

OBSERVATORIO POLÍTICA
Y REDES SOCIALES



Análisis de la conversación política en la red.
INTERBAROMETRO.

ABRIL
2020

EDICIÓN
37



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

4.952.727

ACTORES

2.418.741

PRENSA

1.993.373

PARTIDOS Y MOVIMIENTOS

TOTAL

9.364.841

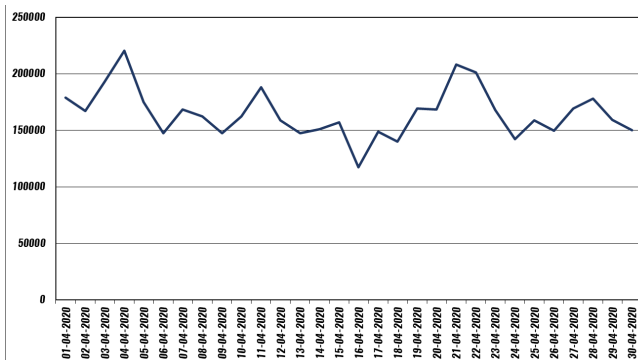
TRABAJO DE CAMPO

1 DE ABRIL - 31 DE ABRIL

CONVERSACIÓN POLÍTICA EN EL TERRITORIO DIGITAL

EVOLUCIÓN

De la conversación política en el territorio digital.



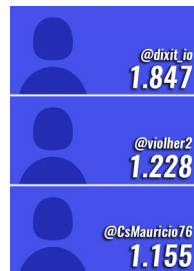
La conversación evoluciona con dos puntos máximos de emisión. La primera de ellas se da durante los primeros días del mes (04-abril), provocada por la polémica visita de Sebastián Piñera a Plaza Italia, centro de las manifestaciones de 2019. El segundo peak es el 21 de abril, a raíz de que Xu Bu (Embajador de China en Chile) declara contradiciendo al Jaime Mañalich respecto a la donación de ventiladores.

LOS INFLUENCIADORES








Los influenciadores de la conversación del mes de abril, continúa confirmando la viralización que alcanzó las emisiones de los medios de comunicación independiente. Para el mes estudiado, la cuenta @Chileokulto y muy por debajo @prensaopal confirma aquella idea. También aparece el perfil del historiador Jorge Baradit.

LOS ACTIVOS



En las cuentas más activas, destacan respectivamente un medio de comunicación independiente (@dixit_io), seguida por usuario con activismo en favor del gobierno y un tercero como opositor al mismo.

RANKING DE ACTORES LOS MÁS MENCIONADOS EN LA CONVERSACIÓN POLÍTICA DIGITAL

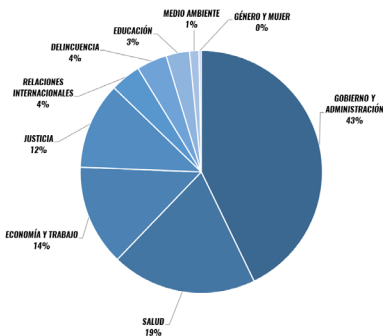
1.	 Sebastián PIÑERA	14,9%	3,3%
2.	 Jaime MAÑALICH	3,8%	2,7%
3.	 Michelle BACHELET	3,7%	0,4%
4.	 Gabriel BORIC	3,0%	0,1%
5.	 Sergio MELNICK	2,8%	0,3%
6.	 Camila VALLEJO	2,7%	0,4%
7.	 Raúl FIGUEROA	2,2%	0,4%
8.	 Diego SCHALPER	2,1%	0,0%
9.	 Alejandro GUILLIER	2,0%	0,2%
10.	 Karol CARIOLA	1,8%	0,0%

Ya no es de extrañar que el actor con mayor conversación y líder del ranking sea Sebastián Piñera. Sin embargo, en el resto del top ten si encontramos sorpresas, particularmente por la aparición de nuevos actores. El efecto coronavirus activa la red en torno a los ministros Jaime Mañalich (Salud) y Raúl Figueroa (Economía), específicamente por sus funciones en el contexto del Covid-19, ubicándolos en la segunda y séptima posición. Michelle Bachelet desciende una posición y se encuentra en el tercer lugar de este mes, en el caso de Gabriel Boric presenta un salto considerable en el ranking en comparación con el mes anterior, pasando de la décima plaza a la cuarta. En la quinta posición no hay modificaciones, Sergio Melnick se mantiene en la misma condición del mes pasado, mientras que Camila Vallejo aumenta tres puestos y se ubica en la sexta posición. La parte baja de los 10 actores más mencionados, comienza con el ya comentado ministro de educación (séptimo lugar), continuando con el diputado Diego Schalper que capitaliza su participación mediática e ingresa al ranking (octavo lugar), terminando con el senador Guillier y la diputada Cariola. Asimismo el ranking de actores mencionados en los medios digitales, es liderado por Sebastián Piñera y seguido de Jaime Mañalich, ambos mantienen una gran diferencia porcentual con el resto del top ten. Muy por debajo son seguidos por Michelle Bachelet, Camila Vallejo y Raúl Figueroa.

CONVERSACIÓN POLÍTICA EN EL TERRITORIO DIGITAL

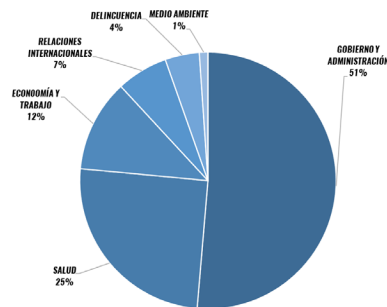
RANKING DE TEMAS

LOS TEMAS MÁS MENCIONADOS EN LA CONVERSACIÓN POLÍTICA DIGITAL



Los asuntos de Gobierno y Administración captan la mayor atención de los internautas en la conversación política referente a prensa digital. Durante este mes la temática alcanzó un 43% de menciones, con mensajes alusivos a cadenas nacionales del Sebastián Piñera, anuncios de programas por las consecuencias del Covid-19 y el funcionamiento de los servicios públicos. El segundo tema de preferencia de los usuarios es el de Salud (19%), con particular motivo el manejo del ministro Mañalich en la pandemia. Los internautas prefieren como tercera preferencia los temas referentes a Economía y Trabajo, puntualmente por los indicadores de crecimiento económico y seguridad laboral.

TEMAS DE LA CONVERSACIÓN POLÍTICA EN PRENSA DIGITAL



Un poco más de la mitad de la conversación digital (51%) proviene de los tópicos relacionados a Gobierno y Administración. La polémica generada a raíz de los ventiladores traídos desde China y la búsqueda del gobierno para volver a la normalidad, son dos de los nudos críticos de la conversación. Con el 25% de las menciones, los temas relacionados a Salud son la segunda preferencia de atención. Los documentos analizados en la temática apuntan directamente a la labor del ministro Mañalich y las condiciones de hospitales públicos frente a la pandemia. En tercer lugar, los indicadores económicos y discusión digital sobre la ley de protección al empleo por COVID-19.

ZOOM AL PODIO
ACTOR POLÍTICO MÁS MENCIONADO



Análisis de la conversación política en la red.
INTERBAROMETRO.

PALACIO DE
LA MONEDA

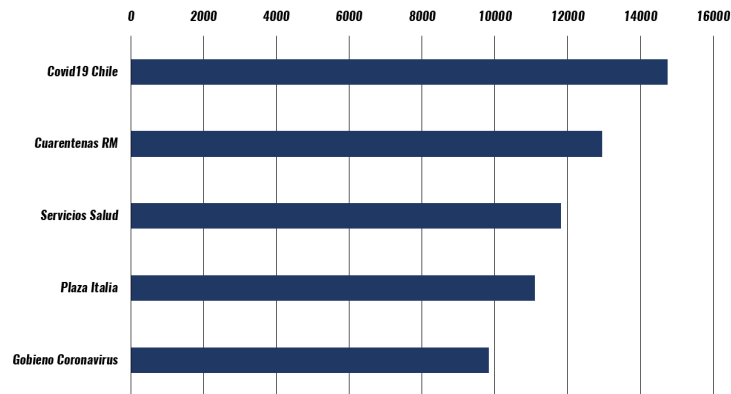
ZOOM AL PODIO

RADIOGRAFÍA AL ACTOR POLÍTICO MÁS MENCIONADO

Las palabras más mencionadas



Las ideas más mencionadas

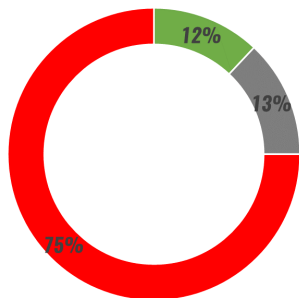


Pareciera ser que el coronavirus es el eje central de la conversación entorno al mandatario chileno. El análisis semántico de Sebastián Piñera continúa siendo, al igual que el mes anterior, colonizado por los tópicos referenciales a la pandemia del Covid-19. De allí se desglosa la conversación vinculada al debate digital sobre la gestión de Jaime Mañalich. En esa misma línea la participación digital de los internautas se activa en función de la polémica por los ventiladores mecánicos que habría donado China. Lo recientemente detallado se confirma con el bigrama de palabra, agregando otra situación polémica a la conversación de Piñera: la foto tomada en Plaza Italia.

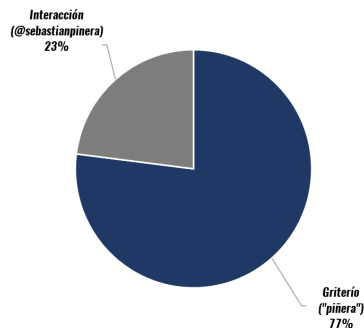
ZOOM AL PODIO

RADIOGRAFÍA AL ACTOR POLÍTICO MÁS MENCIONADO

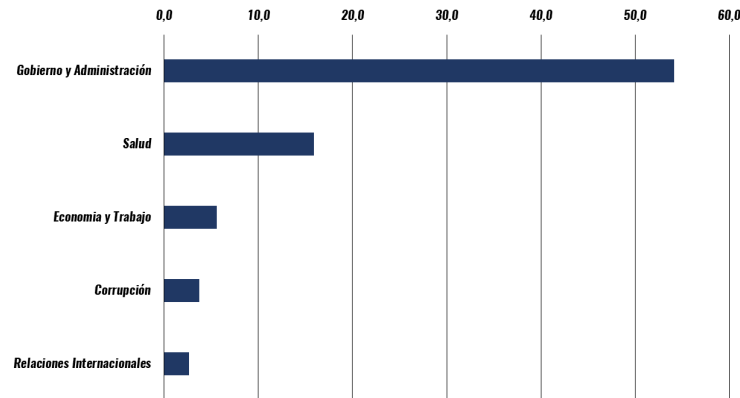
Valoración



Interacción v/s criterio



Los cinco temas más asociados

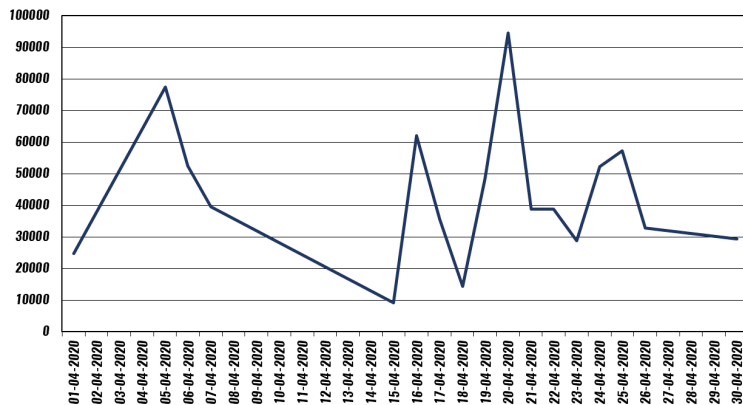


Nuevamente la imagen de Sebastián Piñera es valorada de forma negativa, manteniendo un 75% de percepciones negativas por parte de los usuarios. Las menciones negativas se vinculan a su visita a Plaza Italia y brazaletes usados en cadena nacional que la red asimiló al uso por nazistas. La valoración positiva durante este mes alcanza un 12%, gracias a usuarios que defienden la estrategia del gobierno en el desempeño contra el Covid-19.

Entorno a la conversación de Piñera, el principal tema es referente a Gobierno y Administración. El principal tema alcanza más de la mitad de la conversación (54%), los internautas se activan en esa temática dada la idea del gobierno de retomar prontamente la normalidad. Los tópicos referentes a Salud, se vinculan a las cuarentenas en la región metropolitana y a la polémica por los ventiladores desde China. La incertidumbre económica y laboral, posiciona en el tercer lugar los tópicos referentes a Economía y Trabajo.

ZOOM AL PODIO RADIOGRAFÍA AL ACTOR POLÍTICO MÁS MENCIONADO

Evolución en la conversación



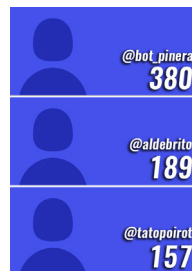
En el mes de abril la conversación relacionada a Sebastián Piñera, mantuvo dos momentos de peak. En primer lugar su evolución presenta un aumento importante entre el sábado 04 y domingo 05, luego de la polémica que generó bajarse de su comitiva y fotografiarse en Plaza Italia, la cual fue punto importante de las manifestaciones de 2019. El segundo y mayor peak del mes, es durante el día 20 de abril. En aquel la conversación aumenta por un par de motivos importantes: aumento de la aprobación de Piñera según Cadem, error del presidente en cadena nacional respecto al número de fallecidos y presentación del proyecto Ingreso Familiar de Emergencia.

Cuentas que más guían la conversación



“Información y humor” indica la descripción de la cuenta GAMBA_CL, la cual influye en mayor cantidad la conversación respecto a Piñera. Por otra parte el segundo lugar de los influenciadores, destaca una cuenta de carácter oficial y formal, perteneciente a Daniel Jadue (Recoleta). La tercera cuenta identificada es un usuario favorable al “apruebo”, referencial al plebiscito. Entre el medio de comunicación independiente, el alcalde de Recoleta y la tercera cuenta promedian más de 200.000 seguidores.

Cuentas que más participan en la conversación



La cuenta bot_piñera es nuevamente la con mayor actividad “tuitera” en relación al mandatario. Las dos siguientes cuentas, son abiertamente contrarias al gobierno actual.

RANKING DE MENCIONES

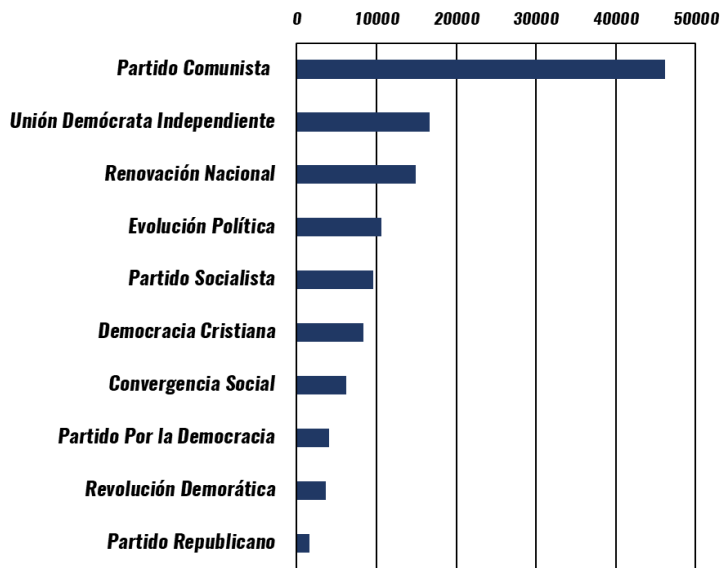


Análisis de la conversación política en la red.
INTERBAROMETRO.



RANKING DE PARTIDOS Y MOVIMIENTOS POLÍTICOS

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



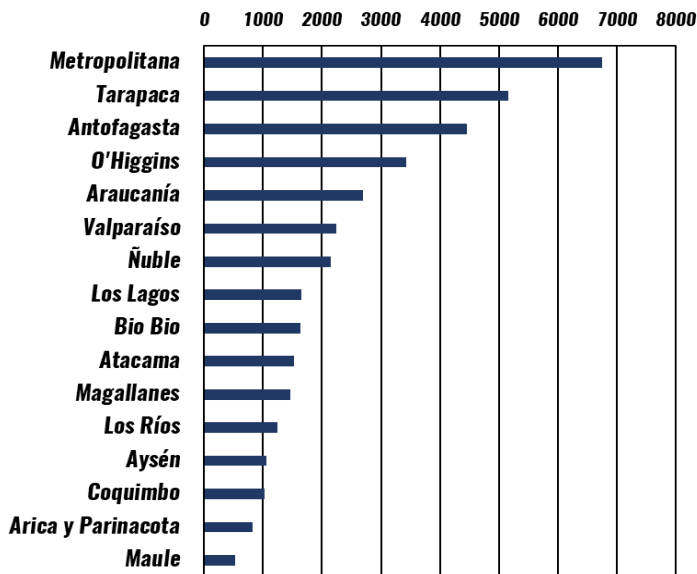
Las palabras más mencionadas en la conversación sobre partidos y movimientos políticos en el territorio digital



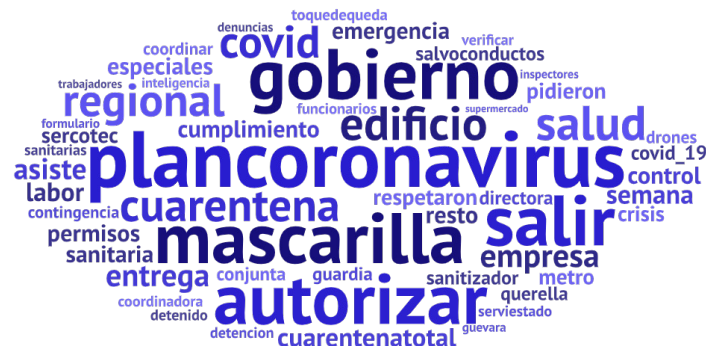
No hay sorpresa en el liderazgo del ranking, el Partido Comunista continúa siendo el más mencionado. Al contrario, si hay sorpresa en el resto del podio, donde UDI y RN se posiciona. Los partidos de Chile Vamos, pasan del cuarto al segundo lugar y del quinto al tercer lugar respectivamente. El análisis semántico evidencia conversación con respecto a foro organizado por el Instituto Libertad y Desarrollo, donde internautas denuncian posible lobby para evitar realización del plebiscito en Octubre.

RANKING DE INTENDENCIAS

Las intenciones más mencionadas en el territorio digital



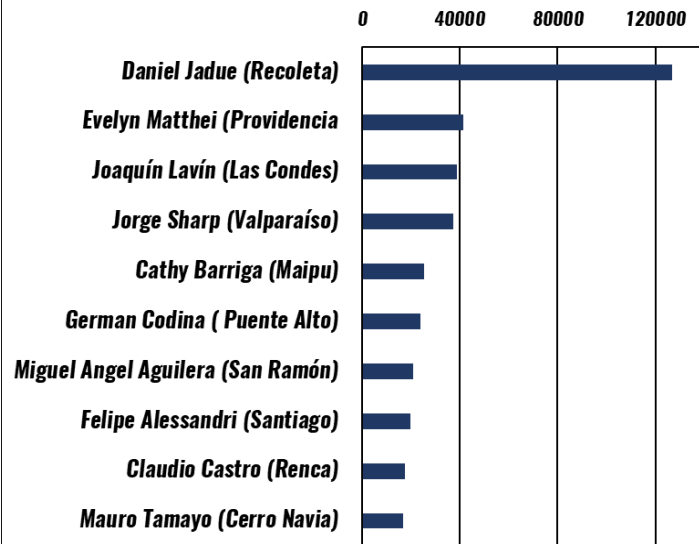
Las palabras más mencionadas en la conversación sobre intenciones en el territorio digital



Nuevamente la Intendencia metropolitana capta mayor cantidad de menciones. Sin embargo, a diferencia del mes anterior, la distancia para con las otras intenciones es menor. La Intendencia de Tarapacá pasa del cuarto al segundo puesto del ranking, mientras tanto Antofagasta desciende una ubicación y se posiciona en el tercer lugar. Manteniendo la importancia de las regiones del norte de Chile en el ranking de menciones. Con respecto a los documentos semánticos, no es sorpresa que las temáticas identificadas sean referentes al Covid-19, en particular al flujo de población que se mueve de una región a otra en cada fin de semana.

RANKING DE ALCALDES

Los 10 alcaldes más mencionados en el territorio digital



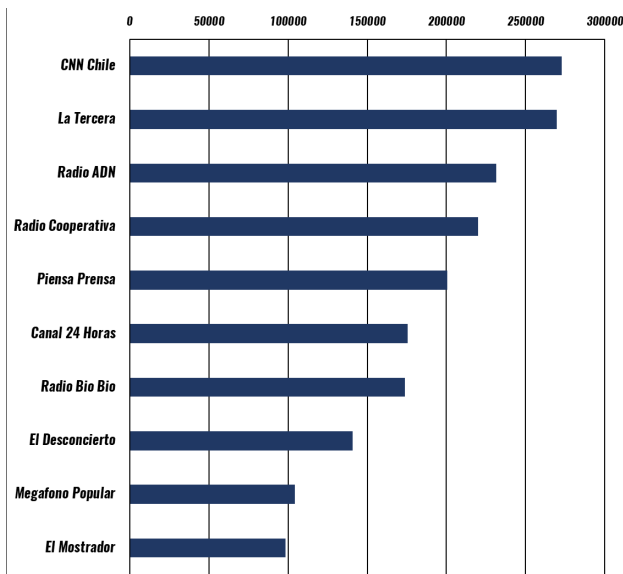
Las palabras más mencionadas en la conversación sobre alcaldes en el territorio digital



Por segundo mes consecutivo, Daniel Jadue (Recoleta) es el Alcalde con mayor número de menciones, creciendo este mes la distancia con el resto de alcaldes. Del mismo modo, también hay noticias positivas para Evelyn Matthei (Providencia) que pasa del quinto al segundo lugar del ranking. Es importante destacar que en este análisis mensual, aparece en el ranking Claudio Castro (Renca) luego de contradecir informe de Carabineros por detención de haitiano. En materia semántica, los datos son referentes a coronavirus enfocándose en la discusión por reapertura de los centros comercial y supuestas discriminaciones a personas haitianas.

RANKING DE PRENSA

Los 10 medios de prensa digital que generan más conversación en el territorio digital



Las palabras más mencionadas en la conversación sobre medios de prensa digital



El ranking de menciones a medios de comunicación, presenta un podio favorable a los medios tradicionales. En el primer lugar un canal de televisión (CNN Chile), en el segundo prensa escrita (La Tercera) y en el tercer puesto radio (Radio ADN). En la parte baja del top 10, figuran tres medios que el mes anterior no lucieron: El Desconcierto, Megáfono Popular y El Mostrador. Piensa Prensa (quinto) es el medio independiente mejor posicionado. Los detalles semánticos son en general referencias a la crisis del coronavirus, particularmente a personas que irresponsablemente salen de Santiago en sus helicópteros.

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