

CALISTO, UN SOFTWARE PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO POLÍTICO

Calisto, a software for the construction of political discourse

Marta Redondo, Dafne Calvo y María Díez-Garrido



Marta Redondo es doctora por la *Universidad de Valladolid* y miembro del grupo de investigación reconocido *Nuevas Tendencias en Comunicación (Nuteco)*. Su labor investigadora se centra en el análisis de la penetración del sensacionalismo en los medios de comunicación, la ética periodística, el infoentretenimiento y la comunicación política. Como profesional ha trabajado en diversos medios de comunicación: *Antena 3*, *Televisión Española* y *Vía Digital*, entre otros. Es Premio Extraordinario de Doctorado y Premio Internet de Periodismo de la *Junta de Castilla y León*.
<http://orcid.org/0000-0001-8143-465X>

marta.redondo@hmca.uva.es



Dafne Calvo es *Máster en Investigación de la Comunicación* y graduada en Periodismo por la *Universidad de Valladolid*, Premio Extraordinario de ambas promociones (2014 y 2015). Ha sido profesora invitada en la *Benemérita Universidad Autónoma de Puebla* (México). Es miembro de los proyectos I+D+i: *Las estrategias de campaña online de los partidos políticos españoles: 2015-2016* (*Universidad Complutense de Madrid*), y *Los flujos de comunicación en los procesos de movilización política: medios, blogs y líderes de opinión* (*Universitat de València*). Está elaborando su tesis doctoral en Comunicación.
<http://orcid.org/0000-0003-0659-6792>

dafne.calvo@uva.es



María Díez-Garrido es investigadora predoctoral en Comunicación en la *Universidad de Valladolid*. Es colaboradora en el grupo de investigación reconocido *Nuevas Tendencias en Comunicación (Nuteco)* y forma parte del *Grupo de Reflexión y Estudio de Comunicación Online (Greco)* de la *Universidad de Valladolid*. Es miembro del equipo de investigación del proyecto I+D+i: *Las estrategias de campaña online de los partidos políticos españoles 2015-2016* (*Universidad Complutense de Madrid*), financiado por el *Ministerio de Economía y Competitividad*. Sus trabajos tratan sobre comunicación digital, redes sociales, transparencia y gobierno abierto.
<http://orcid.org/0000-0002-5430-7708>

maria_mdg@hotmail.com

Universidad de Valladolid
Plaza del Campus, s/n. 47011 Valladolid, España

Resumen

Esta investigación aborda un aspecto hasta ahora no estudiado de la comunicación política en España como es la utilización de sistemas de minería de datos (*data mining*) y aprendizaje automático (*machine learning*) en la construcción del discurso político. El texto detalla el potencial del programa *Calisto* diseñado e implantado por el *Partido Popular (PP)*. Se trata de un asesor político digital que actualmente utilizan 7.500 cargos y militantes de esa formación. El programa rastrea la información presente en internet, le aplica una jerarquía de fuentes especialmente competentes y genera argumentos que el político puede utilizar en la construcción de su discurso. El artículo indaga en las prestaciones de esta herramienta y su capacidad para automatizar procesos que hasta ahora consumían grandes dosis de esfuerzo por parte de cargos y asesores, al tiempo que reflexiona sobre el modelo altamente controlado y uniformador que este tipo de sistema impone en el discurso público.

Artículo recibido el 26-11-2016
Aceptación definitiva: 25-1-2017

Palabras clave

Ciberpolítica; Minería de datos; *Machine learning*; Discurso político; Partidos políticos; Asesoría política; Comunicación política; *Partido Popular*; *PP*; *Calisto*; España.

Abstract

This paper addresses an aspect not yet investigated in Spanish political communication: the use of data mining systems and machine learning in the construction of political discourse. This text details the potential of *Calisto* software, which was designed and implemented by the *Popular Party (PP)*, previously used in Castile and Leon and then at the national level. This software acts as a digital political advisor and is currently used by 7,500 positions and party members. The program tracks information on the internet to identify the most relevant sources. In addition, its natural language processing generates ideas and arguments that politicians use to construct their speech. This article explores the benefits of this tool and its ability to automate processes that previously consumed large doses of effort by managers and consultants, and also reflects on the highly controlled model that this type of system imposes in the public arena.

Keywords

Cyberpolitics; Data mining; Machine learning; Political discourse; Political parties; Political advisor; Political communication; *Partido Popular*; *PP*; *Calisto*; Spain.

Redondo, Marta; Calvo, Dafne; Díez-Garrido, María (2017). "Calisto, un software para la construcción del discurso político". *El profesional de la información*, v. 26, n. 4, pp. 756-764.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.19>

1. Marco teórico¹

1.1. Ciberpolítica: la tecnología digital en la captación del voto

Tras la victoria de Barack Obama en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2012, la comentarista política Arianna Huffington afirmó que no habría sido elegido sin internet (Bimber, 2014), responsabilizando directamente de su éxito a su estrategia en la Red. A partir de ese hito la ciberpolítica ha entrado en una nueva fase, se ha sofisticado y perfeccionado mediante la evolución de la analítica web, principalmente a través de la minería de datos (*data mining*) y el aprendizaje automático (*machine learning*), para incrementar la eficacia del mensaje en la búsqueda del voto (Tufekci, 2014). Los partidos recaban multitud de datos del electorado, bien a través de información obtenida por la propia formación o disponible en abierto, bien comprando esos datos a empresas especializadas, con el fin de establecer pronósticos sobre la intención de voto.

Información relativa al género, edad, nivel cultural y económico, situación laboral, lugar de residencia, comportamiento electoral pasado y otra obtenida por la huella del tránsito de los ciudadanos en internet (webs que visitan, número y destino de los "Me gusta" en redes sociales, elecciones de consumo), permite a los analistas

"crear modelos predictivos del comportamiento, la disposición y la respuesta de los individuos a la campaña" (Nickerson; Rogers, 2014, p. 53).

De esta manera se pueden dirigir comunicaciones personalizadas sobre los modelos de la actitud y preferencias de cada votante. Esta práctica se ha denominado *microtargeting* (Bimber, 2014) y convierte la comunicación política en una

"transacción cada vez más personalizada y privada, redefiniendo la esfera pública" (Tufekci, 2014).

El actual modelo de ciberpolítica en España todavía dista mu-

cho del desarrollo logrado en EUA, algo que también se explica por las diferencias que existen entre la campaña electoral norteamericana y la española en aspectos legales, económicos o culturales. Y a pesar de que varios partidos cuentan con aplicaciones de análisis microsectorial de datos sociodemográficos y electorales (como los programas *Bloise* del *Partido Socialista*² o *Unidad de Afiliación y Recaudación* de *Izquierda Unida*), su desarrollo, complejidad y utilización táctica se pueden considerar incipientes (Dader; Campos-Domínguez, 2016). Sin embargo, los investigadores ya valoran el análisis de los macrodatos como un elemento que va a resultar esencial en la lucha por el poder político en un futuro cercano, de forma que la gestión computacional de campaña (Kreiss, 2012) lleva camino de convertirse en un pilar de la estrategia electoral de los partidos (Bimber, 2014; Nielsen, 2012).

1.2. Ciberpolítica y cibercampaña, perspectivas complementarias

En paralelo a la implantación de la campaña cibernética ha discurrido su investigación académica, en buena medida relacionada con los intereses políticos y orientada a explicar los motivos del voto.

La mayoría de estudios sobre utilización de recursos digitales al servicio de la comunicación política (Bimber; Davis, 2003; Foot; Schneider, 2006; Dader *et al.*, 2014) se ha limitado al período electoral, entendido como el momento en el que los partidos concentran esfuerzos humanos y económicos. Sin embargo, como aprecia Gibson (2004), existe aún cierto vacío investigador del uso de la tecnología de internet por los partidos, que dé cuenta de su importancia en el ámbito interno y en la configuración del mensaje político cotidiano lejos de la contienda electoral.

Si, como entiende Kreiss (2012, p. 199), las campañas son un "logro sociotécnico" que conllevan un proceso de infraestructura, organización e innovación que tarda años en perfilarse aunque dé sus frutos en el momento de los comi-

cios, observar la utilización de los recursos digitales por parte de las organizaciones poniendo el foco exclusivamente en el período electoral podría distorsionar su verdadera importancia. Una idea que está en sintonía con el concepto de campaña continua de **Jackson y Lilleker** (2004). De hecho, las nuevas tecnologías de internet tienen un gran potencial en la comunicación política ordinaria que algunos partidos ya han detectado y comenzado a utilizar para incrementar su eficacia en la gestión de la información.

1.3. Tecnologías para la construcción del mensaje político

La comunicación es consustancial a la política como a tantas otras actividades humanas. Mediante su labor comunicativa el candidato informa de su postura, busca la persuasión de la audiencia, rinde cuentas ante la sociedad sobre el cumplimiento de su función, manifiesta sus discrepancias con los adversarios. Como señala Del-Rey-Morató:

“No todas las transacciones políticas son reducibles a términos y categorías de comunicación, pero muchas de ellas no llegan a buen puerto sin el recurso a la comunicación, sin un flujo de mensajes que surta determinados efectos” (**Del-Rey-Morató**, 1996).

Buena parte de las rutinas políticas se centran en preparar y ejecutar actos comunicativos: debates en comisiones y plenos, mítines, discursos, ruedas de prensa, intervenciones en actos públicos, reuniones con grupos de ciudadanos, etc.

Los sistemas de *opinion mining* y *sentiment analysis* permiten acceder a los intereses de grandes sectores de la población e incorporarlos a la agenda política

Las TIC pueden asistir al político en la gestión de un gran caudal de información cuyo manejo requeriría una legión de asesores. Los sistemas de gestión *big data* permiten explotar el enorme volumen de conocimiento disponible en internet para establecer relaciones entre los datos. Dentro de esta área de la inteligencia artificial, el *argument mining* aprovecha los logros de la lingüística computacional y del *machine learning* para identificar premisas y argumentos en un texto, y generar razonamiento automatizado (**Mochales-Palau; Moens**, 2009; **Lippi; Torroni**, 2015).

Los sistemas de *opinion mining* y *sentiment analysis* rastrean la Red para localizar las expresiones sobre asuntos políticos en los canales habilitados para ello: comentarios a noticias en medios digitales, entradas en *blogs*, votaciones en webs, etc., y así identificar no sólo puntos de vista mayoritarios o segmentados, sino también los principales motivos de disenso y consenso en los distintos asuntos (**Pang; Lee**, 2008). Esto permite acceder a los intereses de grandes sectores de la población e incorporarlos a la agenda política (**González-Bailón**, 2013).

Dentro del ámbito del uso de TICs en comunicación política, se encuentra el programa *Calisto*, que supone una innovación tecnológica en la construcción del discurso y supera las limitaciones de las intranets que los partidos utilizan en su comunicación interna.

2. Metodología

Este artículo se enmarca dentro del proyecto *Las estrategias de campaña online de los partidos políticos españoles: 2015-2016*, desde el cual se concibió una serie de entrevistas semiestructuradas a los responsables de comunicación de los partidos nacionales. El cuestionario, diseñado por José-Luis Dader, se replicó durante las elecciones regionales de 2015 en Castilla y León. En ese contexto se obtuvo el primer acercamiento a *Calisto*, mencionado por el secretario de Comunicación y director de Comunicación Online (regional y estatal) del *Partido Popular (PP)* Alfonso García Vicente en la pregunta “¿Qué herramientas nuevas han utilizado en esta campaña?”.

Posteriormente, debido al interés surgido de la respuesta, se decidió realizar una nueva entrevista en profundidad centrada en cuestiones específicas relacionadas con el software. El cuestionario constaba de 34 preguntas repartidas en 7 bloques temáticos:

- origen y desarrollo del programa;
- funcionamiento;
- gestión;
- niveles de uso;
- aspectos técnicos relevantes;
- desarrollo futuro;
- valoración de los usuarios.

Además, se entrevistó a 2 usuarios del programa en Castilla y León (Luis Valle Benito, jefe de prensa del *Ayuntamiento de Laguna de Duero* y Borja García Carvajal, concejal del *Ayuntamiento de Valladolid*) para conocer su experiencia y el empleo que hacen del software y se solicitaron a la organización materiales relacionados con el mismo, como capturas de pantalla del menú principal y demostraciones de su funcionamiento en una situación real. Las limitaciones que presenta la investigación derivan de la imposibilidad de acceder a aspectos del programa que el *Partido Popular* considera confidenciales.

3. Resultados

3.1. Origen y puesta en marcha de *Calisto*

El lanzamiento data de noviembre de 2012, cuando el *PP* de Castilla y León se planteó crear un servicio de asesoría política para asistir a sus cargos tras haber detectado carencias en la comunicación tanto interna como externa. La tarea se mostraba especialmente complicada debido a las peculiaridades de la formación en una comunidad autónoma caracterizada por:

- Fuerte implantación territorial con un volumen muy importante de cargos públicos: uno de cada cuatro municipios gobernados por el *PP* en España se encuentra en esta región, a los que se suman los cargos de las nueve diputaciones provinciales (8 de las 9 gobernadas por el *PP*) y los procuradores regionales.
- Escasa profesionalización de los políticos del partido: debido a que un alto número debe compatibilizar su actividad pública con la vida laboral al no estar “liberados” por la organización. Esto sucede en los distintos estratos de responsabilidad: desde ayuntamientos de pueblos pequeños hasta las Cortes regionales.

- Dispersión de cargos: dada la extensión de Castilla y León, que representa casi 1/5 de la superficie de España y es la comunidad más grande de Europa, con un peso importante del medio rural.

Estas circunstancias unidas a la escasez de asesores de los que dispone la formación provocaron la búsqueda de una alternativa no convencional. La idea inicial era crear un sistema que permitiera recoger información generada en el territorio castellano y leonés, de forma que todos los cargos accediesen a la actualidad que les afectase con independencia del lugar o la instancia donde se generara. El objetivo era construir una plataforma que pudiese tener cualquier político y que fuese capaz de automatizar el proceso de obtención y estructuración de datos.

Desde el inicio del proyecto, el partido decidió generar un programa propio y no contratarlo a una empresa externa. La persona que ideó *Calisto* fue el secretario de Comunicación del *Grupo Parlamentario Popular* de las *Cortes de Castilla y León*, Alfonso José García Vicente. Además de procurador, ejercía de consultor político elaborando intervenciones parlamentarias y construyendo argumentarios para diversos cargos públicos y fue a él a quien se le encomendó la tarea de organizar las labores de asesoría para el conjunto del partido regional. En esa función comprobó que la intranet que el *PP* utilizaba para centralizar la información resultaba insuficiente y poco operativa.

“*Calisto Live* “escucha” cualquier intervención oral, por ejemplo un discurso en un debate parlamentario, y de forma prácticamente simultánea ofrece datos, ideas y argumentos al usuario”

Aunque autor del código completo del programa *Calisto*, tanto para parte de su desarrollo como para el diseño de la interfaz, contó con un equipo de informáticos internacionales, compuesto por *freelancers* buscados en comunidades de desarrolladores a quienes se encargó tareas específicas ejecutadas en remoto. En esta etapa participaron siete programadores (expertos en aplicaciones móviles, programación de módulos y complementos y customización de *scripts*) de procedencia diversa: Reino Unido, Ucrania, India, Nigeria, EUA y Bangladesh, además de un diseñador gráfico español.

Aunque el programa nació como un proyecto del grupo parlamentario del *PP* en Castilla y León, se ha acabado implantando a nivel nacional a partir de la incorporación de Pablo Casado a la *Vicesecretaría de Comunicación* en junio de 2015. Las elecciones de 2015 fueron las primeras en las que *Calisto* operó a nivel nacional y en otras comunidades autónomas.

3.1. Funcionamiento y potencialidad del programa

Calisto es una plataforma electrónica autónoma y autogestionada que recolecta y organiza en tiempo real todo tipo de información digitalizada de interés político presente en

la Red. La actividad de *Calisto* se divide en tres tareas fundamentales:

La primera es la captura de información. Utiliza un rastreador similar al de *Google* para recoger cualquier tipo de fuente digital en formatos diversos: textos de páginas web, pdf, fotografías, imágenes, tablas de datos, mensajes de redes sociales, etc., sin importar que sea información desestructurada. De esta forma, su banco de datos está permanentemente actualizado y es prácticamente infinito, aunque organizado en redes que se conectan entre sí para poder enlazar ideas.

“La actividad en el programa registra picos de uso puntuales que suelen coincidir con hitos políticos de gran repercusión”

En segundo lugar el programa clasifica y jerarquiza la información de forma automática, incluso antes de que un usuario establezca una búsqueda. Este proceso sirve para reducir el número de datos y evitar la sobreabundancia informativa. Como explica García Vicente:

“No quiero que cuando un usuario quiera abordar la problemática de los precios de la leche, lo que tenga sea un montón de información que le entierre. Entonces flaco favor le has hecho, para eso vete a *Google*. Yo quiero que encuentre la información que él necesita y para eso jerarquizas las fuentes”.

En esta fase el programa aplica el único sesgo ideológico del sistema, puesto que los administradores asignan a cada fuente un nivel de confianza, de forma que *Calisto* privilegia aquellas marcadas como más acreditadas. Por ejemplo, la información oficial que generan las instituciones o la estructura de gobierno del partido será clasificada como *premium*, así como las declaraciones de diversos emisores cuyo discurso tiene un mayor ascendente en la formación.

En tercer lugar, gracias a un sistema de procesamiento de lenguaje natural, genera ideas y argumentos a partir de los datos recogidos que el político puede utilizar en la construcción de su discurso, de forma que el usuario tiene autonomía para decidir cuáles incorpora. García Vicente ejemplifica:

“Cuando la Consejera de Hacienda de aquí se da de palos con el Ministro de Hacienda se produce un dilema existencial que el algoritmo no resuelve”.

Finalmente, *Calisto* distribuye la información a sus usuarios desde la nube a cualquier tipo de dispositivo con acceso a internet de tres formas:

a) Correo electrónico: es la vía proactiva de la plataforma. Se hace llegar al político información de su interés teniendo en cuenta su historial de navegación. Asimismo el usuario puede suscribirse a alertas que funcionan como una *newsletter* y le informan de aquello que afecta al área geográfica o política en la que trabaja. Estos avisos personalizados son destacados por los usuarios entrevistados como uno de los recursos más útiles:

“Hoy en día ya no sólo tienes que estar al tanto de los

periódicos escritos, hay infinidad de medios y es imposible saber cuándo aparece mencionado un tema de los que yo llevo porque son muchísimos. *Calisto* te lo soluciona (...) y te aseguras de que el dato que te ofrece es el último, que nadie te va a poder espetar un dato más reciente” (Borja García Carvajal).

b) Web: es donde el usuario accede cuando necesita buscar una información concreta. Dispone de un menú en el que se pueden consultar distintos tipos de datos clasificados: documentos, estadísticas, noticias publicadas, declaraciones, mensajes clave (figura 1).

El sistema también realiza búsquedas geolocalizadas para ofrecer respuestas más ajustadas.

c) Interfaz *Live*: es una de las principales capacidades de *Calisto* puesta en marcha en junio de 2014. Se trata de un sistema digital de escucha activa que funciona con el micrófono del dispositivo desde el que se accede al software. La herramienta “escucha” cualquier intervención oral, por ejemplo un discurso en un debate parlamentario, y de forma prácticamente simultánea ofrece datos, ideas y recursos al usuario para introducirlos en su alocución.

Live procesa el lenguaje natural mediante una transcripción fonética probabilística y lo *tokeniza* (segmenta). Una vez que tiene la información sobre el contenido del discurso lo enfrenta a su base de datos para seleccionar aquellos recursos más pertinentes y envía a su usuario información clasificada en forma de globos de distintos colores:

- marrón: noticias y publicaciones digitales;
- azul: indicadores estadísticos;
- verde: ideas construidas de forma directa por la plataforma a modo de argumentario;

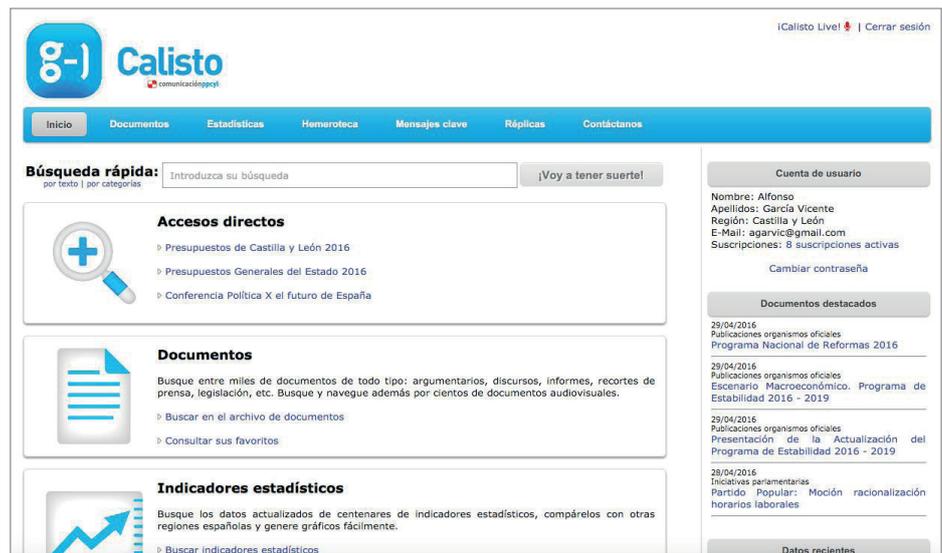


Figura 1. Captura de pantalla del panel de usuario de la web (intranet privada, no accesible)
 Fuente: <https://calisto.ppcyl.net>
 Fecha de captura: 03/05/2016

- rosa: documentos de texto, como pdfs, leyes o noticias en prensa escrita;
- morado: declaraciones de personajes políticos.

De este modo, un procurador del *PP* puede tener encendida la plataforma *Live* mientras un político de la oposición ofrece una moción, hace una pregunta en un pleno o en un debate en las Cortes. Mientras el político habla, el procurador del *PP* irá observando la lista de globos de información que le ofrece *Calisto* y seleccionando aquellas ideas para responder con una réplica coherente con el discurso de su partido. A modo de ejemplo, la tabla 1 recoge en su lado izquierdo la transcripción de un fragmento de la intervención del socialista Pedro Sánchez en el Debate de Investidura celebrado en el *Congreso de los Diputados* el 4 de marzo de 2016 y en su parte derecha las propuestas que simultáneamente iba vertiendo el programa *Calisto*.

Además de estas funciones, el sistema permite seleccionar videos segmentados por temas y puede generar gráficos e infografías de forma automática a partir de datos extraídos de internet.

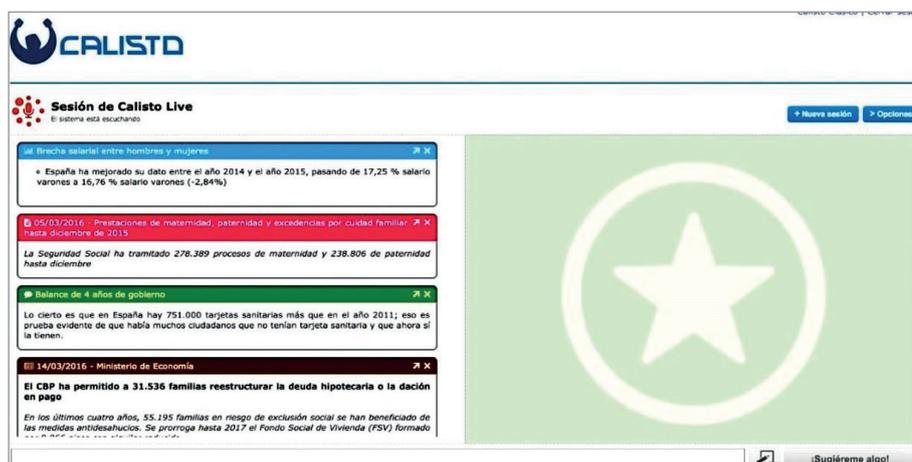


Figura 2. Captura de pantalla de *Calisto Live*

La única aplicación que exige la intervención de los gestores del programa es el apartado de Réplicas Directas, especialmente útil en asuntos que de forma imprevista saltan a la agenda pública y requieren una respuesta rápida del político. En este caso el sistema recoge las críticas que la oposición está vertiendo sobre el asunto y el equipo gestor propone contestaciones y argumentos para contrarrestar dichos juicios.

El aspecto visual de *Calisto* es muy similar al de la página de inicio de *Google*, una semejanza

Tabla 1. Ejemplo de funcionamiento de *Calisto Live*

Discurso de Pedro Sánchez	Sesión de <i>Calisto Live</i>
Podemos erradicar la pobreza. La pobreza infantil, la pobreza energética. Revitalizar nuestros sistemas de protección	No podemos confiar en el PSOE Cuando fue durante el último Gobierno socialista, entre 2008 y 2011, cuando la pobreza en España se incrementaba en 3,2 puntos al año, 5 veces más que en los países de la Unión Europea, y la desigualdad subía en 1,5 puntos
y reconstruir nuestro estado de bienestar y poner fin a los desahucios. Proponemos señorías hoy, a partir de hoy	14/03/2016 – Ministerio de Economía El CBP ha permitido a 31.536 familias reestructurar la deuda hipotecaria o la dación en pago. En los últimos cuatro años, 55.195 familias en riesgo de exclusión social se han beneficiado de las medidas antidesahucios. Se prorroga hasta 2017 el <i>Fondo Social de Vivienda (FSV)</i> formado por 9.866 pisos con alquiler reducido.
recuperar la universalidad de la sanidad pública, retirar el co-pago a los pensionistas, revitalizar la ley de dependencia hoy abandonada por el actual gobierno en funciones.	Balance de 4 años de gobierno Lo cierto es que en España hay 751.000 tarjetas sanitarias más que en 2011; eso es prueba evidente de que había muchos ciudadanos que no tenían tarjeta sanitaria y que ahora sí la tienen.
También tenemos en nuestra mano, aumentar el permiso de paternidad y maternidad y poder hacer realidad la igualdad salarial entre hombres y mujeres.	05/03/2016 – Prestaciones de maternidad, paternidad y excedencias por cuidado familiar hasta diciembre de 2015 La <i>Seguridad Social</i> ha tramitado 278.806 de paternidad hasta diciembre
Tenemos señorías que solucionar los problemas de hoy pero también anticipar los desafíos que tenemos en el futuro. Por eso proponemos un gran pacto por la educación, la ciencia y la cultura porque esa es la mejor manera de asegurar nuestro futuro y garantizar la igualdad de oportunidades	Brecha salarial entre hombres y mujeres España ha mejorado su dato entre el año 2014 y 2015, pasando del 17,25% salario varones a 16,76 % salario varones
Señorías, el acuerdo de gobierno que presento a esta investidura quiere limpiar a España de corrupción, con leyes que permitan evitar que se produzca	Radiografía de la educación en España El año 2015 terminó en España con un abandono escolar temprano del 19,97%, según los datos de la <i>Encuesta de población activa (EPA)</i> conocidos la mañana del 28 de enero de 2016, de manera que esta tasa se sitúa por debajo del 20% por primera vez en la historia de nuestro país
y con leyes también que persigan y castiguen esa corrupción cuando se produzca.	21/12/2014 – Declaraciones de Pedro Sánchez (PSOE) Programa de televisión: <i>Salvados</i> “La corrupción afecta a todos los partidos políticos, y tan hipócrita es quien dice que hay partidos corruptos y partidos que no lo son, como aquellos que dicen que todo el régimen es corrupto”.

Fuente: *Calisto Live*. Fecha de captura: 8 de mayo de 2016³

buscada por los desarrolladores, que pretendían que los usuarios se sintieran familiarizados con el sistema desde el principio, especialmente para evitar su rechazo ante una herramienta nueva y por tanto complicada para los cargos de más edad o menor competencia tecnológica.

3.2. Administradores y usuarios de la plataforma

Existen varios niveles de acceso a la plataforma:

- Administrador principal: se encarga de supervisar el funcionamiento general del programa, actualizar la configuración, administrar usuarios y prestar soporte al resto de administradores del sistema.
- Administradores: prestan asesoramiento a los usuarios en el día a día, ayudan a resolver dudas, solucionan problemas y se encargan del soporte técnico. En su mayoría es voluntariado afiliado al *Partido Popular*.
- Coordinadores: existe uno por cada institución o grupo institucional. Su misión es la de sugerir nuevos contenidos a integrar en la plataforma.
- Usuarios: políticos del *PP*, jefes de prensa, incluso militantes especialmente implicados e influyentes (por ejemplo, aquellos con un buen número de seguidores en redes sociales).

En la actualidad existen entre 7.400 y 7.500 usuarios activos en *Calisto*, aunque con distintas frecuencias de utilización. Según su tasa de actividad, los administradores los clasifican en las siguientes categorías:

- activos en los últimos siete días (33%);
- activos en los últimos 30 días (60%);
- activos en los últimos 180 días (87%).

La actividad en el programa registra picos de uso puntuales que suelen coincidir con eventos políticos de gran repercusión, como el *Debate sobre el estado de la nación*, el *Debate del estado de la región* o el período de campaña electoral.

No existe una jerarquía entre los usuarios, pero sí una estratificación por capas de forma que cada uno puede acceder a la plataforma en la que está registrado. Existe un nivel superior nacional común para todos y segmentaciones inferiores estancas. Por ejemplo, un concejal del *PP* en una localidad de Castilla y León es usuario de la plataforma del sistema nacional y de su Comunidad Autónoma, pero no del de otra región.

Dado el volumen de usuarios, se ha extremado la seguridad para evitar que accedan al sistema personas no registradas. Algo que se controla generando huellas por dispo-

sitivos, geolocalización de usuarios y mediante un sistema de detección de accesos no autorizados o usos anómalos. Ante el descubrimiento de cualquier utilización sospechosa, el programa envía un correo al usuario para confirmar su identidad y si no recibe una respuesta adecuada desactiva la cuenta.

3.3. Desarrollos futuros del programa

En las actividades de implementación de *Calisto* sus programadores toman como referencia el empleo que los usuarios realizan del mismo para lograr que evolucione de forma natural hacia las nuevas demandas. Para ello han lanzado consultas puntuales a través del correo electrónico o el propio sistema para recibir sugerencias y detectar necesidades. Sin embargo, las respuestas han evidenciado el escaso conocimiento de los políticos sobre los rudimentos del programa:

“-Nos enviaban felicitaciones porque creían que hasta en domingo estábamos trabajando, metiendo y procesando la información. Los usuarios pensaban que estábamos día y noche haciendo el trabajo”.

Por eso se implantó un sistema de monitorización de usuarios, que permite conocer cómo buscan la información y qué hacen con ella:

“-Le prestamos mucha atención a ver determinados patrones de navegación, a ver hasta dónde han ido llegando, si una función está teniendo un uso muy elevado o muy bajo, si lo utilizan mucho al principio, pero luego cae. Si tú pones un módulo nuevo y ves que la tasa de uso se dispara, pero luego de repente cae de forma progresiva significa que has creado una expectativa que has sido incapaz de mantener”.

El sistema permite seleccionar vídeos segmentados por temáticas y puede generar gráficos e infografías de forma automática a partir de datos extraídos de internet

3.4. Ventajas de su uso

Además de cumplir su objetivo inicial de asesoría política, los administradores del programa mantienen que su utilización genera ventajas no previstas en su puesta en marcha, entre las que destacan las siguientes:

Coordinación del mensaje: *Calisto* ha permitido una mayor cohesión en el ideario del partido. Dado que todos los usuarios beben de las mismas fuentes y argumentos, y que la nueva información generada por los cargos se incorpora de forma instantánea al sistema, el discurso se homogeneiza.

Mejora de la gestión de las crisis: el programa se ha demostrado útil a la hora de evitar declaraciones inadecuadas fruto de la improvisación en casos que exigen una pronta valoración aún sin disponer de los datos necesarios para una evaluación reposada:

“-Lo comprobamos en el ensayo del programa. Escogimos la zona de Miranda de Ebro y casualmente se desató una crisis por una niña que tenía varicela. Sus padres

llamaron al servicio de emergencias del País Vasco y allí la rechazaron. En el trasiego de si tenían que ir a Burgos o a Vitoria, la niña murió. Se desató una crisis que *a priori* era un polvorín, pero gracias a *Calisto* vimos cómo de repente la consejería, el propio partido, los concejales, todos estaban realmente coordinados sin ellos saberlo” (Alfonso García Vicente).

Rapidez en la respuesta: el carácter instantáneo de *Calisto* permite tener un argumentario elaborado casi en el mismo momento en que se produce una noticia de actualidad que requiere una valoración política. García Vicente lo ejemplifica así:

“-Mañana se publican los datos del paro a las 9 de la mañana por parte del *INE*. Y a las 9 en punto no sólo tienes el dato sino que tienes el argumentario elaborado”.

Empoderamiento de los políticos e incremento de su proactividad: los administradores de *Calisto* han detectado un aumento de la eficacia de los políticos a la hora de comunicar sus mensajes, responder a los ciudadanos o intervenir en medios de comunicación, especialmente en el caso de alcaldes o concejales de municipios que no disponen de un jefe de prensa:

“-Han perdido el miedo a convocar a asociaciones, a realizar actos abiertos que antes evitaban por temor a que les preguntaran”.

García Vicente relata lo sucedido en una reunión con la *Asociación de Ayuda a Afectados por Accidentes de Tráfico*. Los políticos populares, gracias a *Calisto*, conocían todos los datos: número de accidentes, causas, puntos negros. En un momento de la conversación se habló de un accidente que había afectado a uno de los miembros de la asociación presente en la reunión y el programa ofreció los detalles del siniestro, dado que había aparecido en prensa. El conocimiento de los políticos populares sobre la realidad que se estaba tratando ofreció a los miembros de la asociación una imagen de profesionalidad difícil de conseguir de otro modo.

Libera a asesores de comunicación y jefes de prensa de labores que suponen una gran inversión de tiempo, como la búsqueda y la clasificación de información sobre asuntos de interés. Estos profesionales se pueden dedicar a aprovechar los datos de los que dispone *Calisto* para ser más activos en los medios de comunicación y en las redes sociales.

Los usuarios consultados sólo afean al programa que se quede corto en la provisión de información concreta sobre algunos temas municipales:

“-A nivel regional y nacional la plataforma no presenta problemas, pero sí a nivel municipal porque no siempre los argumentos que propone *Calisto* son acordes a la realidad local” (Borja García Carvajal).

4. Conclusiones

El programa *Calisto*, diseñado por el *Partido Popular* de Castilla y León e implantado a escala nacional, supone una novedad en la articulación del discurso público al emplear minería de datos y *machine learning* en la construcción de argumentarios. Su empleo dota de una ventaja competi-

va a esta formación que mejora su estrategia comunicativa favoreciendo la coordinación y el control del mensaje, permitiéndole además ganar en rapidez de respuesta y fomentando la proactividad de sus líderes.

Es pronto para valorar cómo este tipo de programas puede contribuir a cambiar la política, incluso en el entorno limitado de un partido, aunque sin duda se trata de una apuesta por la profesionalización de los cuadros en los distintos niveles de responsabilidad. En todo caso, es igualmente preciso no magnificar el impacto que este recurso puede tener a la hora de recabar el apoyo popular plasmado en los votos, dada la gran cantidad de circunstancias que lo determinan. El propio creador lo reconoce:

“Intentar trazar una repercusión entre una herramienta y un resultado electoral es imposible (...). Yo podría decir, pues mira, las comunidades que han utilizado *Calisto* desde hace más tiempo son las que han obtenido mejores resultados. Y eso es una realidad, pero es una realidad que está condicionada por otros factores, como por ejemplo que los partidos mejor organizados hayan sido los primeros en utilizarla”.

Hay que constatar a modo de reflexión final que esta evolución de la ciberpolítica tiende a reforzar el poder de las organizaciones y su estructura interna al apostar por sistemas elitistas y jerarquizados, complejos en su desarrollo técnico y con importantes costes económicos, en vez de articular recursos de acceso a la información política transparentes y abiertos a los ciudadanos que favorecerían un sistema más participativo. Su existencia incrementa la imagen de los partidos como organizaciones fuertemente burocratizadas y con una débil democracia interna donde buena parte de los cargos, especialmente aquellos en posiciones más débiles, se limitan a acatar los dictados de una ejecutiva que marca el sentido del discurso dominante.

En la actualidad existen unos 7.500 usuarios activos en *Calisto*, aunque con distintas frecuencias de utilización

Han de apuntarse también algunas repercusiones que la generalización de estos programas en los distintos partidos podría generar en el actual contexto político español, tales como un exceso de uniformidad en el discurso de cada organización de forma que la homogeneidad oculte la realidad compleja de las formaciones y los posibles disensos.

Asimismo, el conocimiento por parte del electorado de la existencia de este tipo de plataformas puede incrementar la desafección e incluso el cinismo político, al componer el retrato de un gestor deshumanizado que se limita a seguir las pautas marcadas por un desarrollo informático diseñado por su organización, en vez de esforzarse por abrir vías de conversación y consenso con los ciudadanos. La asociación de este tipo de herramientas con los partidos mayoritarios tradicionales vendría a acrecentar la brecha que, a ojos de parte de la opinión pública, les separa de las nuevas formaciones, aparentemente menos artificiosas, más espontáneas y por tanto cercanas a la ciudadanía.

Notas

1. La investigación se enmarca dentro del proyecto *Las estrategias de campaña online de los partidos políticos españoles: 2015-2016* (Ref. CSO2013-44446-R).
2. El programa recibe su nombre en honor a la dirigente socialista Carmen García Bloise fallecida en 1994.
3. Los recursos utilizados por la plataforma corresponden a la fecha en la que se ha realizado la demostración, por lo que aparecen ideas construidas a partir de recursos posteriores a la fecha de celebración del debate.

5. Bibliografía

- Bimber, Bruce** (2014). “Digital media in the Obama campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the personalized political communication environment”. *Journal of information technology & politics*, v. 11, n. 2, pp. 130-150.
<https://goo.gl/svC61j>
<https://doi.org/10.1080/19331681.2014.895691>
- Bimber, Bruce; Davis, Richard** (2003). *Campaigning online. The internet in U.S. elections*. New York: Oxford University Press. ISBN: 0 195151550
- Dader, José-Luis; Campos-Domínguez, Eva** (dirs.) (2016). *Cibercampaña en Castilla y León. Elecciones autonómicas 2015*. Valladolid: Universidad de Valladolid. ISBN: 978 84 84488873
- Dader, José-Luis; Cheng, Lifeng; Campos-Domínguez, Eva; Quintana, Nuria; Vizcaíno-Laorga, Ricardo** (2014). “Las webs de los partidos españoles en campaña electoral. Continuismo entre 2008 y 2011”. *Trípodos*, n. 34, pp. 115-152.
http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/169
- Del-Rey-Morató, Javier** (1996). “¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación política?”. *ZER*, n. 1, pp. 51-66
<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer01-04-delrey.pdf>
- Foot, Kristen; Schneider, Steven** (2006). *Web campaigning*. Cambridge: MIT Press. ISBN: 978 0 262062589
- Gibson, Rachel** (2004). “Web campaigning from a global perspective”. *Asia-Pacific review*, v. 11, n. 1, pp. 95-126.
<https://goo.gl/rfhN2G>
<https://doi.org/10.1080/13439000410001687779>
- González-Bailón, Sandra** (2013). “Social science in the era of big data”. *Policy & internet*, v. 5, n. 2, pp. 147-160.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2238198
<https://doi.org/10.1002/1944-2866.POI328>
- Jackson, Nigel; Lilleker, Darren** (2004). “Just public relations or an attempt at interaction? British MPs in the press, on the Web and ‘in your face’”. *European journal of communication*, v. 19, n. 4, pp. 507-33.
<https://goo.gl/USmJ4v>
<https://doi.org/10.1177/0267323104047671>
- Kreiss, Daniel** (2012). *Taking our country back: The crafting of networked politics from Howard Dean to Barack Obama*. New York: Oxford University Press. ISBN: 978 0199936786

Lippi, Marco; Torrioni, Paolo (2015). "Argumentation mining: State of the art and emerging trends". En: *Actas del IJCAI 2015 International workshop on theory and applications of formal argument (TAFa-15)*. Buenos Aires (Argentina): IJCAI. <http://lia.disi.unibo.it/~ml/publications/ACMTOIT2015.pdf>

Mochales-Palau, Raquel; Moens, Marie-Francine (2009). "Argumentation mining: the detection, classification and structure of arguments in text". En: *Proceedings of the 12th intl conf on artificial intelligence and law*. New York: ACM, pp. 98-107. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.471.2730&rep=rep1&type=pdf> <https://doi.org/10.1145/1568234.1568246>

Nickerson, David; Rogers, Todd (2014). "Political campaigns

and big data". *Journal of economics perspectives*, v. 28, n. 2, pp. 51-74.

<https://goo.gl/Zf5VHc>

<https://doi.org/10.1257/jep.28.2.51>

Nielsen, Rasmus-Kleiss (2012). *Ground wars: Personalized communication in political campaigns*. Princeton, NJ: Princeton University Press. ISBN: 978 0 691153049

Pang, Bo; Lee, Lillian (2008). "Opinion mining and sentiment analysis". *Foundations and trends in information retrieval*, v. 2, n. 1-2, pp. 1-135.

<https://doi.org/10.1561/1500000011>

Tufekci, Zeynep (2014). "Engineering the public: Big data, surveillance and computational politics". *First Monday*, v. 19, n. 7.

<https://doi.org/10.5210/fm.v19i7.4901>

