



Twitterquía: La política de las redes en Uruguay

Página web del libro: <https://twitterquia.weebly.com/>

Presentación: Martes 17 de diciembre a las 18:00 hrs a cargo de Ricardo Leiva y Ana Laura Pérez en el Centro Cultural de España (Rincón 629)

Venta: En librerías del país, en la presentación y en formato Kindle a través de Amazon.

El objetivo del libro es presentar un panorama general de cómo la política y en particular la campaña electoral se desarrolló en Twitter. Para esto descargamos más de 3 millones de tuits relacionados a la campaña electoral, incluyendo todas las menciones a los precandidatos de marzo a noviembre y más de 30 hashtags distintos. Para procesar estos datos utilizamos diversas herramientas como análisis de sentimiento, de redes y temporales.

Algunos puntos que trata el libro:

- **¿Por qué es interesante estudiar el uso político de Twitter?** Las tecnologías de la información y comunicación (tic) y las redes sociales suponen un cambio en los vínculos entre la ciudadanía, los políticos y los gobiernos. Los cambios tecnológicos en la comunicación no solo suponen cambios en la cantidad de gente que consume información, sino también en quién controla la información y cómo es distribuida. Las redes sociales permiten a las personas elegir contenidos de manera de evitar ideas y asuntos que vayan en contra de sus creencias o interpretaciones, particularmente en Twitter. Por otro lado, estas redes existen por fuera del sistema tradicional de medios. Por lo tanto, los actores políticos tienen mayor control sobre los contenidos que buscan difundir. Estos cambios en las formas en que fluye la información desde los políticos a la ciudadanía y viceversa, unidos a la velocidad y masividad de la incorporación de estas nuevas tecnologías, vuelven necesario que busquemos entender este nuevo escenario en el que se desenvuelve la política
- **El éxito de los candidatos en Twitter:** En el libro analizamos el éxito (medido en retuits y favoritos) de los candidatos durante la campaña. Por ejemplo, damos cuenta de la dominancia de Talvi en el período pre-internas y el incremento del éxito de Lacalle Pou de cara a octubre. También identificamos patrones distintos en la relación entre retuits y favoritos de un mismo mensaje entre los candidatos (lo que tiene distintas implicancias en la difusión de los mensajes) y el uso de imágenes y enlaces, y la frecuencia de interacciones con otros usuarios, entre otras cosas.
- **Análisis de sentimiento:** El libro da cuenta de los distintos tonos que utilizaron los candidatos en su discurso. Usando diccionarios de palabras que asignan un puntaje (negativo o positivo) a cada tuit, identificamos el tono de cada uno de los tuits de los candidatos y encontramos patrones distintos: si bien todos los candidatos tuvieron mayormente tuits positivos, algunos escribieron tuits negativos en mayor proporción - algunos de ellos muy exitosos-.
- **Análisis de redes (polarización):** En el libro creamos redes de retuits donde cada usuario es un nodo y los que los une son los retuits. De esta forma, si analizamos los retuits a los precandidatos, tanto en el período de marzo a junio como de julio a

octubre, vemos redes altamente polarizadas. Es decir, muchos usuarios relacionados al Frente Amplio se retuitean entre ellos, muchos usuarios relacionados a los partidos de la coalición multicolor se retuitean entre ellos (sin importar los partidos) y muy pocos usuarios retuitean a candidatos de ambos lados de la red. Esto es un buen reflejo de estudios de la Ciencia Política que muestran como el sistema de partidos uruguayo se estructura en dos bloques bien marcados. Otros aspectos interesantes que nos deja en el análisis de redes es la rápida inserción de Manini Ríos en el bloque opositor (tan temprano como en las internas, varios usuarios retuiteaban al precandidato de Cabildo Abierto al mismo tiempo que retuiteaban a otros precandidatos de oposición) y la distancia de Juan Sartori (particularmente de cara a las elecciones nacionales) respecto al resto del bloque opositor, es decir, pocos usuarios retuitearon a los precandidatos de oposición y a Juan Sartori.

- **Actores principales de la red:** Una de las novedades que introduce la popularización de las redes sociales es cambios en los líderes de opinión. Si bien los líderes de opinión existentes fuera de la red (políticos y medios de comunicación principalmente) aparecen como actores de peso, también son claves actores no tradicionales -sea ciudadanos comunes o usuarios anónimos- que son centrales en la generación y difusión de contenidos.
- **Flujo de partidarios:** En el libro identificamos a usuarios partidarios (que retuitean consistentemente a candidatos únicos o más de un candidato de un partido) y vemos sus dinámicas de retuiteo de tuits de candidatos en las internas, nacionales y segunda vuelta. Lo que se ve aquí es que el Frente Amplio es el partido en donde hay más usuarios que retuitean a diferentes precandidatos. En los partidos tradicionales las comunidades suelen estar estructuradas a partir de candidatos. Cada vez que pasamos de una elección a otra de las internas a las nacionales y de las nacionales a la segunda vuelta lo que pasa es que muchas veces los partidarios de candidatos que quedan fuera de competencia no pasan a retuitear a otros candidatos.

Los autores:

- **Juan A. Bogliaccini (@JuanBogliaccini)** es profesor asociado del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Católica del Uruguay. PhD en Ciencia Política (UNC Chapel Hill). Ha publicado en diversas revistas académicas. Es investigador Nivel I del Sistema Nacional de Investigadores (ANII).
- **Ignacio Borba (@nachoborba)** es estudiante avanzado de la licenciatura en Sociología en la Universidad Católica del Uruguay. Es asistente de investigación para diversos proyectos llevados adelante en el Departamento de Ciencias Sociales en UCU.
- **Cecilia Giambruno** es licenciada en Sociología y candidata a magister en Políticas Públicas por la Universidad Católica del Uruguay. Es asistente de investigación para diversos proyectos llevados adelante en el Departamento de Ciencias Sociales en UCU.
- **Martin Opertti (@MartinOpertti)** es licenciado en Sociología por la Universidad Católica del Uruguay y profesor de su licenciatura en Ciencia Política. Es asistente de investigación para diversos proyectos llevados adelante en el Departamento de Ciencias Sociales en UCU. Trabaja en el área de opinión pública de Equipos Consultores
- **Rafael Piñeiro Rodríguez (@rafaelpineiror)** es profesor del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Católica del Uruguay. PhD en Ciencia Política (PUC Chile). Es investigador Nivel II del Sistema Nacional de Investigadores (ANII)