

## MediaLAB FOZ: um laboratório de monitoramento e formação em mídias sociais.

Carvalho Guimarães, Gustavo<sup>1</sup>

Katherine Ramirez Vasquez, Ivania<sup>2</sup>

Fernandes Lourenço, Ramon<sup>3</sup>

### Resumen

El presente trabajo busca investigar, por los trazos generados en las redes sociales, enfocándonos específicamente en Twitter como objeto de investigación, cuál es el alcance o grado de conexiones de los diversos candidatos a la presidencia en las elecciones ocurridas en América Latina en 2018. Fueron analizados Paraguay, Colombia y serán hechos los análisis de Brasil. Como resultado los números conseguidos y los gráficos generados poseen un alto grado de informaciones, al punto de poder definirse qué candidato está mejor posicionado en las redes y con cuáles temas impacta/aporta al debate político, además de en general reflejar su peso real en el proceso electoral.

**Palabras Claves:** América Latina, Elecciones, Análisis de Redes Sociales, Twitter

### 1. Introducción

La idea del laboratorio surge con la posibilidad del monitoramento de la opinión pública sobre temas de interés para los países de América Latina, en el que se abordan asuntos de democracia digital a través del análisis de redes, con el acompañamiento de las elecciones presidenciales enfocándose en los candidatos presidenciales y sus conexiones de algunos países de América Latina que se están llevando a cabo en el transcurso del año. Se monitorean las discusiones principales por medio de la utilización de recolección de datos y su respectivo análisis en las redes sociales, específicamente las cuentas oficiales en twitter de los candidatos a la presidencia de cada país. Teniendo como objetivo de estudio la promoción de una mayor transparencia en las discusiones públicas en internet al detallar temas de controversia y el acompañamiento en tiempo real de las elecciones presidenciales, también, promover discusiones sobre la democracia digital y la observación de la

---

1

Estudante do curso de Relações Internacionais e Integração - ILAESP - UNILA, Bolsista. E-mail: gustavo.guimaraes@aluno.unila.edu.br

2

Estudante do curso de Relações Internacionais e Integração - ILAESP - UNILA, Bolsista. E-mail: ivania.vasquez@aluno.unila.edu.br

3

Relações Públicas da UNILA - SECOM - Coordenador. E-mail: ramon.fernandes@unila.edu.br

prensa con relación a la manipulación de la información (fake news), estos y otros temas importantes dentro del escenario político actual en el que las principales discusiones ocurren en las redes sociales.

## **2. Metodología**

El presente trabajo tiene como objeto principal de estudio la plataforma social Twitter, desde la que se recopilan los datos con la aplicación DMI-TCAT, herramienta desarrollada por la University of Amsterdam's Digital Methods Initiative. Los perfiles de los candidatos a la Presidencia, las interacciones de éstos con otros y las interacciones con ellos son el foco de la colección en todos los países encuestados, porque de ellos se puede trazar su propia importancia en la red y sus conexiones más significativas. Además de la aplicación anterior, se utilizan puntualmente el Gephi i el AntConc para análisis.

El primero a ser citado es el Gephi, software que permite montar la red de los perfiles de la Presidencia, generando un gráfico que muestra el grado de conexiones, densidad y centralidad (entre otros puntos). El otro, el AntConc, permite la visualización de cuáles fueron las palabras más utilizadas en todos los perfiles que interactúan con la Presidencia, proporcionando así una sensación de que los temas eran más tratados y recibían mayor prominencia. En resumen, el proceso de trabajo incluye la recopilación de datos de Twitter y tweets para posteriormente dirigir el análisis a la formación de las redes de candidatos y destacando los temas principales. Todo esto hecho con la ayuda de los softwares citados.

## **3. Fundamentación Teórica**

Con la llegada del Internet vinieron algunos cambios para la sociedad, entre estos tenemos uno con un alto crecimiento de importancia según el transcurso del tiempo, y es la posibilidad de expresión y sociabilización a través de las herramientas de comunicación por la computadora. Esto permite que diferentes actores puedan comunicarse e interactuar con otros actores, dejando en la red de computadoras rastros que permiten el reconocimiento de los padrones y de sus conexiones así como la visualización de sus redes sociales a través de estos rastros. Con este surgimiento de la posibilidad de estudiar estas interacciones y conversaciones es lo que da lugar al estudio de las redes sociales a inicios de los años 90.

Es un servicio de Web que permite a un individuo construir perfiles públicos o semipúblicos dentro de un sistema, articular una lista de otros usuarios con los cuales este comparte conexiones, visualizar y recorrer sus listas de conexiones así como otras listas creadas por otros usuarios del sistema (BENEVENUTO; ALMEIDA; SILVA, 2011).

Una red social es definida como un conjunto de dos elementos: Actores (personas, instituciones o grupos; los nudos de la red) y sus Conexiones (interacciones o lazos sociales). Las redes son metáforas estructurales, por lo que estas se constituyen en formas de analizar agrupamientos sociales a partir de su estructura, poseen topologías. Según Scott (2000) las redes sociales poseen tres topologías básicas: Distribuida, Centralizada y descentralizada.

La red centralizada es aquella donde un nudo centraliza la mayor parte de las conexiones esta red tiene el formato de “estrella”, mientras que la red descentralizada es aquella que posee varios centros, o sea la red no es mantenida conectada por un único nudo, pero si por un grupo pequeño de nudos que conecta varios otros grupos. Y por último la red distribuida es donde los nudos poseen más o menos la misma cantidad de conexiones.

Las redes también poseen propiedades específicas, entre ellas están el grado de conexión, la densidad i la centralidad. El grado de conexión es básicamente la cantidad de conexiones que un determinado nudo posee. Por lo que cuanto mayor es el grado de conexión más popular y más central es el nudo en la red. El grado de conexión puede ser explicado en términos de conexiones que un nudo recibe (indegree) y de las conexiones que este da o hace (outdegree).

La Densidad “describe el nivel general de conexión entre los puntos de un gráfico” (Scott 2000, p.69) o sea que la densidad se refiere a la cantidad de conexiones que un gráfico posee. I la Centralidad es la medida de la popularidad de un determinado nudo, esta popularidad es generalmente asociada a cuan central este es para una determinada red, la medida de centralidad puede ser hecha a través de los grados de conexión de cada nudo, un nudo sería central si tiene un grado de conexión alto en relación a los demás, lo que indicaría su importancia para las distancias sociales en la red.

#### **4. Resultados parciales**

Los resultados de los diversos análisis son muy concluyentes, aunque aún quedan algunos países en los que trabajar (el caso de Brasil, que se encuentra en la fase de recopilación de datos). En general podemos ver la proyección que los



## **5.Consideraciones Finales**

Después de la realización de dos análisis completos, considerando a Paraguay y a Colombia, se puede afirmar que el análisis de redes trae resultados interesantes para varias discusiones. Es capaz de demostrar cómo está uno de los escenarios importantes en temas de campaña política en internet, así como el posicionamiento/alcance de los candidatos. El trabajo también concluye cuales son los temas más significativos de los debates e inclusive cuál es la extensión de la cultura digital en un determinado país (dada la diferencia entre Paraguay y Colombia). Es decir que el Análisis de Redes puede ser aplicada a situaciones electorales, mostrándonos elementos por ejemplo para poder debatir democracia digital.

## **6. Referencias Bibliográficas**

SCOTT, J. Social Network Analysis. A Handbook. 2nd ed. London, UK: Sage Publications, 2000

BENEVENUTO, Fabrício; ALMEIDA, Jussara M.; SILVA, Altigran S.. Explorando Redes Sociais Online: Da Coleta e Análise de Grandes Bases de Dados às Aplicações. . **Explorando Redes Sociais**. Sao Paulo: Sbrc, 2011. p. 40.