jornada de votación.

Los candidatos a la presidencia del ejecutivo canario elegidos para el estudio, Fernando Clavijo, Patricia Hernández, Román Rodríguez y María Australia Navarro, recibieron una cobertura distinta por parte de los medios seleccionados para este trabajo. En este sentido, hay que tener en cuenta que dos de los candidatos, Fernando Clavijo y Patricia Hernández, son de la isla de Tenerife, mientras que Román Rodríguez y María Australia Navarro proceden de la isla de Gran Canaria.

En el siguiente cuadro se reflejan los resultados obtenidos por cada candidato en los cuatro medios analizados.

Nº Informaciones	<i>El Día</i>	<i>Diario Avisos</i>	<i>de La Opinión de Tenerife</i>	<i>Canarias 7</i>	<i>La Provincia</i>	Total
Fernando Clavijo	13	18	20	16	10	77
Patricia Hernández	10	17	13	17	10	67
Román Rodríguez	7	11	9	17	12	56
María Australia Navarro	10	12	13	15	9	59
Total	40	58	55	65	41	

Los candidatos que reciben una mayor cobertura durante la campaña electoral son Fernando Clavijo (CC-PNC) y Patricia Hernández (PSC-PSOE), con 77 informaciones el primero y 67 la segunda, mientras que Román Rodríguez (NC) y María Australia Navarro (PP), con resultados similares, se encuentran bastante por detrás (no llegan a las 60 noticias cada uno). En cuanto al seguimiento por candidatos, hay que destacar que *Canarias 7* presta una cobertura muy similar a los cuatro cabezas de lista, ya que, dos de ellos

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

(Hernández y Rodríguez), cuentan con 17 informaciones cada uno, mientras que el tercero (Clavijo) recibe 16, y María Australia Navarro 15. En segundo lugar se situaría *La Provincia* que también realiza una cobertura bastante similar de los cuatro candidatos: Patricia Hernández y Fernando Clavijo aparecen en 10 informaciones cada uno, Román Rodríguez en 12 y María Australia Navarro en 9. En tercer lugar estaría *El Día*, cuyos resultados son los siguientes: Patricia Hernández y María Australia Navarro aparecen en 10 informaciones cada una, Fernando Clavijo en 13, y, finalmente, Román Rodríguez en 7.

El candidato de Coalición Canaria-Partido Nacionalista Canario es el que cuenta con una mayor cobertura en tres de los cinco periódicos analizados. En el caso de Fernando Clavijo, el seguimiento es mayoritario en *La Opinión de Tenerife* (20), *Diario de Avisos* (18) y *El Día* (13). Se da la circunstancia de que se trata de los tres periódicos de Tenerife, isla de la que procede el candidato, y donde la formación política a la que representa tiene su principal cantera de votos. En estos mismos diarios, se sitúa, en el lado opuesto, el candidato de Nueva Canarias, Román Rodríguez, que es el menos seguido, con 9 informaciones en *La Opinión de Tenerife*, 7 en *El Día* y 11 en *Diario de Avisos*. Por contra, Román Rodríguez es el candidato más seguido en *Canarias 7*, con 17 notas, y *La Provincia* con 12. En este caso, ocurre lo mismo ya que el candidato al que se presta una mayor cobertura por parte de los periódicos de Gran Canaria es de dicha isla, en la que esta formación política tiene su principal fuente de votos. Sin embargo, hay que matizar que Patricia Hernández, del PSC-PSOE, también obtiene el mismo resultado que Román Rodríguez en el periódico *Canarias 7*. En los diarios grancanarios, la candidata que recibe menor cobertura es la del Partido Popular, con 15 informaciones en *Canarias 7* y 9 en *La Provincia*. Se da la circunstancia de que el PP ha gobernado en las principales instituciones de la isla de Gran Canaria en la Legislatura anterior.

Canarias 7, que en total publica 65 informaciones sobre los cuatro candidatos durante la campaña, destaca por ser el medio que realiza un seguimiento más completo de la misma. En el extremo opuesto se situarían *La Provincia*, con 41

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

noticias, y *El Día*, con 40, que es el periódico que menos informaciones dedica a la campaña electoral.

Cabe destacar que, en el caso de *La Opinión de Tenerife* y *La Provincia*, ambos pertenecientes al mismo grupo editorial (Prensa Canaria), la cobertura que se presta a la campaña y a los candidatos es bastante dispar teniendo en cuenta que, en algunos casos, la misma información aparece de forma simultánea en ambos diarios. *La Opinión de Tenerife* publica 55 informaciones en total, de las que 20 van para el candidato Clavijo, 13 para Hernández al igual que para María Australia Navarro, y tan solo 9 para Román Rodríguez, de tal forma que se evidencia que los candidatos de Tenerife son los más seguidos por este periódico. Por contra, en el caso de *La Provincia*, con 41 informaciones en total, el seguimiento mayoritario lo recibe Román Rodríguez con 12 noticias, seguido de Fernando Clavijo y Patricia Hernández con 10 cada uno. En este caso, tanto el candidato más seguido como la que figura en último lugar, María Australia Navarro, son de la provincia de Las Palmas.

4.2. Uso de las redes sociales

Antes de abordar el análisis de las estrategias de comunicación¹ que emplearon los cuatro candidatos a la presidencia del Gobierno de Canarias en las redes sociales, hay que puntualizar que, según Filzmaier y Moreno Cabanillas (2013: 37), “La comunicación política no se puede concebir como acciones unilaterales emprendidas desde la esfera de la política a los ciudadanos, sino como un proceso interactivo entre los gobernantes y los gobernados”. En ese sentido, la utilización de las redes de forma masiva facilita dicho proceso de interacción que se hace cada vez más profundo e intenso. De hecho, en las últimas elecciones, además de en los actos públicos y encuentros con los ciudadanos, la campaña se ha llevado a cabo sobre todo a través de las redes sociales, aunque con diferencias patentes entre los distintos candidatos.

¹ A la hora de establecer una buena estrategia política en las redes sociales (siguiendo las directrices marcadas en la Política 2.0) hay que fijar previamente unos objetivos entre los que se encuentran: 1. Emplearlas como canal de transmisión de la información de campaña; 2. Aumentar la visibilidad del político; 3. Fomentar la sensación de cercanía a la comunidad; 4. Incrementar el conocimiento de la audiencia a través de una escucha activa del político; y 5. Hacer uso del *crowdsourcing* (democracia participativa) para que la audiencia participe en la construcción de propuestas de la campaña.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Sin embargo, por regla general, el uso que hacen los políticos de las redes sociales en España es oportunista. En este sentido, José Luis Orihuela en su blog *eCuaderno.com* indica que “Las estrategias de corto plazo articuladas en torno a las campañas electorales no son el mejor método para construir buenas relaciones sociales en la red”.

Un claro ejemplo de ello, es, como se ha constatado, la utilización del perfil que tiene en Facebook la candidata del Partido Popular, M^a Australia Navarro, que no ha publicado post alguno después del día 22 de mayo, mientras que el resto de candidatos sí ha mantenido activas sus cuentas en dicha red social. Así como el uso de Twitter que hace el candidato Fernando Clavijo que utiliza una cuenta bajo la denominación de @EquipoClavijo durante la campaña, abandonando su perfil personal. Por su parte, Román Rodríguez abrió su cuenta en Facebook a finales de enero de 2015, a tan solo cuatro meses de las elecciones.

La utilización masiva de las redes sociales es clave para conseguir una estrategia más viable de cara a los comicios en cualquier ámbito, ya sea territorial, local o insular. El uso de las redes sociales en la política se produjo a partir de la victoria de Barack Obama en Estados Unidos en el año 2008. Desde entonces, la mayoría de los políticos ha buscado su propio espacio en las redes sociales en lo que “algunos autores han definido como una hibridación del marketing político y el marketing social” (Túñez; Sixto, 2011: 215). Sin embargo, Pere Oriol Costa (2012: 100) ha constatado que:

“La primera vinculación de Internet a la campaña electoral en España se produce en el año 2000 y es en las siguientes elecciones generales -en 2004- cuando su uso se hace generalizado. Actualmente, Internet, con la incorporación de las redes sociales, se ha convertido en uno de los más importantes instrumentos de campaña (...). Internet se utiliza sobre todo para difundir contenidos programáticos, la agenda de actos de la campaña y declaraciones de los líderes”.

Se da la circunstancia de que en España la clase política ha recurrido muy recientemente a las posibilidades que le ofrece la web 2.0. Tras la web 2.0,

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

apareció el concepto de Política 2.0, en la medida en que planteaba una síntesis en la aplicación de blogs y redes sociales en el ámbito político. Pero, después de la victoria de Obama en EE.UU., es el término Gobierno 2.0 el que se está imponiendo. Gobierno 2.0 simboliza el uso de valores como la colaboración o la transparencia en el ejercicio de la labor institucional. Según Abejón, Sastre y Linares (2012: 136),

“Los políticos españoles no ven la Red como un medio para reparar las brechas del sistema político, para evitar esa separación que existe entre ciudadanos y políticos, es decir, se suman a herramientas como las redes sociales para intentar beneficiarse de ellas y ganar votos, pero no las ven como un canal para conseguir motivar a la población y reforzar así la democracia con el objetivo de crear una E-democracia”.

El uso de las redes sociales para vehicular sus mensajes de campaña es un denominador común a los cuatro candidatos seleccionados para el estudio, aunque cada uno de ellos las emplea de forma distinta como se constatará más adelante. Todos disponen de cuentas en Facebook y Twitter, aunque, en algún caso, hay otros instrumentos de la Red a los que también acuden para dar a conocer sus mensajes y actividades durante la fase de campaña. En este sentido, Túnnez y Sixto (2011: 213) explican que:

“Las redes, por el volumen de participantes y por las condiciones de control sobre el mensaje, parecen un soporte (una herramienta) idónea para ganar adeptos en la actividad política, tanto en las planificaciones de las grandes actuaciones de campaña como en la necesaria parcela de comunicación interpersonal que necesita fomentar todo candidato para mantener o crear imagen, para difundir ideas, para fomentar círculos de apoyo, para relacionarse directamente con sus votantes o para marcar distancias sobre sus adversarios”.

La utilización de estos nuevos instrumentos para dar a conocer mensajes electorales a una generación que es básicamente digital es necesaria para

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

llegar al público en general, que, cada vez más, acude a las redes para informarse.

Los autores Túñez y Sixto (2011: 217) establecen siete puntos que hay que tener en cuenta en cuanto al uso de Facebook en comunicación política:

Es comunicación personal	Las redes sociales definen un entramado de relaciones en las que cada usuario se crea un espacio virtual de comunicación interpersonal, fundamentalmente con un contenido lúdico, de entretenimiento, de empatía con el propio círculo (o red) de amistades con las que acepta voluntariamente compartir ese escenario virtual.
Herramienta diacrónica	Facebook ofrece un punto virtual de reunión en el que la invitación a entrar es permanente y en el que se registran las participaciones activas: aportar material, aportar comentarios, sumarse a los que les gusta una propuesta... en comunicación interpersonal y colectiva (muchos a muchos) sin necesidad de coincidir temporalmente en la acción (diacrónica).
Los convenios son pro-activos	Seguramente uno de los aspectos más interesantes del uso de Facebook es que se refuerza que quien actúa es el mensaje y no el receptor en los flujos habituales de comunicación. El contenido llega al usuario sin que el usuario lo busque; está en su espacio de comunicación personal cada vez que accede a él. El matiz es importantísimo porque en este caso los contenidos adquieren una dimensión de proactividad.
Mejora el rapport	La relación grupal se da en espacios personales, lo que ayuda a mejorar el clima relacional político-usuario. La red aproxima, humaniza la intercomunicación al desarrollarse en entornos personales.
Vigencia del mensaje limitada	La vigencia depende de la frecuencia de renovación de asuntos. Lo interesante es lo que está en nuestro muro, pero aún más que esa publicación aparece en página de inicio de los miembros de nuestra red, pero en cada uno de ellos se renuevan en función de la actividad de todos sus amigos. Entendemos que ha de ser un muro vivo, con constantes aportaciones, por lo que se ha de tener en cuenta que para muchos visitantes los asuntos de contacto se limitarán a los que caben en la primera pantalla o, como mucho, a los que nos permita el scrolling.
Se consume lo que se ve	Se ha de procurar que los asuntos importantes estén en el muro. No todos los usuarios buscan en otras pestañas de la página; la mayoría se conforma con lo que ve al acceder: miran lo que se les aparece a simple vista.
Diálogo, mejor que discurso	La comunicación en Facebook es dialógica no discursiva. Las aportaciones han de ceñirse a la máxima de la red: breve y conciso, a poder ser en el texto que cabe en la ventana sin que el usuario tenga que recurrir a activar "saber más". La idea de que debemos jerarquizar los contenidos y codificar el mensaje para que el receptor lo tenga todo sin depender de que ejecute una acción suplementaria de pedirnos más rige para los contenidos de cualquier web y se extrema en las redes sociales.

4. Análisis: Fernando Clavijo (CC-PNC)

En este apartado se analizará el uso que hacen los candidatos de sus perfiles en Facebook² así como de otros recursos como blogs³ o páginas personales, en el caso de que las tengan. Como se indicó anteriormente, el antecedente fue la campaña del presidente norteamericano Barack Obama, que empleó

² Esta red social permite realizar una comunicación más emocional y cercana con el público. Las fotos y vídeos son muy efectivos en este canal.

³ "La política 2.0 requiere de la capacidad del político para abrirse a los ciudadanos, fomentando su participación y valorando sus comentarios u opiniones. La creación de blogs o perfiles en redes sociales que solo patentes presencia y no participación provocarán en la audiencia un descontento mayor que las ausencias, puesto que los beneficios de las presencias en los entornos 2.0 empiezan a conseguirse desde el momento en que se elimina la unidireccionalidad, surge el *feedback* y la comunicación se vuelve bidireccional" (Túñez; Sixto, 2011: 214).

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

como recurso principal las herramientas *online*. Su guía básica fue la web www.barackobama.com. A través de la web, Obama opinaba, proponía o twitteaba en su blackberry.

El candidato de Coalición Canaria-Partido Nacionalista Canario, Fernando Clavijo Batlle, utiliza su perfil de Facebook, que abrió en 2013, y, además, tiene una página web (<http://www.fernandoclavijo.com/>). Por lo que se refiere a los post publicados en su cuenta de Facebook, con el nombre de Fernando Clavijo Batlle, Político, el candidato nacionalista es el que menos entradas tiene durante el período de campaña:

Día de publicación	Nº Fotos/vídeos	Texto
8 de mayo	1 foto	No podemos conformarnos con permanecer anclados en la zona de confort que nos permite el récord de turistas. Tenemos que mejorar, procurar la excelencia y afrontar los retos que ayuden a que el turismo siga siendo el motor de nuestro crecimiento económico, impulsando y ayudando a otros sectores productivos a ser más competitivos.
10 de mayo	4 fotos	(visita en Puerto de la Cruz)
10 de mayo	2 fotos	(visita El Sauzal)
11 de mayo	1 foto	Nuevo ciclo, nuevos desafíos
11 de mayo	1 foto	Queremos conocer tu opinión. Compártela con nosotros www.coalicioncanaria.org/valoranos
11 de mayo	2 fotos	(visita zona empaquetado de plátanos)
12 de mayo	20 fotos	La Gomera 2015
12 de mayo	5 fotos	La Gomera 2015
14 de mayo	1 foto	Zonas comerciales Clavijo 2015
22 de mayo	1foto	Quiero dar las GRACIAS al equipo @coalicion por el trabajo realizado. Debemos sentirnos orgullosos de una campaña marcada por la ilusión.
22 de mayo	1 foto	Llegamos al final de una campaña intensa, en la que nos hemos esforzado por llevar nuestro programa a todos y cada uno de los rincones de nuestras islas. Espero poder haberles transmitido mi ilusión por construir entre todos una Canarias mejor. Muchas gracias por su apoyo durante estas semanas.

* En los casos en los que no hay texto, se ha reflejado el contenido entre paréntesis.

Se trata de tan solo 11 entradas en los 15 días que dura la campaña (no hay publicaciones los días 9, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20 y 21) sobre los siguientes temas: Turismo; se invita al público a que valore al candidato a través de la web <http://www.coalicioncanaria.org/valoranos>; actividad de campaña con visitas y lemas; y agradecimientos. El candidato no contesta a los comentarios de sus seguidores por lo que no se establece un diálogo o se fomentan el debate y la bidireccionalidad en la red.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Por lo que se refiere a la página web, los contenidos son los siguientes: La primera pantalla simplemente contiene el nombre del candidato y el lema de campaña que es “De aquí en adelante”. Además hay una serie de apartados que son los que se detalla a continuación: 1. **La presentación del candidato**, que aparece en una foto en la que saluda a la audiencia y le da la bienvenida a “este canal de comunicación”, que es una vía para “escuchar las propuestas de la gente” y transmitir sus proyectos para Canarias; 2. **La agenda**, en la que se incluyen todos los actos en los que va a participar invitando al público a que se integre en los mismos con las frases: “Nos vemos, estaré contigo. Estás en mi agenda”; 3. **Publicaciones**, donde se recogen sus artículos de opinión y sus apariciones en la prensa; 4. **Una pestaña de contacto** (en la que se invita a la gente a que haga sus comentarios y sugerencias); y, finalmente, 5. **Valoración del candidato**, apartado en el que se plantean varias preguntas. La primera de ellas es: ¿Qué opinión tiene Vd. de Fernando Clavijo? Se puede valorar cada uno de estos ítems con una puntuación del 1 al 6.

La página web, que presenta un diseño muy sencillo, se utiliza básicamente para difundir las opiniones del candidato y la agenda, mientras que la interacción con la audiencia es bastante limitada. Simplemente se invita al público a hacer sugerencias y comentarios por medio de un enlace de contacto y a valorar al candidato a través de un breve cuestionario. Asimismo, cabe destacar que no se ofrece datos personales del candidato y tampoco se hace referencia a su trayectoria política, como sí ocurre en otros casos como se verá más adelante. Se da la circunstancia de que Fernando Clavijo es un político conocido en la isla de Tenerife, ya que ha sido alcalde de uno de sus municipios, pero no cuenta con mucha visibilidad en las islas de la provincia de Las Palmas.

4.1. Patricia Hernández (PSC-PSOE)

La candidata del Partido Socialista Canario, Patricia Hernández, cuenta con un perfil en Facebook y con una web personal que se puede consultar en la siguiente dirección: (<http://patriciahernandez.es/>). En cuanto a su presencia en Facebook, la candidata tenía un perfil, y estrenó su nueva cuenta como 'página' en el mes de febrero de 2015, ya que: “El perfil se había quedado pequeño

La pantalla insomne - 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

para todos los amigos y amigas que querían participar”. En dicha página se presenta como Patricia Hernández Gutiérrez, Político, y saluda al público por medio del siguiente texto: 'Bienvenida a mi página, bienvenido a mi página. Este será un lugar de encuentro, de ideas, de reflexión y debate, sobre la Canarias que construiremos [junt@s](#)'. La publicación de post durante la campaña electoral es la que sigue:

Día de Publicación	Nº Fotos/vídeos	Texto
8 de mayo	3	A 15 días
8 de mayo	24	Por toda Canarias #GobernarParaLaMayoría . Gracias a los miles de militantes y simpatizantes que no han parado. ???son los mejores
8 de mayo	3	En La Palma #IslaAIsia se nota el entusiasmo!! Feliz de escuchar y diseñar respuestas, de pactar con la gente
10 de mayo	1 página periódico Canarias 7	Les presento a parte del equipo!! Gracias al Canarias 7 por ponerles rostro y nombre
11 de mayo	1 vídeo	Ser canarios y canarias es levantarse cada mañana y trabajar duro. Ser canarios es nuestro mar, nuestra tierra, nuestra gente. #SerCanarios es nuestro sector primario. #GobernarParaLaMayoría
13 de mayo	9 fotos	Ayer empecé el día con una entrevista en la Radio Autonómica de Canarias donde hablamos de la situación actual pero también hablamos de propuestas. Continuamos con reuniones con los colectivos de discapacidad (FEAPS y CERMI) donde les señale mi compromiso con establecer una cartera de servicios y un plan de inclusión tan necesario para su pleno desarrollo social. Y acabamos en Los Realejos hablando con las vecinas y vecinos y apoyando el desarrollo del municipio.
14 de mayo	9 fotos	Ayer martes en Gran Canaria, jornada intensa, reunión con la candidatura, encuentro con los vecinos en las calles de Las Palmas, Reunión con El sector industrial (Asinca) luego Chat del Canarias 7, de allí a reunión con el Cluster Tecnológico hablando de los compromisos en Investigación, desarrollo e innovación y finalmente encuentro en Ingenio con vecinos....Si....sigo con fuerza
15 de mayo	1 vídeo	Les dejo uno de los Spots sobre jóvenes.
15 de mayo	1 vídeo	Mi compromiso, trabajos dignos.
16 de mayo	10 fotos	Ayer debate en La Cope, luego al barrio de El Toscal y de allí, rumbo a La Palma. Comida con los compañeros y compañeras de Los Llanos y visita a la agrupación de El Paso donde, como en el resto de agrupaciones de Canarias, trabajan duro para traer el cambio a Canarias. Y luego acto con los candidatos de la Isla Bonita.
16 de mayo	1 vídeo	Necesitamos que te quedes, necesitamos que vuelvas.
18 de mayo	10 fotos	El sábado en Arico presentando nuestras propuestas sobre energías renovables y crecimiento sostenible y el domingo en la fiesta de la Rosa en Tarajalejo, Fuerteventura compartiendo mitin y entusiasmo con 600 personas
18 de mayo	1 vídeo	Tienes derecho a disfrutar de tu propia vida.
19 de mayo	8 fotos	Ayer lunes recorriendo mi barrio, La Salud, empezamos por La Cruz del Señor, hablando con mis vecinos y vecinas de toda la vida. Después de explicar el programa en medios de comunicación
20 de mayo	1 vídeo	Es hora que nuestros mayores descansen y disfruten con tranquilidad.
22 de mayo	15 fotos	Recorriendo Las Remudas con Alejandro, próximo alcalde de Telde y de allí al Puerto de La Cruz, apoyando al que será un magnífico alcalde, mi amigo Marcos
22 de mayo	5 fotos	Medios de comunicación y explicando nuestro proyecto a jóvenes en el TEA, escuchando sus preocupaciones y demandas.
22 de mayo	1 vídeo	Este domingo decides tu futuro.

Se trata de 18 publicaciones aparecidas entre los días 8 y 22 de mayo en las que no solo hay fotos, sino que también aparecen 7 vídeos y 1 página de un periódico digital. Sin embargo, hay varios días en los que no hay publicación alguna: 9, 12, 17 y 21 de mayo. Los temas a los que hacen referencia los post

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

son los siguientes: Actos de campaña; intervenciones en medios de comunicación; encuentros con colectivos y visitas a barrios e islas; presentación de su equipo de campaña; agradecimientos, lemas, compromisos y propuestas.

La candidata del Partido Socialista Canario dispone de una web personal cuyos apartados son los que se describe a continuación: 1. **Inicio**. Patricia Hernández, Un gobierno que hable de ti; 2. **Patricia**. Presentación de la candidata con datos personales y profesionales; 3. **Compromisos de Patricia Hernández**. Se describen las 50 Medidas para cambiar Canarias; 4. **Conecta** facilita al público estar en contacto directamente con Patricia a través de sus perfiles en las redes sociales y suscribirse a las newsletter de campaña; 5. **Colabora** posibilita a la audiencia suscribirse y recibir toda la información de la campaña en su correo; 6. **Construye** permite a la gente aportar sus ideas en diversos foros. Con el texto: “Si has llegado hasta aquí, felicidades, tú vas a ser una de las personas que va a construir la campaña de Patricia. Como ves, hemos abierto diversos foros para que nos cuentes tus ideas, anhelos y prioridades para el futuro de Canarias. Solamente tienes que darte de alta y participar”, se hace una llamada al público para que participe activamente. Los foros son: Empleo, Economía y Competitividad, Sanidad, Igualdad, Energía y Medio Ambiente, Políticas para jóvenes y un gobierno abierto y transparente; y 7. **Comparte** las 50 medidas de Patricia Hernández para cambiar Canarias.

Por lo que respecta a su perfil en Facebook, la candidata socialista se muestra algo más activa que el nacionalista Clavijo, y, a diferencia de éste, introduce algunos vídeos sobre colectivos sensibles como son los jóvenes, del regreso de muchos de ellos que se han marchado por falta de oportunidades, y temas como la formación, las becas y el empleo; así como sobre las personas mayores. En cuanto a los vídeos, cabe destacar que se trata de los típicos vídeos electorales que se puede ver en los espacios de propaganda electoral gratuita de los que disponen los partidos políticos en las televisiones en los que se pide el voto para la formación política en cuestión. La candidata suele contestar a algunos comentarios de sus seguidores utilizando para ello emoticonos y un lenguaje cercano.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Por su parte, en la página web, combina, por un lado, la información personal y los contenidos programáticos, y por otro, se diferencia de Fernando Clavijo en la apertura de espacios de debate y de interacción más activa con el público, motivándolo e invitándolo a ser parte de su proyecto político a través de foros sobre los temas que son los principales ejes de su campaña electoral (utiliza técnicas propias del *crowdsourcing* o democracia participativa). Asimismo busca un contacto estrecho con la ciudadanía a la que invita a “conectarse” con la candidata a través de sus perfiles en las redes y de las newsletters de campaña y a “compartir” las 50 medidas para Canarias.

4.2. Román Rodríguez (NC)

El candidato de Nueva Canarias, Román Rodríguez, también dispone de un perfil en Facebook, que abrió en el mes de enero de 2015, y de una página web que se puede consultar en la siguiente dirección: (<http://www.romanrodriguez.org/>). Por lo que se refiere a su perfil de Facebook, donde aparece como Román Rodríguez, Político, la secuencia de publicación de post durante la campaña es muy elevada y el candidato se muestra muy activo como se refleja en los datos que se relaciona a continuación:

Día de publicación	Nº Fotos/vídeos	Texto
9 de mayo	8 fotos	Hoy hemos estado apoyando a los compañer@s de Nueva Canarias Tenerife en su acto presentación candidaturas. Tenemos hombres y mujeres con voluntad de cambio. He resaltado el gran trabajo de los compañeros de Tenerife, seguimos sumando esfuerzos para cambiar Tenerife el próximo 24 de Mayo. Nueva Canarias se sustenta desde el municipalismo con el que hemos juntado 1500 hombre y mujeres para el cambio. Santa Cruz, La Laguna, Adeje, La Guancha, Icod de los Vinos, Tacoronte y en muchos más municipios seremos alternativa a la derecha. Nueva Canarias-Por Tenerife dejará a la derecha fuera de las instituciones. Nuestro programa en Tenerife es nuestro compromiso, cambiaremos la isla y cambiaremos canarias. Lo que nos pasa tiene nombre y apellidos: PP-CC-PSOE, que reformaron la Constitución Española para dar prioridad a los bancos. Pedimos que en estos días hagamos un esfuerzo: extender la voz de Nueva Canarias por cada rincón. (RRR)
10 de mayo	5 fotos	El pasado jueves estuvimos en Firgas para la presentación de candidaturas de COMFIR-Nueva Canarias, un entrañable acto donde se respiró muy buen ambiente. Todo el ánimo a Jaime Hernández y su equipo. (RRR)
11 de mayo	17 fotos	Este domingo hemos estado en La Gomera para la presentación de nuestras candidaturas y propuestas para el desarrollo insular. Hemos desarrollado una intensa jornada, se decide nuestro presente y futuro. Junto a los compañeros de La Gomera, tuvimos la oportunidad de escuchar las necesidades de la Isla. Tenemos un equipo articulado para transformar e impulsar la isla. La Isla necesita un cambio más que ninguna porque ha estado anquilosada y quien gobierna no la ha hecho funcionar. El principal problema de La Gomera es el régimen político que se instaló hace treinta años y la única solución es cambiarlo. (RRR)
11 de mayo	1 foto	Desde Nueva Canarias apostaremos por lograr una mayor agilidad y eficiencia en la tramitación y aprobación de las ayudas a la dependencia, ya que entendemos que los procesos de evaluación y de gestión de los servicios y prestaciones deben quedar en manos de los cabildos. (RRR)
11 de mayo	1 infografía	Para Nueva Canarias es fundamental impulsar la conectividad entre las islas y con el exterior. Vamos a trabajar para la cohesión territorial entre Canarias y el resto del territorio. (RRR) http://canariaserestu.org

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

11 de mayo	1 foto	Esta mañana hemos expuesto nuestras propuestas económicas a la directiva de la Confederación Canaria de Empresario (CCE). Desde Nueva Canarias reclamamos una financiación autonómica justa y aumentar la recaudación persiguiendo el fraude fiscal, entre otras medidas, para tener una mayor inversión pública. He defendido que el crédito debe volver a fluir de nuevo para que llegue a las pequeñas y medianas empresas y a las familias. Solo así se tirará de la demanda, habrá crecimiento y se generará empleo. La situación que estamos viviendo, en la que se han cerrado miles de empresas, el paro ha alcanzado el 32% y se han deteriorado los servicios públicos, tiene su causa en las políticas de recortes. Las propuestas de Nueva Canarias vienen de los años que hemos estado denunciando en solitario los recortes, el incremento de la pobreza, la deficiente financiación autonómica o el deterioro de la educación y la sanidad públicas. Es un programa hecho aquí, no está cocinado en una universidad, alimentado de las reuniones que Nueva Canarias ha mantenido durante años con los distintos sectores sociales organizados y escuchando a la calle. (RRR)
11 de mayo	1 infografía	Con la última reforma de la financiación autonómica hemos dejado de recibir 800 millones de euros cada año. Los responsables son el PP, Coalición Canaria y PSOE. Desde Nueva Canarias buscaremos que se mejore la financiación de la Comunidad Autónoma por parte del Gobierno Central. (RRR)
12 de mayo	1 infografía	Queremos un sistema fiscal justo. Desde Nueva Canarias defendemos una política fiscal justa y progresiva. Perseguiremos el fraude fiscal, exigiremos mayor esfuerzo fiscal a las rentas más altas (a partir de 90.000€) y aumentaremos los tipos del IGIC vinculados al consumo de lujo. (RRR)
12 de mayo	1 foto	Desde Nueva Canarias lucharemos por una nueva financiación autonómica que nos permita recuperar los 800 millones de euros que perdemos cada año respecto a otras comunidades autónomas. (RRR)
12 de mayo	1 foto	Les dejo nuestra web de campaña donde podrás mantenerte al tanto de toda nuestra actividad, programa, candidaturas, agenda... http://canariaserestu.org/
12 de mayo	1 foto	Hoy hemos tenido en Tenerife una jornada de trabajo con colectivos relacionados con las renovables, industria y sector primario, como RICAM, ASAGA, AGATE, ASPROCAN y ASINCA; colectivos con los que hemos trabajado estos cuatro años. He mostrado el apoyo de Nueva Canarias al desarrollo de las energías renovables para avanzar hacia la autosuficiencia energética de Canarias. Las energías limpias deben ser un referente incuestionable para cualquier modelo energético de futuro. El uso de las renovables ya es una inquietud colectiva que ha interiorizado en la sociedad canaria, donde cada vez más gente es consciente de la importancia que tiene esta apuesta para el futuro. Plantearemos una consulta ciudadana si alguien intenta imponer las plantas regasificadoras en las Islas. Hemos mostrado también nuestra apuesta por todos los productos fabricados en las islas. En Nueva Canarias continuaremos con el nivel de trabajo político y compromiso social que hemos demostrado en las últimas legislaturas. 6067592F298555080798320038251 http://goo.gl/pGb6pd (RRR)
13 de mayo	1 infografía	Para Nueva Canarias es vital proteger al sector pesquero artesanal y reforzar los controles fitosanitarios sobre los productos importados. Fortaleceremos las cofradías y la figura del pescador profesional, y por otro lado, implantaremos medidas efectivas para el control de la importación ilegal de productos agrarios. (RRR)
13 de mayo	1 foto	Hoy he ofrecido una conferencia en el Foro social de la Cadena SER, bajo el título "Más recursos, más servicios públicos, más igualdad". PP, Coalición Canaria y PSOE han aplicado los recortes, que han generado más paro, deteriorado los servicios públicos y generado pobreza y miseria. Por todo esto, pido a los ciudadanos que no pongan el marcador a cero y apunten bien el 24 de mayo porque si no lo hacen de aquí en adelante será más de lo mismo. La clave está en definir qué modelo económico articulamos porque hay dos opciones, un sistema en el que unos pocos ganan mucho, que es el actual, u otro en el que la riqueza se reparte entre la mayoría social. El sistema económico se tiene que reorganizar para generar empleo de calidad y para repotenciar los servicios públicos. Si Nueva Canarias está en el próximo gobierno autonómico, frenará los recortes y pondrá en marcha medidas de estímulo que reactiven la economía. Entre estas medidas están fomentar la fluidez del crédito a las pymes y las familias para que haya consumo. Si fuera necesario, creando un instituto canario de crédito. (RRR)
14 de mayo	1 infografía	Frente a la desigualdad provocada por Coalición Canaria, PSOE y PP, nosotros apostamos por atención a los más desfavorecidos. Proponemos un Plan Canario Contra la Pobreza que atienda a los más de 47.000 hogares canarios sin ningún tipo de ingresos. Es necesaria una nueva Ley Canaria de Servicios Sociales para dar respues los nuevos retos. http://canariaserestu.org (RRR)
14 de mayo	1 foto	Esta noche a las 20:30 horas seré entrevistado en la Televisión Canaria. ¡Espero contar con ustedes!(RRR)

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

15 de mayo	1 vídeo	Pobreza, desempleo, crisis, corrupción, petróleo, recortes, privatización, listas de espera y desgobierno, esto ha sido el resultado de las políticas de los últimos años. ¡No dejes que sigan! Tenemos la oportunidad de cambiar Canarias, apuesta por el progreso, el trabajo, la sostenibilidad, la justicia, la igualdad, la transparencia, apuesta por una sanidad y educación pública, y por más autogobierno. Apuesta por Canarias. #VamosACambiarCanarias#CanariasEresTú
16 de mayo	1 foto	He participado en un debate con el resto de candidatos a la Presidencia del Gobierno de Canarias en Cope Canarias. Entre otras cosas, he señalado que nunca hemos vivido un momento peor, con una política basada en los recortes que ha paralizado el bienestar. Hemos padecido un gobierno alejado a la realidad ciudadana y por eso es la hora de ponerlos en su sitio. Es la mala economía la que nos llevó hasta aquí, nunca tuvimos tantos problemas en Canarias. Estamos en un quiebra absoluta y si no cambiamos de manera radical no tenemos futuro. El turismo no está generando el empleo que debe. Necesitamos inyectar créditos a las familias. Tenemos que hacer fluir el crédito a autónomos y Pymes para impulsar el desarrollo económico. Estamos en la cola de sanidad, sistema educativo y servicios sociales, no basta con tener recursos, hay que gestionarlos. Todas las promesas que se están haciendo aquí, se incumplirán si no se inyectan más recursos. Desde Nueva Canarias presentamos un plan sobre la pobreza y lo rechazaron. Nos proponen frente a esto olvido. Quien se olvidó de los que no tienen ingresos deben pagar en las urnas. Hay que hacer hospitales públicos, introducir una renta básica. Hay 300 millones autorizados para gastos que no se gestionaron. Nosotros lo hubiéramos dedicado a la gente. No tenemos una propuesta en nuestra programa que no hayamos defendido en estos años. Nuestro programa se ha hecho en base a la discusión y al debate. En definitiva, han impuesto una política de recortes y austeridad y la solución pasa por cambiar la correlación de fuerzas. Necesitamos más inversión pública y más democracia y por ello seguiremos reclamando la reforma electoral y mecanismos de control. Presentamos un programa hecho aquí y defendido en las calles. Un programa con experiencia y rigor. (RRR)
16 de mayo	1 infografía	Planteamos adquirir Viviendas de Protección Oficial embargadas para el alquiler social y evitar verse sin ningún techo. Pondremos en marcha un programa de mediación para evitar lanzamientos por impago de alquiler o préstamo hipotecario. (RRR)
16 de mayo	1 infografía	Nueva Canarias apoya, sin cortapisas, a la I+D+i para diversificar la economía canaria, por eso aumentaremos la inversión pública en este sector. (RRR)
17 de mayo	5 fotos	El pasado viernes estuvimos acompañando a Pedro Quevedo en la presentación de nuestra candidatura al Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria. Por nuestro carácter plenamente municipalista, sabemos la capacidad de transformación que tienen los ayuntamientos. Hace cuatro años abrimos brecha en Las Palmas de Gran Canaria. No fue fruto de la casualidad sino del trabajo duro. Ahora, Las Palmas de Gran Canaria tiene que proyectarse al mundo y eso sólo se puede hacer con visión. (RRR)
17 de mayo	6 fotos	También hemos estado en La Aldea para apoyar a nuestros compañeros y compañeras. Ilusionado por las energías recibidas en La Aldea, fuerza para seguir bregando. Tenemos que luchar para cambiar Canarias, apostando por una política económica al servicio de la gente, necesitamos una política económica que genere empleo de calidad, y que apueste por los servicios públicos. Tenemos la oportunidad de cambiar Gran Canaria cambiando el gobierno del Cabildo ya que para mejorar La Aldea, no sólo basta con el excelente trabajo aquí realizado, necesitamos un Cabildo diferente. Les pedimos que nos ayuden para que el 24 de Mayo se abra la senda del cambio, para que podamos recuperar el futuro. (RRR)
17 de mayo	9 fotos	En Gáldar, más de 1000 personas respaldaron al compañero Teodoro Sosa, y allí estuvimos para arroparlo. Un gran equipo que ha trabajado duro estos años, y que sin duda lo van a seguir haciendo. (RRR)
17 de mayo	6 fotos	Anoche estuve en el acto comarcal de Nueva Canarias en el sureste de Gran Canaria, donde se integran los municipios de Ingenio, Agüimes y Santa Lucía de Tirajana. Hemos conseguido tener 1500 hombres y mujeres que comparten la gestión del Sureste de Gran Canaria, en toda Canarias. Nunca en los últimos años hemos tenido los datos tan nefastos que tenemos en Canarias. La gente de mi generación vivió mejor que la de nuestros padres, ahora corremos el riesgo de que nuestros hijos vivan peor. Canarias está a la cola de todo lo bueno. No podemos permitir que de aquí en adelante sea más de lo mismo. En cada rincón de Canarias llevamos como referente los principios de la comarca del Sureste de Gran Canaria. El 24 de Mayo tenemos 2 caminos: seguir con más de lo mismo o apostar por la alternativa que representa Nueva Canarias. Por eso tenemos que conseguir que las urnas se llenen de votos verdes para cambiar Canarias. (RRR)
18 de mayo	1 vídeo	Juntos llevaremos a Canarias por la senda de la recuperación económica, sin dejar a nadie atrás, en Nueva Canarias nuestra idea es crecer, creando empleo con una economía más justa, cuando paga todo el mundo, cuando pagan los que más tienen se pueden blindar los servicios públicos. Creemos en una Canarias limpia, sostenible, democrática y con más autogobierno para llegar juntos a nuestro destino. El 24 de mayo nos toca decidir, el futuro se decide ahora, ¿qué camino quieres que siga Canarias? #CanariasEresTú

La pantalla insomne - 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

		#VamosaCambiarCanarias
19 de mayo	1 foto	Buenos días, desde Nueva Canarias vamos a luchar contra los repagos sanitarios. Exigiremos al Estado la recuperación del poder adquisitivo de las pensiones de nuestros mayores y el fin de los repagos sanitarios, así como una adecuada aplicación de la ley de dependencia. (RRR)
19 de mayo	1 foto	En nuestro programa electoral también proponemos una mayor participación ciudadana en los grandes asuntos que afectan al interés género de Canarias, implantando las consultas ciudadanas. (RRR)
19 de mayo	1 foto	Les dejo con nuestros compromisos básicos para cambiar La Palma. Los palmeros pueden confiar en Miguel Ángel Pulido ya que va a ser el mejor defensor de los intereses de la isla. (RRR)
19 de mayo	1 foto	Desde Nueva Canarias nos comprometemos a luchar por la implantación de una Tarifa Aérea Única para que a los residentes canarios le cueste lo mismo viajar entre islas; y al establecimiento, asimismo, de una Tarifa Aérea máxima entre Canarias y el resto del Estado. (RRR)
19 de mayo	1 foto	Desde Nueva Canarias exigiremos el cumplimiento del REF económico en el apartado de carreteras, transporte de personas y mercancías, desalación de aguas..., que supondría 400 millones anuales. (RRR)
20 de mayo	1 foto	Estos son nuestros compromisos básicos para cambiar Tenerife. Santiago Pérez será la voz que defienda los intereses de Tenerife Parlamento de Canarias, y juntos lucharemos para lograr estos objetivos. (RRR)
20 de mayo	1 infografía	Promoveremos la supresión de las barreras aduaneras para el sector cultural, y que el sector represente el 1,2% PIB. (RRR)
20 de mayo	1 foto	Hemos celebrado un encuentro con colectivos relacionados con el deporte de élite y federado. El deporte cohesion a nuestra sociedad, imprime valores. Los deportes autóctonos ayudan a preservar nuestro acervo cultural. Desde Nueva Canarias entendemos que es necesario que las intituciones públicas apoyen las actividades deportivas. Nuestros deportistas tienen un alto nivel, pero están condicionados por la lejanía y el precio del transporte. Proponemos que los traslados de los deportistas base sea a coste 0€ para las familias. No puede ser que las ayudas de los traslados tarde meses en llegar y que los deportistas dejen de competir. Proponemos una Ley del Deporte, en colaboración con los colectivos implicados y establecer mecanismos de mecenazgo. Y no nos podemos olvidar de la gente con discapacidad, fundamental garantizar su acceso al deporte. (RRR)
20 de mayo	1 infografía	Es necesario reforzar nuestra democracia. 1) Implantaremos las consultas ciudadanas, facilitando la participación de la ciudadanía en temas de interés general de Canarias. 2) Compromiso de desarrollo de los valores de responsabilidad, honradez y de servicio a la ciudadanía. 3) Lucha contra la especulación urbanística, el tráfico de influencias y la malversación de recursos públicos.
21 de mayo	1 infografía	Estableceremos la Ley Canaria de Emprendeduría y Autoempleo Joven para que los jóvenes puedan labrar el futuro aquí. (RRR)
21 de mayo	1 infografía	Desde Nueva Canarias nos parece necesario promover el debate sobre la legalización del consumo de la marihuana, comprometiéndonos a superar la sociedad "amurallada de prejuicios en la que vivimos". (RRR)
21 de mayo	1 infografía	Vamos a poner especial atención a las familias con mayores y personas con discapacidad. (RRR)
21 de mayo	1 foto	Los pescadores de Arrecife nos han trasladado sus demandas en el sector. Lanzarote requiere de una mayor inversión pública y de una apuesta turística sostenible. El 24 de Mayo el cambio es posible en Lanzarote, merecemos un gobierno insular para las personas. Nos han gobernado alejados de la realidad social. (RRR)
21 de mayo	1 foto	Desde Nueva Canarias impulsaremos la creación de un Consorcio Canario de Crédito, dirigido a captar recursos estatales y europeos para realizar préstamos a las PYMES con garantías y en condiciones justas. (RRR)
21 de mayo	1 infografía	Para nosotros la educación sí es una prioridad social. Su financiación debe alcanzar, al menos, el 5% del PIB. (RRR)
21 de mayo	1 infografía	Nos comprometemos a dotar de la financiación adecuada a la sanidad canaria, para prestar un servicio de calidad. (RRR)
21 de mayo	1 foto	Desde Nueva Canarias impulsaremos una Ley Canaria de la emprendeduría y auto empleo

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

		joven, que facilite un marco legislativo para iniciar proyectos empresariales. (RRR)
21 de mayo	1 foto	Una de nuestras propuestas es aprobar una renta básica para los 47.000 hogares canarios sin ingresos, con políticas coordinadas y recursos del Estado, del sistema de Seguridad Social y de Canarias. (RRR)
21 de mayo	1 foto	Estas son nuestras propuestas básicas para cambiar Lanzarote. Con Gladis Acuña la isla tendrá una voz firme en el Parlamento de Canarias. (RRR)
21 de mayo	1 foto	Hoy a las 21:15 hrs participaré como candidato a la Presidencia del Gobierno de Canarias en el debate electoral de RTVC. ¡Les espero! ¡Vamos a Cambiar Canarias! (RRR)
22 de mayo	1 foto	Éstas son nuestras propuestas básicas para cambiar El Hierro. Con Nieves de La Fuente los herreños tendrán una voz que defienda los intereses de la Isla en el Parlamento. (RRR)
22 de mayo	1 foto	Proponemos una Renta Básica para que las personas sin ingresos puedan vivir dignamente. (RRR)

*Los textos se han reproducido literalmente, con erratas incluidas.

Se trata de 46 publicaciones, entre los días 9 y 22 de mayo, todas ellas acompañadas de fotografías (en algunos casos son fotos con textos superpuestos) o infografías, así como de 2 vídeos, sobre los siguientes temas: Presentación de los candidatos de la formación política Nueva Canarias en las distintas islas; contenidos, propuestas, compromisos y promesas de campaña por sectores y temas; agenda, con intervenciones en medios de comunicación y foros; y encuentros con colectivos diversos.

Respecto a la página web de Román Rodríguez, este recurso cuenta con los siguientes apartados: 1.Portada; 2. Román; 3. Nueva Canarias; 4. Sala de Prensa; y 5. Parlamento de Canarias. En la **Portada** están las noticias destacadas, los artículos de opinión, los últimos vídeos y el último boletín, y, en el lado izquierdo de la página, los tuits, así como el acceso a todos los boletines informativos, memorias y otro tipo de documentos. En el apartado de **Román** hay tres subapartados (Perfil donde relata su vida personal y hay fotos de la misma; Trayectoria, su devenir como político por períodos; y Contacto, donde se proporcionan direcciones y correos electrónicos); en **Nueva Canarias** hay dos partes: Nuestro proyecto (se define como organización política y enuncia sus objetivos) y la web que enlaza con la página de la organización política; en la pestaña de **Sala de Prensa** se puede encontrar el siguiente material: Fotos, vídeos, artículos de opinión, boletines, memorias y noticias. Finalmente, en **Parlamento de Canarias**, se hace una presentación del diputado Román Rodríguez y se describe su trayectoria, iniciativas presentadas, etc.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

En el caso de este candidato, y a diferencia de Fernando Clavijo y Patricia Hernández, se constata una actividad muy intensa en su perfil de Facebook durante la campaña electoral, que mantiene en la actualidad, poniendo el acento en la difusión detallada de su programa electoral para facilitar el conocimiento de sus propuestas por parte del público. Los textos y algunas de las fotos que se insertan tienen una vocación claramente explicativa. Román Rodríguez no contesta a los comentarios de los ciudadanos y tampoco fomenta el diálogo y el debate con sus seguidores; es decir, utiliza su perfil básicamente para captar votos.

Por lo que se refiere a la página web, este recurso se emplea fundamentalmente para la difusión de la figura del candidato, tanto en su faceta personal como profesional, así como de los contenidos programáticos de su formación política, aspectos en los que coincide con la web de Patricia Hernández, pero se diferencia de ésta en que adolece de la falta de espacios para interactuar con el público y facilitar su participación y complicidad con el candidato.

4.3. María Australia Navarro (PP)

La candidata del Partido Popular, María Australia Navarro, también dispone de un perfil en Facebook desde el año 2009 (aunque lo ha tenido inactivo durante mucho tiempo) donde aparece como Australia Navarro de Paz, y es la única que no se identifica como 'Político', como sí ocurre en el caso de los tres candidatos anteriores. Durante el período estudiado publicó los post siguientes:

Día de Publicación	Nº de Fotos/ vídeos	Textos
8 de mayo	35 fotos	Fernando J. Ojeda León (Acto de campaña)
8 de mayo	1 foto	Contra las listas de espera en Canarias, estas son mis medidas: 15-30-90
9 de mayo	56 fotos	Fernando J. Ojeda León (Actividad de campaña)
10 de mayo	1 vídeo	Juan Ramón, taxista: "Yo preferiría tener a mi hijo en casa que no trabajando en el extranjero" #YoSoyTú https://youtu.be/mXO6aJW4eRo ¿Estás fuera de Canarias porque aquí no encuentras oportunidades? ¿Conoces a alguien en esa situación? Cuéntame porque #YoSoyTú
10 de mayo	48 fotos	Fernando J. Ojeda León (Actividad de campaña)
10 de mayo	1 foto+ artículo <i>canariaseshora</i>	(sobre el miting celebrado el 10 de mayo)
10 de mayo	Artículo de <i>laprovincia.es</i>	Bajaremos el IGIC, eliminaremos el injusto Impuesto sobre Sucesiones
10 de mayo	1 foto	Mañana lunes estaré a las 9:00 en el debate de Cadena SER.
11 de mayo	7 fotos	Hoy me he comprometido a que "no haya más retrasos en la renovación de las 1.761 viviendas que esperan desde 2012 por los fondos comprometidos por el Gobierno de CC y PSOE para la rehabilitación de sus hogares. No voy a dejar tiradas a las familias,

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

		conmigo se rehabilitarán las viviendas". Los vecinos de los barrios afectados de Las Palmas de Gran Canaria, Santa Cruz de Tenerife, La Laguna y Arrecife, cuyas viviendas están incluidas en las actuaciones previstas en el actual convenio, "pueden estar seguros que el Partido Popular no les va a dejar tirados y esta vez sí sus viviendas serán rehabilitadas cuanto antes". Me comprometo también a que las partidas que tiene que aportar también el Gobierno de Canarias empiecen a aparecer ya en los presupuestos de 2016, "conmigo el Gobierno de Canarias dejará de ser una Administración morosa y cumplirá las obligaciones que suscriba". Con carácter prioritario abordaré mediante un plan de pagos el abono de los compromisos fallidos de socialistas y nacionalistas a la totalidad de los beneficiarios de subvenciones de la Hipoteca Joven, Autoconstrucción, Vivienda de Protección Oficial y Vivienda usada. Reformularé la actual Ley de Vivienda para adaptarla al marco constitucional y dotar sus actuaciones con la financiación adecuada para facilitar el acceso a la vivienda en régimen de alquiler o propiedad a los más de 36.000 canarios que actualmente están a la espera de una vivienda protegida.
11 de mayo	1 vídeo	Hoy me he comprometido a que "no haya más retrasos en la renovación de las 1.761 viviendas que esperan desde 2012 por los fondos comprometidos por el Gobierno de CC y PSOE para la rehabilitación de sus hogares. No voy a dejar tiradas a las familias, conmigo se rehabilitarán las viviendas".
12 de mayo	1 foto	(Frases de la candidata en el debate de la Cadena Ser)
12 de mayo	1 foto	Mi compromiso con el sector de la Construcción
13 de mayo	1 foto	(compromiso en materia de política energética)
14 de mayo	1 foto	(compromiso con el deporte)
16 de mayo	1 vídeo	Yo se lo que exige mantener a una familia, soy padre y madre a la misma vez...
16 de mayo	1 foto	(7 compromisos para crecer Canarias)
16 de mayo	1 foto	(7 compromisos con la sociedad para crecer Canarias)
17 de mayo	46 fotos	Fernando J. Ojeda León (actos de campaña)
17 de mayo	1 vídeo	"No me he preparado para estar de brazos cruzados, quiero hacer"
17 de mayo	1 foto	(7 compromisos con los jóvenes)
18 de mayo	1 foto	(7 compromisos con las mujeres)
19 de mayo	1 foto+artículo Canarias7.es	Mi compromiso: bajar los impuestos en Canarias
19 de mayo	Artículo 20 minutos.es	Es hora de empezar a creer en Canarias, ni me conformo ni me resigno a seguir como hasta ahora.
19 de mayo	1 vídeo	No me gusta que me juzguen por lo que parezco, sino por lo que soy
19 de mayo	1 foto	Mis 7 compromisos con los AUTÓNOMOS, PYMES y EMPRENDEDORES para Canarias ¿Qué te parecen?
19 de mayo	Artículo eldia.es	(sobre un plan de choque para establecer las listas de espera de discapacidad)
20 de mayo	1 foto	(7 compromisos por el buen gobierno)
20 de mayo	Artículo laopini3n.es	(sobre medidas económicas para las empresas familiares)
20 de mayo	1 foto	(sobre los mayores en el hogar familiar)
21 de mayo	1 vídeo	Este miércoles, entrevista en la TVC (a partir del minuto 12:20)
21 de mayo	1 foto	(frase del debate en TVC)
21 de mayo	1 foto	Porque Canarias necesita un NUEVO RUMBO
22 de mayo	1 foto	(7 compromisos para el empleo)
22 de mayo	1 foto	¿Quiénes dicen que crear empleo en Canarias es imposible?
22 de mayo	1 vídeo	(Entrevista en Antena3)
22 de mayo	1 vídeo	Trabajo, pero quiero que más mujeres puedan hacerlo igual que yo.
22 de mayo	1 vídeo	(charla con un controlador aéreo)
22 de mayo	1 foto	On BILINGUAL education, read the small print, please.
22 de mayo	1 foto	vota PP
22 de mayo	1 foto	Con tu apoyo crearé 100.000 nuevos empleos en Canarias
22 de mayo	1 foto	De corazón.

* En los casos en los que no hay texto se pone entre paréntesis el tema.

Se trata de un total de 41 entradas publicadas durante el desarrollo de la campaña, salvo el día 15 de mayo, en las que, además de una gran cantidad de fotos (en algunos casos son fotografías con textos superpuestos), hay 9 vídeos y 6 artículos de periódicos digitales, sobre los siguientes temas: Actividad de campaña; intervenciones en medios de comunicación; medidas, propuestas electorales y compromisos con los votantes; y agradecimientos.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

María Australia Navarro es, junto con Román Rodríguez, la candidata que presenta una actividad más intensa en su perfil de Facebook, en el que destaca por introducir una serie de vídeos que, bajo el título de 'Charlando con Australia Navarro', reproducen las conversaciones de la candidata con un controlador aéreo, un piloto, un jefe de departamento de un hotel, un emprendedor y un taxista. En estos vídeos se busca establecer una identificación entre la candidata y sus interlocutores con el distintivo 'Yo soy tú'. De esta forma se fomentan la cercanía, la emotividad y la confianza, valores potenciales propios de una red social como es Facebook.

La candidata suele contestar a algunos comentarios de sus seguidores, pero, utiliza su perfil, básicamente, para captar votos.

Por otra parte, muchos de los post que publica, a igual que ocurre en el caso del candidato de Nueva Canarias, tienen un marcado carácter explicativo de las medidas y propuestas de su programa electoral sobre varios temas. Sin embargo, cabe destacar que, una vez finalizada la campaña electoral, M^a Australia Navarro no ha vuelto a insertar post alguno en su perfil.

La candidata del PP es la única que no tiene una página web personal.

5. Uso de Twitter

Al igual que ocurría con Facebook, los cuatro candidatos utilizan Twitter para dar a conocer sus actos de campaña. Según Orihuela (2011), el modelo comunicativo de Twitter tiene diez características que dotan a la red de potencial y utilidad. Para este autor, Twitter es un recurso asimétrico, breve, descentralizado, global, hipertextual, intuitivo, multiplataforma, sincrónico, social y viral. Las conexiones en Twitter se hacen directamente y se basan en el "seguimiento". Los usuarios pueden hacer clic sobre el botón "Sigue" de un determinado perfil de usuario para visualizar los tuits de esa persona, institución o empresa.

Sobre la conveniencia de que los políticos tengan una cuenta en Twitter, Fernández Torres y Paniagua Rojano (2015: 8) consideran que, tanto los políticos como los gobiernos, pueden "compartir, conversar, escuchar, reducir el tiempo de espera y crear una relación más directa con el ciudadano" a través de esta red.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Twitter es una herramienta especialmente útil en el desarrollo de las campañas electorales por la inmediatez ya que permite dar a conocer los acontecimientos en tiempo real. Es, además, un buen canal para difundir lo que se transmite en los sitios web o Facebook.

Los cuatro candidatos presentan particularidades en el uso de sus cuentas de Twitter durante la campaña:

- Fernando Clavijo dispone de una cuenta que es personal @FernandoCBattle, pero para la campaña electoral utilizó otra con la denominación de @EquipoClavijo en la que, bajo la foto del candidato, se puede leer el siguiente texto: “Mis tuits irán firmados como FC”. En este sentido cabe destacar que, al utilizar una cuenta que no es personal se pierden muchos de los objetivos que, desde el punto de vista de la comunicación, hacen de Twitter una herramienta útil para los políticos puesto que se pierde la relación directa con los ciudadanos que no saben si están interactuando con el candidato o no, ya que no está claro quién es la persona que les contesta. El público tiene que estar buscando para ver cuáles son los tuits que firma Fernando Clavijo y así se pierde una gran cantidad de tiempo y se elimina la relación personal con él. Esta estrategia resta visibilidad al candidato. El experto en redes sociales y manager del Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial de Canarias, Pedro Báez Díaz, considera que “La estrategia de registrar un perfil de estas características solo sería efectiva si el candidato tuviese una larga trayectoria personal en las redes y crease un perfil nuevo como apoyo durante la campaña”⁴. Por otra parte, hay que señalar que en este canal se da la posibilidad al público de valorar a Fernando Clavijo accediendo a la web, como también ocurría en Facebook.

- Patricia Hernández tiene una cuenta con la denominación @PatriciaHdezGut desde diciembre de 2011. Debajo de su foto se puede leer “En escucha activa”, elemento que es básico para crear una buena estrategia política en las redes. Durante el período electoral es una de las candidatas menos productiva. Muchos de sus tuits incluyen fotografías de los actos de

⁴ Las consideraciones de este experto aparecen en una información publicada el domingo, 17 de mayo, en el periódico *La Opinión de Tenerife* bajo el titular: “Los candidatos llegan tarde y mal a las redes”.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

campaña, pero no reproduce los vídeos que aparecen en su perfil de Facebook.

- Román Rodríguez dispone de una cuenta desde enero de 2011 con la denominación @RomanRodWeb, y, debajo de su foto, se puede leer el siguiente texto: “Nací en la Aldea. Licenciado en Medicina. En la Universidad comienza mi militancia en política. En la actualidad presido el partido [@Nueva Canarias](#)”. Durante este período, además de publicar numerosos tuits con fotos de campaña, también reproduce buena parte de las infografías que aparecen en su perfil de Facebook, así como un vídeo que se publica en los días de campaña.
- María Australia Navarro cuenta con el perfil @AustraliaPP, cuya apertura se produjo en octubre de 2012. En muchos de los tuits que publica se reproducen las imágenes de los actos de campaña así como algunas fotos con textos superpuestos explicando sus medidas y compromisos por sectores, como también ocurría en su perfil de Facebook.

Candidato	Fernando Clavijo (Equipo Clavijo)	Patricia Hernández	María Australia Navarro	Román Rodríguez
Nº Tuits durante la campaña	340 (173 retuits)	121 (115 retuits)	157 (53 retuits)	407 (335 retuits)

Por lo que se refiere a la publicación de tuits, el candidato más activo con diferencia es Román Rodríguez ya que durante el período estudiado el número de tuits asciende a 407, aunque hay que matizar que 335 son retuits, procedentes de otras cuentas y sobre todo de la de su partido, Nueva Canarias. A mucha distancia se encuentran las candidatas del Partido Socialista, Patricia Hernández, con 121 tuits, de los que 115 son retuits, de tal forma que destaca por la escasa producción propia; y María Australia Navarro, del PP, con 157 tuits, de los que 53 son retuits. La candidata del Partido Popular es la que publica más mensajes propios.

Mencionamos aparte los resultados que corresponden a Fernando Clavijo ya que no utiliza una cuenta personal. A través del perfil @EquipoClavijo, se publicaron 340 tuits, de los que 173 son retuits de otras cuentas.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

6. Conclusiones

-Los candidatos que reciben una mayor cobertura durante la campaña electoral por parte de los periódicos de las islas corresponden a los partidos que gobernaron en coalición en Canarias en la Legislatura anterior; es decir, Coalición Canaria y Partido Socialista Canario.

-Los candidatos estudiados, en general, hacen un uso oportunista de las redes sociales para la campaña ya que recurren a dichas redes de forma más intensa en el período electoral como medio para conseguir más votos en lugar de desarrollar una estrategia a largo plazo.

-Los candidatos emplean las redes sociales como si se tratara de los medios tradicionales para difundir sus lemas y actos de campaña o para colgar sus vídeos de propaganda electoral.

-Las estrategias empleadas por los candidatos, salvo en algunos aspectos muy concretos, no tienen en cuenta lo importante que es buscar la retroalimentación en cuanto a las propuestas y programas electorales. La E-Democracia se basa en un diálogo abierto y cercano con los electores.

-Los candidatos parecen no tener claras las potencialidades de las redes sociales, y su utilización adecuada en una estrategia de campaña global, ya que, básicamente, se limitan a tener presencia.

7. Bibliografía

-P Abejón, A Sastre, V Linares (2012): “Facebook y Twitter en campañas electorales en España”, en *Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, volumen 5 (1), Artículo 7, Madrid, enero-junio: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>, consultada el 10 de junio de 2015.

-P Dahlgren (2011): “Los medios en la red y la cultura cívica”, en *Revista Telos (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, Madrid: Fundación Telefónica, páginas 03-11, recuperado el 28 de mayo de 2015, de: <http://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2011102408520001&idoma=es>

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

-MJ Fernández Torres, FJ Paniagua Rojano (2012): El poder de las redes sociales en la política y en los movimientos sociales. Actas del Congreso Alice: <http://www.alice-comunicacionpolitica.com/files/ponencias/240-F500009ce2401342179790-ponencia-1.pdf>, consultada el 14 de julio de 2015.

-P Filzmaier, G Moreno Cabanillas (2013): “Campañas con estrategia: Fundamentos y herramientas para una comunicación política efectiva”, en *Más poder local. Investigación*: <http://www.maspoderlocal.es/files/articulos/172-F53369e1c1721396088348-articulo-1.pdf>, consultada el 30 de junio de 2015.

-B González Bustamante, G Henríquez Muñoz (2012): “Campañas digitales: ¿Branding o participación política? El rol de las redes sociales en la última campaña presidencial chilena”, en *Más Poder Local*, 12: páginas 32 a 39: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4013864>, consultada el 6 de junio de 2015.

-A Mancera Rueda, A Pano Alamán (2013): “Nuevas dinámicas discursivas en la comunicación política en Twitter”, en *Círculo de Lingüística aplicada a la comunicación*, 56. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, páginas 53-80; recuperado el 30 de junio de 2015, de <http://www.ucm.es/info/circulo/no56/mancera.pdf>

DOI: 10.5209/rev_CLAC-2013-v56.43867

-JL Orihuela (2011): *Mundo Twitter*. Alienta: Barcelona.

-----: <http://www.ecuaderno.com/jose-luis-orihuela/>, consultada el 20 de octubre de 2015.

-P Oriol Costa (2012): “La comunicación política en la España democrática (1976-2012)”, en *Redmarka Uima, año V, 68, volumen 1*. A Coruña (Galicia): Universidad de A Coruña-CIECID, páginas 83 a 108; <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4125427.pdf>, consultada el 15 de abril de 2015.

-JR Santillán Buelna (2012): “Comunicación y representación política” en *Razón y Palabra. Primera revista electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*, vol. 17, 80, México, agosto-octubre: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524426043>, consultada el 20 de julio de 2015.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

-M Túñez, J Sixto (2011): “Redes sociales, política y compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 210 a 246; recuperado el 13 de julio de 2015, de http://revistalatinacs.org/11/art/930_Santiago/09_Tunez.html.

DOI:10.4185/RLCS-2011-930