

OBSERVATORIO POLÍTICA
Y REDES SOCIALES



Análisis de la conversación política en la red.
INTERBAROMETRO.

MARZO
2020
EDICIÓN
36



03 *RESUMEN*
EJECUTIVO

05 *LA CONVERSACIÓN POLÍTICA*
EN EL TERRITORIO DIGITAL

07 *RANKING DE ACTORES*
LOS MÁS MENCIONADOS EN LA
CONVERSACIÓN POLÍTICA DIGITAL

08 *RANKING DE TEMAS*
LOS MÁS MENCIONADOS EN LA
CONVERSACIÓN POLÍTICA DIGITAL

09 *ZOOM AL PODIO*
RADIOGRAFÍA AL ACTOR
POLÍTICO MÁS MENCIONADO

13 *RANKING DE*
PARTIDOS, INTENDENTES, INTENDENCIAS,
ALCALDES, MUNICIPIOS Y PRENSA

20 *REFERENCIA*
METODOLÓGICA

RESUMEN EJECUTIVO

Interbarómetro es un informe elaborado por el Observatorio “Política y Redes Sociales” de la Escuela de Gobierno y Comunicaciones de la Universidad Central de Chile. Este informe se construye a partir de la recolección y el procesamiento de millones de datos de acceso público presentes en las redes sociales. Para ello son utilizadas distintas aplicaciones y softwares informáticos de escucha inteligente, desarrollados de manera interna y autónoma por el Equipo del Observatorio.

El análisis que realiza el Equipo del Observatorio tiene por objeto la conversación política digital, la que se estructura en torno a actores, instituciones y temas de interés público en redes sociales. Su objetivo es constituir una herramienta clave para la toma de decisiones de los principales actores de nuestro sistema político, permitiéndoles comprender la compleja conversación política que se da en el territorio digital.

Interbarómetro es también la respuesta al desafío de comprender el creciente desplazamiento de la política hacia el territorio digital. La mayor velocidad e intensidad de los cambios sociales que se aprecia en la actualidad, así como

el mayor empoderamiento ciudadano y la transformación de éstos de receptores a productores de información, indican la necesidad de contar con herramientas que permitan comprender las nuevas formas en que se manifiesta la ciudadanía, a partir de las tecnologías de la información, dando origen así a nuevas dinámicas políticas y comunicativas. Aprovechar el potencial de la información mediante su procesamiento y análisis contribuye a superar las formas tradicionales de hacer política y de conversar sobre temas de interés público, integrando nuevas dinámicas y recursos, e implementándolos en el territorio digital en el que esta se disputa.

En este sentido, el Informe Interbarómetro que elabora el Observatorio Política y Redes Sociales de la Universidad Central de Chile sigue la misma línea de estudios que promueven otros centros de estudio a nivel regional, como lo son aquellos de la Fundación Cigob de Argentina, con la que se comparte el interés por esta temática. Los documentos que conforman el informe corresponden a conversaciones públicas que son capturadas en la medida

en que mencionan a alguno de los actores, las instituciones o las temáticas consideradas como relevantes en la discusión pública. Estos actores, instituciones y temáticas son definidas por el Equipo del Observatorio y son constantemente revisados. Tanto el flujo como el volumen de la información, corresponden a lo que se conoce como “Big Data”, concepto que se utiliza para el manejo de datos que tienen al menos tres características: enormes volúmenes, creados en tiempo real y en una variedad de formatos (estructurados, semiestructurados o no estructurados). Por eso, a diferencia de las encuestas de opinión convencionales, el Informe Interbarómetro no busca medir las preferencias u opiniones de forma representativa, sino más bien dar cuenta de la conversación política en curso que toma lugar exclusivamente en el territorio digital.

DOCUMENTOS ANALIZADOS DURANTE ESTE MES

5.186.354

ACTORES

2.089.863

PRENSA

1.097.345

PARTIDOS Y MOVIMIENTOS

TOTAL

8.373.562

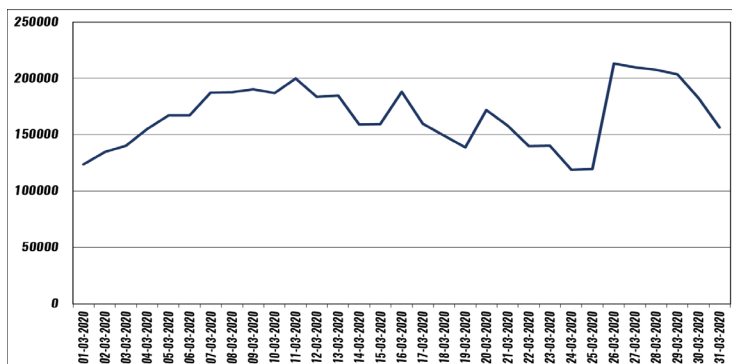
TRABAJO DE CAMPO

1 DE MARZO - 31 DE MARZO

CONVERSACIÓN POLÍTICA EN EL TERRITORIO DIGITAL

EVOLUCIÓN

De la conversación política en el territorio digital.



La evolución de la conversación política no presenta en particular un gran punto de mayor emisión, sin embargo, durante el día jueves 26 de marzo es cuando mayor número de menciones encontramos. Siendo el día del anuncio de cuarentena total en 7 comunas de la Región Metropolitana, afectando a Lo Barnechea, Vitacura, Providencia, Las Condes, Ñuñoa, Santiago e Independencia. Confirmando la atención captada por las dinámicas digitales entorno al Covid-19.

LOS INFLUENCIADORES



@PiensaPrensa
8.174



@joseantoniokast
7.291



@chileconvoca
4.290

El medio de comunicación independiente y con gran cantidad de atención de internautas en twitter, Piensa Prensa, es la cuenta con mayor influencia en la conversación. Siendo entonces la cuenta con mayor viralización. Por su parte el líder del Partido Republicano, José Antonio Kast, continúa dentro de los que más influyen. Por último, dentro de las tres cuentas que más viralización logran encontramos a chileconvoca, cuenta de denuncias ciudadanas y difusión de noticias independientes.

LOS ACTIVOS



@Patriota1959
2.412











@CristinaUna23
1.482



@Sajubare
1.292

Con respecto al activismo digital, las cuentas que se presenta cómo las más activas en el territorio político digital se describen como votantes del rechazo al proceso constituyente.

CONVERSACIÓN POLÍTICA EN EL TERRITORIO DIGITAL

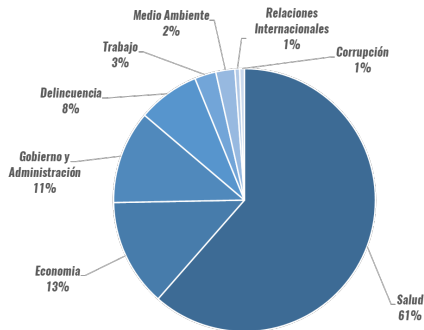
	ACTOR POLÍTICO	Menciones en la red	Menciones en prensa digital
1.	 Sebastián PIÑERA	26,3%	1,5%
2.	 Michelle BACHELET	3%	1,3%
3.	 José A. KAST	2,8%	0,1%
4.	 Gonzalo BLUMEL	1,6%	0,3%
5.	 Sergio MELNICK	1,6%	0%
6.	 Pamela JILES	1,6%	0,2%
7.	 Karol CARIOLA	1,4%	0,3%
8.	 Karla RUBILAR	1,4%	0,3%
9.	 Camila VALLEJO	1,4%	1,4%
10.	 Gabriel BORIC	1,3%	1,2%

La tendencia de los meses anteriores se mantiene, Sebastián Piñera continúa ubicándose como el actor político principal de la conversación digital. Del mismo modo, a pesar de que Michelle Bachelet se encuentra un tanto lejana al día a día de la política chilena es frecuentemente mencionada y capta la atención de internautas en el segundo lugar (3%). Con solo 0,2% menos que Bachelet, el ex-candidato presidencial José Antonio Kast salta al podio de las menciones en la red con un 2,8%. El ministro del Interior Gonzalo Blumel, se ubica en el cuarto puesto, siendo el ministro con mejor posición en el top 10. En el quinto y sexto lugar del ranking, se encuentra Sergio Melnick y la diputada Pamela Jiles, esta última se posiciona como la parlamentaria con mejor posición. El ranking cierra sus últimas cuatro posiciones, con dos diputadas del Partido Comunista y una ministra de gobierno: la diputada Karol Cariola (séptimo), ministra Karla Rubilar (octavo) y diputada Camila Vallejo (noveno). Cierra el ranking del mes de marzo, en la décima posición Gabriel Boric. Aunque Boric y Vallejo son los dos últimos del top 10, son parte de los cuatro con mayor atención en la prensa digital, con el segundo y cuarto lugar del ranking respectivamente.

CONVERSACIÓN POLÍTICA EN EL TERRITORIO DIGITAL

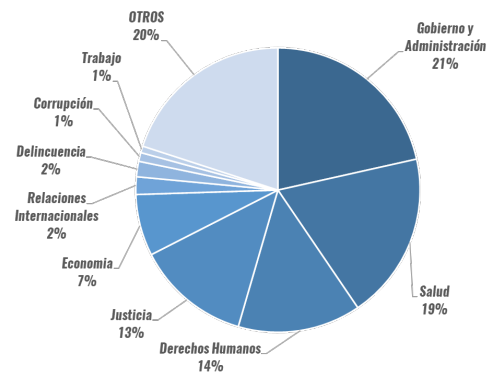
RANKING DE TEMAS

LOS TEMAS MÁS MENCIONADOS EN LA CONVERSACIÓN POLÍTICA DIGITAL



La conversación en el territorio político digital durante el mes de marzo, se vinculan en mayoría a las temáticas relacionadas con el Covid-19, presentándose en los tópicos de manera particular. Gobierno y Administración (21%) se configura como el tema de mayor atención en el territorio digital. La conversación referente es al manejo del gobierno frente a la crisis provocada por el Covid-19. Particularmente sobre las políticas económicas presentadas y aprobadas. La dinámica entorno a Salud (19%) es evidenciada por los asuntos propios de la pandemia, por parte Derechos Humanos (14%) hace referencia a discusión dada por las condiciones de salubridad en las cárceles.

TEMAS DE LA CONVERSACIÓN POLÍTICA EN PRENSA DIGITAL



La dinámica de la conversación de prensa digital, manifiesta particular atención al tema del momento: Covid-19. Por ello es que Salud (61%) es el tema con mayor atención, captando más de la mitad de la conversación. El contenido de las menciones al tópico, son referentes a la discusión de cuarentena nacional o cuarentena localizada. De lejos, es seguido con un 13% de Economía y 11% de Gobierno y Administración.

ZOOM AL PODIO
ACTOR POLÍTICO MÁS MENCIONADO



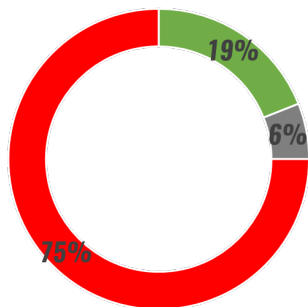
Análisis de la conversación política en la red.
INTERBARÓMETRO.

PALACIO DE
LA MONEDA

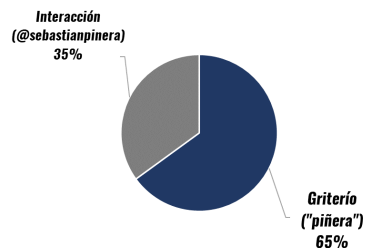
ZOOM AL PODIO

RADIOGRAFÍA AL ACTOR POLÍTICO MÁS MENCIONADO

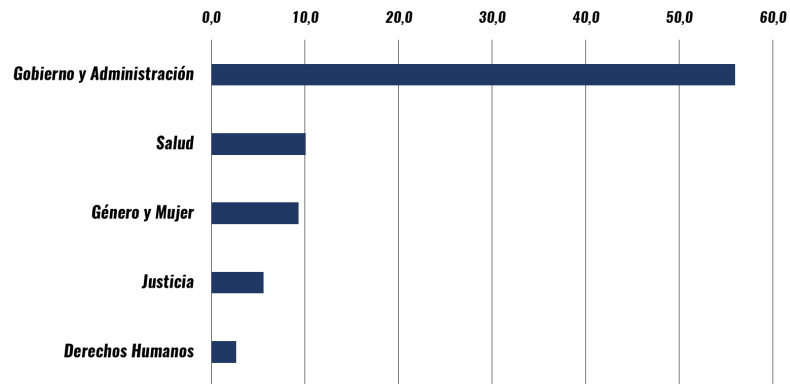
Valoración



Interacción v/s criterio



Los cinco temas más asociados

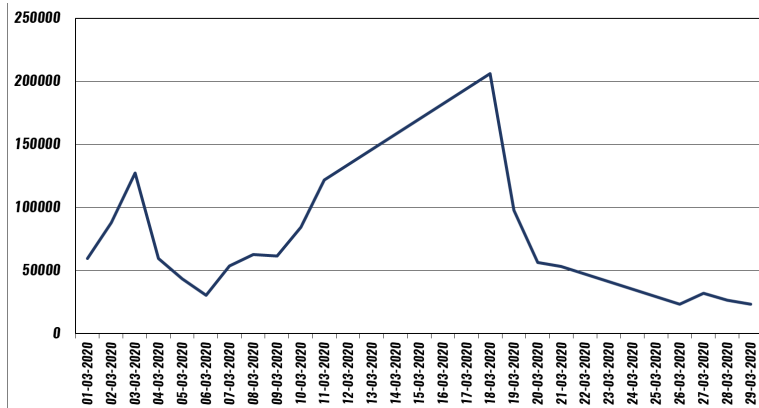


La imagen del presidente Piñera es valorada de manera negativa por los internautas, alcanzando un 75% de menciones de carácter negativo. Usuarios parecen no estar conformes con el manejo de la crisis provocada por la pandemia. Los tópicos de carácter positivo llegan a un 19%, poniendo énfasis en la defensa por parte de los internautas al liderazgo del presidente frente al Covid-19.

Los temas con mayor atención entorno a la imagen digital del presidente, tienen relación a los proyectos de ley, declaraciones de Piñera en contra del poder legislativo y manejo de la crisis sanitaria, los cuales se acumulan en "Gobierno y Administración". Continuando con la lógica que se ha dado durante el mes de marzo la conversación es captada por los efectos del Corona Virus, poniendo a "Salud" como la segunda temática, en tercer lugar los asuntos de la Ley Gabriela y movilización 8M.

ZOOM AL PODIO RADIOGRAFÍA AL ACTOR POLÍTICO MÁS MENCIONADO

Evolución en la conversación



Para marzo la evolución de Sebastián Piñera tuvo un máximo de conversación el 18/01, luego que durante la mañana del miércoles 18 de marzo, el presidente Piñera anunció el estado de excepción constitucional de catástrofe, con vigencia de 90 días a partir de la fecha anunciada, motivado por los efectos del Corona Virus.

Cuentas que más guían la conversación



Las cuentas que influyen la conversación referente a Piñera son un tanto variadas. La principal cuenta de viralización es la del medio de comunicación independiente Pienza Prensa. El comediante Fabrizio Copano sorprende ubicándose como la segunda cuenta, mientras que continúa llamando la atención alguna de las cuentas institucionales del ejecutivo.

Cuentas que más participan en la conversación



Sobre el activismo digital, podemos decir que las tres cuentas más activas reportan y comentan agenda del presidente de manera negativa.

RANKING DE MENCIONES

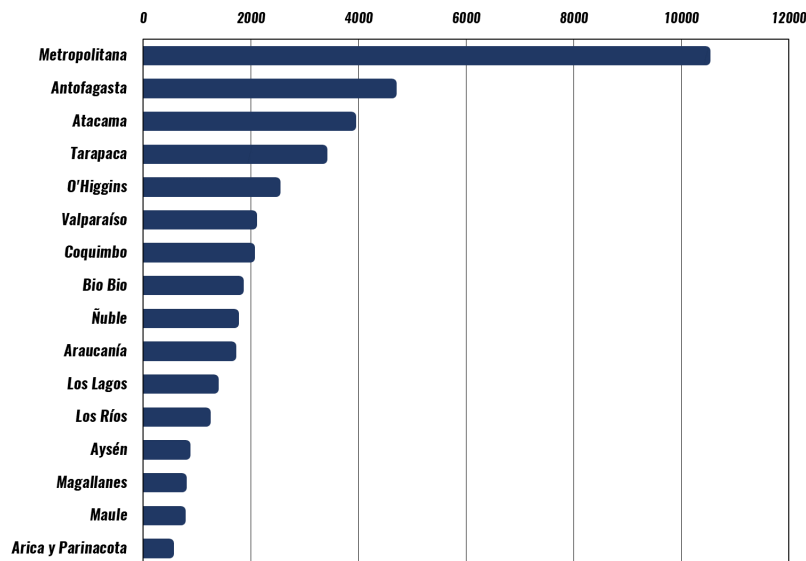


Análisis de la conversación política en la red.
INTERBAROMETRO.

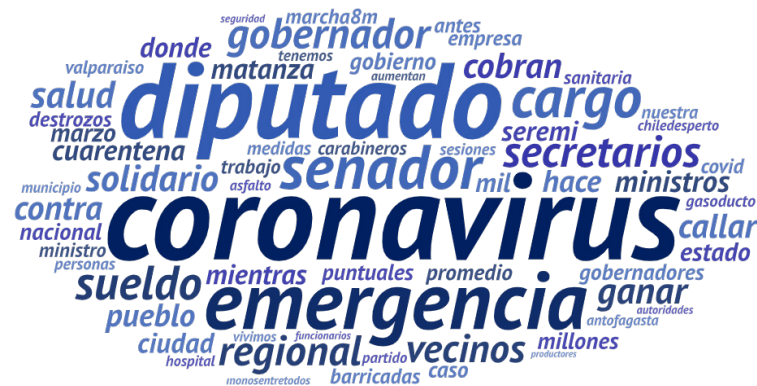


RANKING DE INTENDENCIAS

Las intendencias más mencionadas en el territorio digital



Las palabras más mencionadas en la conversación sobre intendencias en el territorio digital



Como ha sido de costumbre en la mayoría de los análisis, la Intendencia Metropolitana se encuentra en el liderato del ranking. Por otra parte, pareciera ser que las regiones del norte de Chile comienzan a ganar espacio en el territorio digital: Antofagasta, Atacama y Tarapacá configuran el segundo, tercer y cuarto lugar del estudio. Durante el mes de estudio, en la conversación destaca el contexto del “corona virus” y “emergencia”.

REFERENCIA METODOLÓGICA

El Informe Interbarómetro se elabora a partir de los datos generados por aplicaciones y softwares desarrollados por el equipo del Observatorio Política y Redes Sociales. Estos softwares y aplicaciones rescatan permanentemente datos que, de manera abierta y pública, se generan en las redes sociales Twitter y Facebook, y que mencionan alguna de las palabras clave (queries) que guían la búsqueda. Las queries son determinadas por el Equipo del Observatorio y la lógica que guía su determinación es que cada vez que se les menciona, se estaría en presencia de conversaciones que versan sobre temas públicos de interés político. Son tres las tipologías de queries que considera este informe: actores, instituciones y temas.

TIPOLOGÍAS DE QUERIES

Actores: cada actor político (más de 300 para este Informe) se identifica por medio de dos parámetros de búsqueda (dos queries): a) el nombre de su cuenta twitter y b) la forma más difusa de referirse al mismo. Por ejemplo, en el caso de Sebastián Piñera, sus dos queries de búsqueda son: a) @sebastianpinera y b) Piñera. **Instituciones:** cada institución (más de 100 para este Informe) se identifica por medio del nombre de su cuenta twitter. Por ejemplo, en el caso del Ministerio de Relaciones Exteriores, su query de búsqueda es: @Minre_Chile. **Temas:** cada temática es determinada de acuerdo a una descripción propia de la misma. Actualmente se cuenta con una lista de 17 temáticas (Economía, Elecciones, Educación, etc.), a las que deben sumarse aquellas de carácter coyuntural (Visita del Papa, por ejemplo). La categorización de las temáticas se realiza de manera manual, por parte de miembros del equipo del Observatorio, a través de un control de doble par ciego sobre un muestreo probabilístico aleatorio de las conversaciones a analizar.

La sistematización de los datos es realizada por miembros del Equipo del Observatorio, respetando parámetros de imparcialidad, transparencia y rigurosidad académica. Respetando estos parámetros, el equipo desarrolla una serie de insumos gráficos. Los académicos del Observatorio realizan finalmente el análisis de los mismos, desde una perspectiva politológica que tenga cuenta de la coyuntura social e institucional.

SOBRE LA VALORACIÓN

Por medio de una aplicación informática de desarrollo propio, basada en R, se recuperan cotidianamente los datos relacionados con el tópico de búsqueda en la plataforma Twitter. Es decir, todo documento publicado en Twitter que contenga el tópico conceptualizado. Cada tópico de búsqueda, que se estructura conceptualmente (por ejemplo "Sebastián Piñera"), se compone de distintas queries (palabras o juegos de palabras) asociadas a dicho concepto ("@sebastianpinera", "#Piñera" o "Pinera"). Los datos recogidos son analizados por un académico experto, de modo de identificar la presencia de imágenes, bots, trolls, influenciadores u otros, en el ámbito de la conversación observada. Con la base depurada, un equipo de ayudantes de investigación procede a la obtención de una muestra representativa, con un nivel de confianza de un 95% y margen de error de $\pm 5\%$. Sobre la muestra obtenida, se procede a una valoración cuantitativa y cualitativa de la misma. La valoración consiste en clasificar los tuits producidos y reproducidos en la red (y presentes en la muestra), según la conveniencia que la forma y/o contenido de estos representen para cada tópico de búsqueda analizado. Las formas de clasificarlos son: positivo, negativo o neutro. El parámetro se obtiene de la respuesta

EQUIPO

Director:

Nicolás Freire Castello

Coordinación Académica e Investigación:

Felipe Gonzáles López

Coordinación de Comunicación:

José Catenacci Martín

Coordinación de Diseño:

Ricardo Sierralta Calderon

Apoyo externo:

Víctor Medina, Estadísticas e Ingeniería

Coordinador de ayudantes:

Job Montecinos, Ciencia Política

Ignacio González, Ciencia Política

Ayudantes de investigación:

Alex Lillo, Publicidad

Alfonso Opazo, Ingeniería en computación informática

Bárbara Fernández, Ciencia Política

Catalina Quinteros, Ciencia Política

Fabián Contreras, Ciencia Política

María Paz Barrales, Periodismo

Paulo Monsalve, Periodismo

Piero Bertoni, Publicidad

Rubén Contreras, Ingeniería en computación informática

Teo Higuera, Ciencia Política