

OBSERVATORIO POLÍTICA
Y REDES SOCIALES



Análisis de la conversación política en la red.
INTERBAROMETRO.

OCTUBRE
2019
EDICIÓN
38



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

4.003.485

ACTORES

1.803.670

PRENSA

1.518.180

PARTIDOS Y MOVIMIENTOS

TOTAL

7.325.335

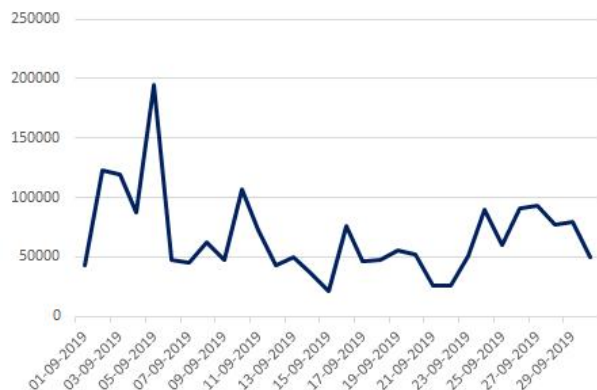
TRABAJO DE CAMPO

1 DE OCTUBRE- 31 OCTUBRE

CONVERSACIÓN POLÍTICA EN EL TERRITORIO DIGITAL

EVOLUCIÓN

De la conversación política en el territorio digital.



La conversación política en el territorio digital tiene su punto más alto a comienzos del mes, específicamente el jueves 05. Siendo las declaraciones de Jair Bolsonaro en contra de Michelle Bachelet, particularmente sobre el fallecimiento de su padre en dictadura, el motivo por el cual la red se activa ese día. Internautas toman una postura crítica y piden la opinión del gobierno luego de la mencionada polémica, además de respaldo a la Expresidenta.

LOS INFLUENCIADORES













Las cuentas con mayor cantidad de viralización se ven polarizadas por su visión ideológica. En el caso del primer lugar, José Antonio Kast supera los 80 mil Rt. La segunda cuenta con mayor reproducción de sus mensajes, es Sergio Melnick. Por último, la tercera cuenta es la correspondiente a la diputada Camila Vallejo.

LOS ACTIVOS



Las cuentas con mayor actividad durante el mes analizado, promedian sobre las 4 mil publicaciones mensuales. Su contenido es a favor de las libertades económicas y conservador en temas como aborto.

RANKING DE ACTORES LOS MÁS MENCIONADOS EN LA CONVERSACIÓN POLÍTICA DIGITAL

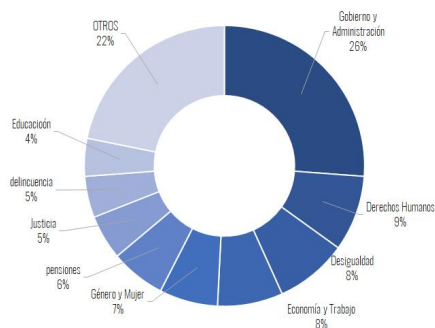
		Menciones en la red	Menciones en prensa digital
1.	 Sebastián PIÑERA	23,8%	1,4%
2.	 Michelle BACHELET	7,8%	0,9%
3.	 José Antonio KAST	6,4%	2,6%
4.	 Sergio MELNICK	3,8%	0,6%
5.	 Camila VALLEJO	3,2%	1,4%
6.	 Marcela Cubillos	2,5%	0,2%
7.	 Daniel JADUE	2,0%	0,6%
8.	 Karol Cariola	1,9%	0,3%
9.	 Alejandro Guillier	1,9%	0,1%
10.	 Andrés Chadwick	1,6%	0,4%

Por segundo mes consecutivo el actor más mencionado de la conversación política es Sebastián Piñera. Seguido por Michelle Bachelet en el segundo lugar y José Antonio Kast en la tercera ubicación. Es importante mencionar que el podio del ranking, en comparación con el mes anterior se mantiene sin modificaciones. Sergio Melnick se mantiene en la cuarta posición, el mismo caso para Camila Vallejo que se confirma en el quinto puesto. En la sexta casilla del top ten reaparece Marcela Cubillos y Daniel Jadue asciende desde la novena a séptima posición. En las últimas tres posiciones encontramos a nuevos actores que ingresan al top ten este mes, nos referimos a Karol Cariola (octavo), Alejandro Guillier (noveno) y Andrés Chadwick (decimo).

CONVERSACIÓN POLÍTICA EN EL TERRITORIO DIGITAL

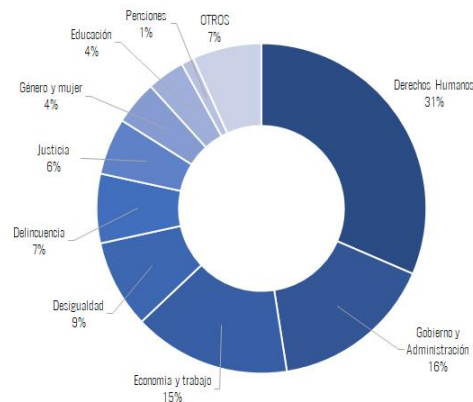
RANKING DE TEMAS

LOS TEMAS MÁS MENCIONADOS EN LA CONVERSACIÓN POLÍTICA DIGITAL



El ranking de temas en prensa digital es liderado por los asuntos de Gobierno y Administración (26%), donde destaca la cadena nacional sobre el presupuesto nacional para 2020. En la segunda preferencia temática se encuentra Derechos Humanos con 9%, originado a raíz de una nueva conmemoración del 11 de septiembre. Con respecto a la tercera y cuarta temática, los tópicos son referentes a Desigualdad (8%) y Economía y Trabajo (8%). Ambos se originan a partir de la presentación del Imacec por parte del gobierno.

TEMAS DE LA CONVERSACIÓN POLÍTICA EN PRENSA DIGITAL



La conversación política general tiene como principal tópico las menciones a Derechos Humanos (31%), la temática tiene atención por la conmemoración del 11 de septiembre y polémica declaración de Bolsonaro contra Bachelet sobre situación de su padre en dictadura. En segundo lugar se encuentra Gobierno y Administración (16%), luego de menciones a la presentación del presupuesto nacional para 2020. En tercer lugar Economía y Trabajo (15%) luego del anuncio del Imacec por parte del ejecutivo.

ZOOM AL PODIO
ACTOR POLÍTICO MÁS MENCIONADO

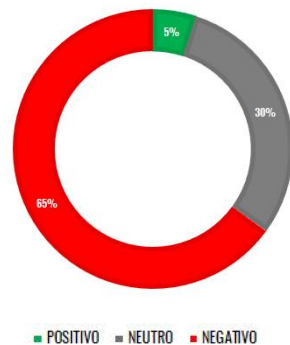


Análisis de la conversación política en la red.
INTERBARÓMETRO.

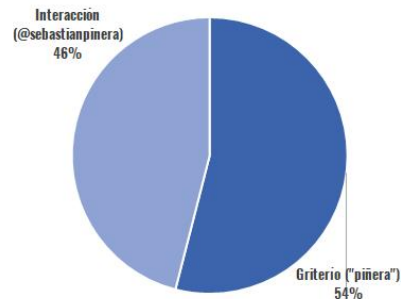
PRELACIO de
LA MONEDA

ZOOM AL PODIO RADIOGRAFÍA AL ACTOR POLÍTICO MÁS MENCIONADO

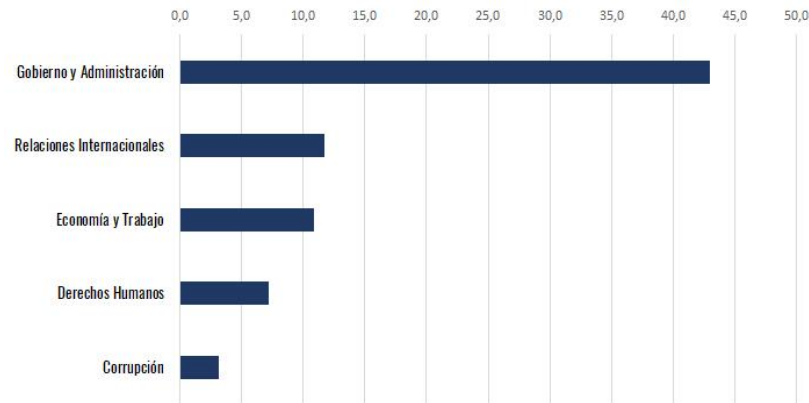
Valoración



Interacción v/s criterio



Los cinco temas más asociados



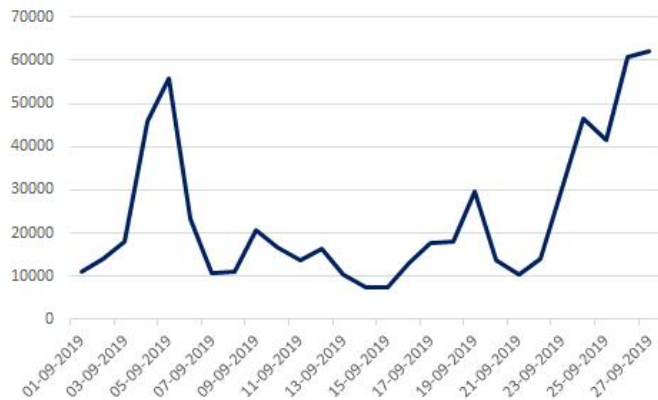
A la hora de mencionar a Sebastián Piñera los internautas lo hacen con un 54% por medio del criterio (Piñera), por el contrario, el 46% de los documentos son referenciales a la cuenta @sebastianpinera.

En la conversación de Sebastián Piñera encontramos escasa conversación positiva (5%), allí se agrupan las felicitaciones por el premio "Global Citizen Award 2019". Las referencias negativas suman más de la mitad de la conversación llegando al 65% de la emisión. Estas últimas se distribuyen entre sátira política por su premio, críticas por relaciones con Bolsonaro y vinculaciones ideológicas con la dictadura de Pinochet.

Los temas relacionados entorno a Sebastián Piñera, son mayoritariamente sobre Gobierno y Administración (85%). Dentro de esos documentos encontramos las menciones a las distintas funciones del ejecutivo. Los tópicos relacionados a Economía y Trabajo (34%) tienen conversación sobre presentación del Imacec y el presupuesto 2020.

ZOOM AL PODIO RADIOGRAFÍA AL ACTOR POLÍTICO MÁS MENCIONADO

Evolución en la conversación



La conversación de Sebastián Piñera tiene dos peak de emisión durante el mes. El primer punto más alto se da el 05 de septiembre, luego del anuncio de gobierno sobre crecimiento en 3,2% del Imacec correspondiente a julio, mostrando positivismo en materia económica para los próximos trimestres. El segundo día con mayor conversación, superando las 60 mil menciones coincide con cadena nacional del mandatario por motivo de la presentación del presupuesto 2020 (# Presupuesto 2020). En los anuncios de aquella cadena se encuentran el gasto público de 3% y reforma de pensiones.

Cuentas que más guían la conversación



El #Presupuesto2020 y la información respecto al Imacec, fueron difundidas por la propia cuenta de Sebastián Piñera. No siendo sorpresa que sea el principal viralizador de su conversación. Las otras dos cuentas tienen el denominador común de compartir información de sátira y contrarias a Piñera.

Cuentas que más participan en la conversación



Las dos primeras cuentas con mayor actividad en la conversación de Piñera, se destacan por apoyo a las gestiones de gobierno. Mientras que la tercera cuenta dedica sus emisiones a la información que va en contra del mandatario.

RANKING DE MENCIONES

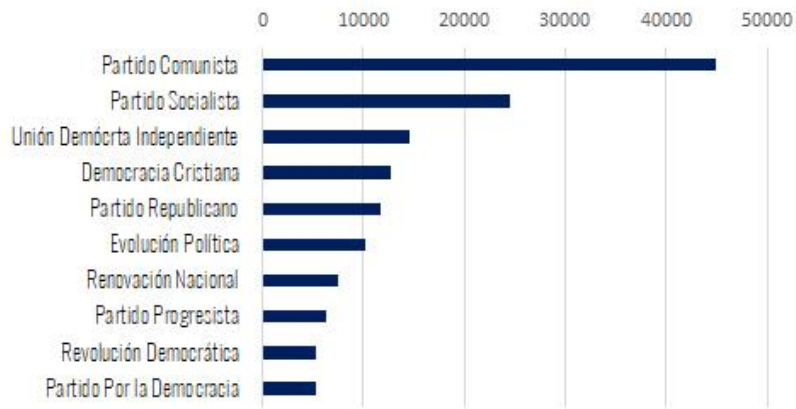


Análisis de la conversación política en la red.
INTERBAROMETRO.



RANKING DE PARTIDOS Y MOVIMIENTOS POLÍTICOS

Los 10 partidos y movimientos políticos más mencionados en el territorio digital



Las palabras más mencionadas en la conversación sobre partidos y movimientos políticos en el territorio digital



El Partido Comunista continúa liderando el ranking de partidos políticos, confirmando su éxito digital en función de la cantidad de menciones. En el resto del podio encontramos a dos partidos que asciende para alcanzar la segunda y tercera ubicación, nos referimos al Partido Socialista y Unión Demócrata Independiente. En el caso del PS sube desde la tercera casilla, mientras que UDI desde la séptima. El ranking continúa con dos descensos en comparación con el anterior mes, la Democracia Cristiana desciende dos posiciones cayendo a la cuarta posición y Partido Republicano a la quinta. La segunda mitad del top ten comienza con Evópoli y Renovación Nacional en la sexta y séptima casilla respectivamente. El Partido Progresista sube desde la novena a la octava ubicación, el mismo caso sucede con Revolución Democrática que pasa a la novena casilla. El top ten finaliza con el Partido Progresista, que desciende desde la quinta posición del mes anterior a la décima.

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 Martin

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