

Por delante la CDU de Angela Merkel y de segundo, muy por detrás, el partido socialdemócrata liderado por Martin Schulz: el veredicto de las elecciones alemanas parece previsible desde hace tiempo y muchos observadores ya las marcan de “aburridas”. Si esta opinión encuentra confirmaciones en lo que se lee en los grandes medios de comunicación alemanes, el juicio cambia a la hora de analizar los flujos de interacciones en las redes sociales, Twitter en particular.

Ahí, como muestra la investigación elaborada por el Observatorio EuVisions, domina el partido de ultraderecha Alternative für Deutschland (AfD), cuya entrada en el Bundestag representaría la principal novedad de estas elecciones. El AfD –gracias a sus eslóganes anti-inmigración y sus mensajes euroescépticos– apuesta en convertirse en la tercera fuerza del Parlamento, hecho que podría poner muchas incógnitas a la hora de formar el Gobierno. Los últimos sondeos le dan un porcentaje alrededor del 12%, por delante de los liberales del FDP, la izquierda de Die Linke y los Verdes, que se quedarían entre el 7 y el 10%.

EuVisions ha monitoreado en las últimas dos semanas las actividades en Twitter de todos los candidatos de los seis principales partidos, incluyendo en sus análisis las interacciones con los usuarios (retuits y respuestas). Los más de 200.000 tuits analizados han confirmado la importancia que el partido AfD da al activismo digital, sea de sus candidatos o sus militantes. A dicha formación política pertenecen los candidatos más prolíficos: en promedio, un miembro de AfD publica seis tuits por día, frente a los tres de los candidatos de los otros partidos.

* *continua su [ElDiario](#), di Francesca Arcostanzo e Giovanni Pagano*