

Capítulo I.2:

Twitter y el proceso electoral 2019 en Uruguay

*Juan A. Bogliaccini, Ignacio Borba,
Cecilia Giambruno, Martín Opertti y Rafael Piñeiro*

1. Introducción¹³

Twitter y otras redes sociales como Facebook e Instagram irrumpieron en la política en las últimas dos décadas en casi todos los países del mundo. Los procesos electorales y los conflictos políticos entre gobiernos y movimientos sociales, a nivel tanto nacional como internacional, han sido afectados por las redes sociales (Bennett and Segerberg, 2012; Gainous and Wagner, 2013; Hussain and Howard, 2013; Karpf, 2012; Tufekci, 2017; Weidmann y Rød, 2019; Woolley y Howard, 2018). En estas redes los políticos publicitan sus mensajes, emiten sus opiniones y debaten con sus pares, pero a la vez, la ciudadanía interactúa con estos mensajes, emite opiniones y en ocasiones es capaz de movilizar nuevos temas en la agenda política. Es esta interacción la que permite afectar eventualmente las estrategias de políticos y gobiernos, o desatar ciclos de movilización y protesta social. En este sentido, las redes sociales no solo son una plataforma de comunicación política, sino que también son fuente de datos para el desarrollo de estrategias de campaña y gobierno.

¿Qué dimensiones de la política refleja la discusión en redes sociales y en particular en Twitter? Esta es una pregunta empírica que diferentes estudios sobre la discusión política en redes sociales intentan comenzar

¹³ Juan A. Bogliaccini agradece el apoyo del proyecto ANII (FCE_1_2017_1_135444) en el proceso de recolección de la base de datos utilizada en el presente capítulo, entre marzo y diciembre de 2019.



a responder. En Uruguay, nuestro estudio de la campaña electoral de 2019 en las redes es pionero en la materia (Bogliaccini *et al.*, 2019). En este capítulo, a partir de la discusión política en Twitter en la campaña electoral de 2019, mostramos de qué forma Twitter nos ayuda a entender la política. A su vez, analizamos de qué manera lo que conocemos sobre las estructuras políticas en Uruguay nos ayuda a comprender la forma en que se procesa la conversación política en la red. Para esto, sacamos partido del análisis de una base de datos de más de dos millones de tuits descargados entre marzo y noviembre de 2019.

En las últimas décadas la aplicación de teoría de redes a fenómenos sociales creció debido a la necesidad de considerar la característica relacional de los datos. El aspecto fundamental de este tipo de análisis es considerar las relaciones entre agentes; las que no son propiedad de los individuos sino de los sistemas de individuos (Scott, 1988). Se trata de entender el comportamiento de los agentes en función no solo de sus atributos individuales, sino también de su posición en la red. Otros fenómenos también eminentemente relacionales, como el status (Burt, 1982), el poder (Coleman, 1973), el empleo (Granovetter, 2005) han sido revisitados mediante esta estrategia metodológica y enfoque teórico.

Los fenómenos políticos no han sido ajenos al avance del uso de redes sociales. Incluso antes del avance computacional para el procesamiento de datos el análisis de redes sociales se aplicó en estudios de comportamiento político. Estas investigaciones hicieron énfasis en la importancia de las relaciones entre personas para explicar fenómenos políticos, identificando que los contactos personales eran más importantes que, por ejemplo, la influencia de los medios de comunicación (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1949). En años recientes, gracias a la penetración de blogs y microblogs (como Twitter) y al aumento de las capacidades de procesamiento de datos, ha florecido la aplicación del análisis de redes al estudio de la discusión política en redes sociales.

Twitter ha sido, desde comienzos de la segunda década del siglo *xxi*, objeto de estudio de la ciencia política debido al uso que hacen los políticos y ciudadanos de esta red.¹⁴ El análisis de datos de Twitter permite identificar empíricamente fenómenos como la polarización, la importancia de temas en la conversación política, las estrategias de comunicación política, los actores influyentes e incluso la distribución de posiciones ideológicas.

.....
¹⁴ Todos los candidatos a la presidencia de los partidos políticos que alcanzaron representación parlamentaria en las elecciones de 2019 poseen una cuenta en Twitter, así como también sus partidos.

En este capítulo proponemos un recorrido empírico sobre los comportamientos de los usuarios partidarios en Twitter. Definimos como usuarios partidarios a las cuentas que retuitean más a candidatos de determinado partido que de otros. Más que activistas en línea son simpatizantes o personas que tienen identificación partidaria y adhesión al partido. Para identificarlos utilizamos un índice de identificación partidaria en Twitter previamente propuesto por Bogliaccini *et al.* (2019) que permite observar los patrones de comportamiento en la red de los partidarios *vis-à-vis* los no partidarios y de los partidarios de diferentes candidatos y partidos. A continuación, analizamos la estructura de la conversación política en Twitter en Uruguay durante el proceso electoral de 2019 y su convergencia y divergencia con los modelos teóricos y empíricos con que la ciencia política ha explicado el funcionamiento del sistema de partidos en Uruguay.

2. Datos y métodos

El análisis de redes permite identificar la relación entre votantes y candidatos, comunidades políticas y realizar un seguimiento de las diferentes temáticas que surgen en la conversación en Twitter. Para estimar la conexión política de los tuiteros con los partidos o los candidatos se han utilizado distintos enfoques. Algunos autores han estimado la conexión política de los usuarios por medio del análisis del contenido de los tuits mediante análisis de sentimiento o palabras claves (Aruguete y Calvo, 2018; Calvo, 2015; Pla y Hurtado, 2014). Otros han utilizado la posición con relación a la estructura de la red, considerando usuarios seguidos o seguidores (Bogliaccini *et al.*, 2019; Rivero y Barbera, 2015). Finalmente, otros se han basado en el comportamiento, a través del análisis de retuits, favoritos o menciones (Conover, Ratkiewicz y Francisco, 2011; Pla y Hurtado, 2014). En este capítulo analizamos los patrones de identificación partidaria con base en el comportamiento de los usuarios a partir de los retuits realizados a contenidos publicados por precandidatos en las elecciones internas, y luego a los candidatos en las elecciones nacionales (primera y segunda vuelta).

La interacción en Twitter puede tomar diferentes formas. Tuitear, es decir, hacer público un mensaje de hasta 280 caracteres, es la forma de participar con contenido propio. Es posible reaccionar públicamente a un tuit de cuatro formas: retuitear (republicar un tuit difundándolo y



automáticamente incorporándolo a nuestro *timeline*);¹⁵ dar me gusta (esta acción aparece en el *feed* de otros usuarios, aunque en menor medida que un retuit y no se incorpora a nuestro *timeline*); retuitear con comentario (citar un tuit, republicándolo y agregando nuevo contenido propio a través de un comentario), y responder a un tuit (responder al tuit original, generando un nuevo tuit). Los retuits sin comentarios suelen ser considerados como la forma más pura de apoyo (*endorsement* en inglés) a un contenido, ya que es una forma de retransmitir el contenido original generado por otro usuario, aumentando su visibilidad en la red (Conover, Ratkiewicz y Francisco, 2011).

La base de datos de tuits y retuits que construimos contiene el resultado de la descarga sistemática de la totalidad de tuits y retuits que mencionaron la cuenta oficial de Twitter de al menos uno de los precandidatos del Frente Amplio (FA), el Partido Nacional (PN), el Partido Colorado (PC), Cabildo Abierto (CA), Partido de la Gente (PG) o Partido Independiente (PI) que participaron en las elecciones de 2019.¹⁶ La descarga se inició el 27 de marzo y se realizó de forma diaria hasta el tercer domingo de noviembre, día en que se celebró la segunda vuelta de las elecciones nacionales.¹⁷ Se descargaron, adicionalmente, las interacciones relacionadas con hitos y temas centrales de la campaña electoral a través de etiquetas (*hashtags*) y palabras claves. El gráfico 1 muestra la cantidad de tuits diarios descargados de la API de Twitter. La base de datos contiene un total de 2.097.387 tuits (incluyendo retuits) realizados por 107.208 usuarios únicos.

Para poder estimar patrones de comportamiento en Twitter, realizamos un análisis descriptivo a través de redes de retuits. Para esto creamos redes en que los usuarios son representados por nodos y sus interacciones (retuits) son los vínculos que los unen (aristas). Se utilizaron indicadores agregados de actividad (también a nivel de retuits) para crear un índice de orientación partidaria a nivel de cada usuario que permite estudiar cambios en el comportamiento en Twitter de grupos de usuarios asociados a partidos o candidatos a lo largo de la campaña electoral. Utilizando los retuits estimamos el nivel de apoyo que recibe cada precandidato dentro de la red y observamos patrones de comportamiento de los usuarios mediante la visualización de las redes de retuits.

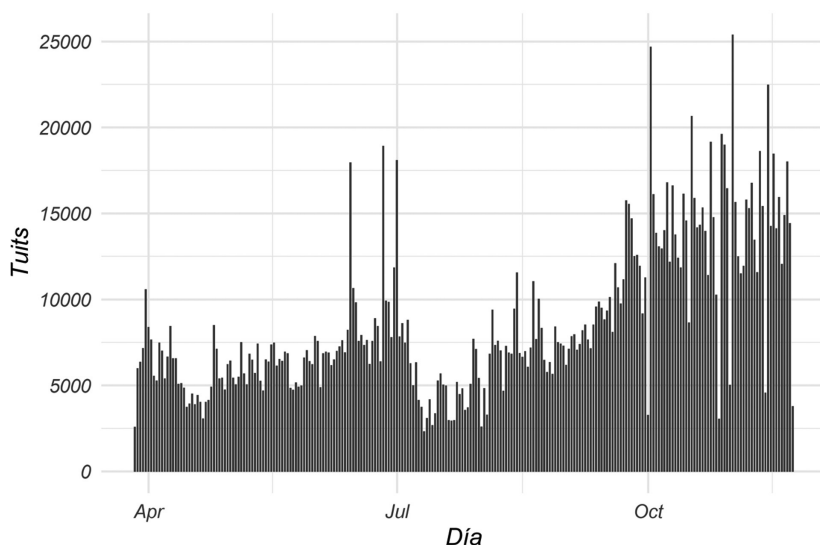
15 El *timeline* es la lista de interacciones de cada usuario a la que se accede entrando a su perfil.

16 La base de datos fue construida a partir de la API de Twitter, mediante el programa R, utilizando los paquetes *twitteR* y *rtweet*.

17 Si bien pueden haber existido pérdidas mínimas de datos en el proceso de descarga de debido al límite de descargas de la API de Twitter, el protocolo de levantamiento diario de datos permite asumir que esa pérdida fue marginal.



Gráfico 1: Cantidad de tuits diarios descargados entre el 27 de marzo y el 24 de noviembre de 2019



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Twitter.

Para entender el comportamiento partidario de los tuiteros, construimos tres versiones de un índice de partidismo: uno de apoyo a partidos tomando como referencia los apoyos a los precandidatos dentro de un partido, otro de apoyo exclusivo a precandidatos y, por último, uno de apoyo a candidatos presidenciales (luego de las internas). El supuesto es que los usuarios identificados con un partido o candidato promueven a través de retuits en sus redes los tuits de algún candidato o partido en mayor proporción que los contenidos de otros partidos o candidatos. Estos índices fueron aplicados en las distintas fases de la campaña electoral para analizar el comportamiento de los partidarios tanto en las elecciones internas como en las nacionales de octubre.

El índice de apoyo a partidos identifica como partidarios a aquellos usuarios que retuitearon a cualquiera de los precandidatos de un partido k al menos en tres ocasiones más que a los precandidatos de todos los otros partidos. Es decir, sumamos los retuits a los precandidatos de un partido y les restamos los retuits a los precandidatos de todos los otros partidos. Si esa suma es igual o mayor que tres, lo consideramos identificado con



el partido k . Formalmente, identificamos al usuario j como partidario del partido k si:

$$\sum_{i=1}^n R_{pk} - \sum_{i=1}^m R_{pq} \geq 3 \quad (1)$$

donde R_{pk} representa la cantidad de retuits del usuario a cada precandidato p del partido k , y n es la cantidad de candidatos del partido k (se suman todos los retuits de los precandidatos del partido k , es decir, del 1 al n), mientras que R_{pq} es la cantidad de retuits del usuario a cada precandidato p de los partidos q (todos menos k) siendo m la cantidad de precandidatos de los partidos q .

Nuestro índice permite realizar la adaptación a nivel de precandidatos para poder identificar la adhesión de un usuario a un precandidato. El índice establece que un usuario adhiere a un precandidato cuando la suma de las veces que lo retuiteó supera en tres la suma de todos los retuits que haya hecho de otros precandidatos (de otros o del mismo partido). Formalmente, identificamos al usuario como partidario del precandidato p del partido k si:

$$R_p - \sum_{i=1}^n R_q \geq 3 \quad (2)$$

donde R_p denota la cantidad de retuits del usuario al precandidato p y R_q la cantidad de retuits a cada precandidato q (todos menos p , sin importar el partido). De esta forma, por definición, un usuario solo puede ser identificado como partidario del precandidato p si fue identificado, en este caso, como partidario de k , en la especificación previa del índice.

Es decir, un usuario identificado con un partido puede o no estar identificado con un precandidato en particular. Sin embargo, todo usuario identificado con un precandidato está identificado también con su partido. Al fijar el umbral para ambas versiones del índice en tres, no permitimos la posibilidad de que esté identificado con un precandidato en particular sin estar identificado con el partido al que pertenece el precandidato.

La tercera variante del índice, aplicada a nivel de candidatos únicos por partido de cara a las elecciones de octubre, replica la versión anterior. Es decir, es necesario una diferencia de tres o más retuits entre un candidato único y la suma de los retuits a los restantes cinco candidatos. Cabe destacar que para el cálculo de esta tercera variante, únicamente se consideran los retuits a candidatos únicos presidenciables, y por tanto, los retuits a otros precandidatos derrotados en la interna no suman pero



tampoco restan. Formalmente, identificamos al usuario como partidario del precandidato único p si:

$$R_p - \sum_{i=1}^n R_q \geq 3 \quad (3)$$

donde R_p denota la cantidad de retuits del usuario al precandidato único p y R_q la cantidad de retuits a cada precandidato q (todos los candidatos únicos menos p).

El ciclo de las elecciones nacionales (para elección de diputados, senadores y fórmula presidencial) en Uruguay se compone de una elección interna o primaria (realizada el último domingo de junio), la elección de senadores y diputados y primera vuelta presidencial (el último domingo de octubre) y una segunda vuelta presidencial (el último domingo de noviembre).

La elección interna o primaria es obligatoria para todos los partidos. En ella deben comparecer los precandidatos presidenciales del partido para poder conseguir la nominación de candidato presidencial único del partido (véase el capítulo II.2). Luego de la elección interna, los partidos terminan de definir la fórmula presidencial seleccionando a quienes acompañarán a los candidatos presidenciales. Una vez definidas las fórmulas presidenciales, los partidos compiten entre sí de cara a la elección nacional de octubre. En estas elecciones se define la composición del Parlamento. Por lo general, los precandidatos presidenciales que no alcanzan la nominación encabezan las listas de senadores de sus fracciones (los partidos suelen presentar más de una lista al Senado y a la Cámara de Representantes). Por esto, siguen siendo actores relevantes en la competencia (ahora por las bancas de senadores y diputados). Por último, si en las elecciones de octubre ninguna de las fórmulas presidenciales alcanza la mitad más uno de los votos, el último domingo de noviembre se enfrentan las dos fórmulas presidenciales más votadas.

Las diferentes elecciones de ciclo funcionan como un tamiz en donde varios precandidatos y precandidatas a presidente lanzan sus precandidaturas. Luego de la elección interna, solo queda un candidato o candidata por partido para competir de cara a la primera vuelta de octubre. Finalmente, solo dos terminan en la definición de noviembre, si esta es necesaria. En este artículo, tomamos ventaja de la transformación que sufre la oferta de candidatos para observar el comportamiento de los usuarios de Twitter como respuesta a esas transformaciones.



3. Bloques partidarios en Twitter

El sistema de partidos uruguayo se ha consolidado en dos bloques, uno de centroderecha y otro de centroizquierda (Lanzaro, 1993). La reconfiguración del sistema de partidos uruguayo comenzó en 1971 y terminó de estructurarse en los años noventa del siglo pasado con la conformación de dos nuevos bloques políticos. La oposición sistemática del FA a las iniciativas de reformas promercado de los gobiernos de Luis Lacalle Herrera (PN, 1990-1995), de Julio M. Sanguinetti (PC, 1995-2000) y de Jorge Batlle (PC, 2000-2005)¹⁸ posicionaron al FA a la izquierda del espectro ideológico y a los partidos tradicionales (PC y PN) en posiciones de centroderecha (Roberts, 2014). En este período también se produjo una moderación del FA (Yaffé, 2005) impulsada tanto por las orientaciones estratégicas de sus líderes como por la incorporación a su electorado de diferentes sectores sociales (Lanzaro, 2004; Luna, 2014). Esta configuración, conformada en los años noventa, se terminó de consolidar en los siguientes 20 años.

Para la contienda electoral de 2019-2020, el bloque de centroderecha fue integrado por el PN, PC, PI y PG, que luego conformaron la Coalición Multicolor (CM) que apoyó al candidato Luis Lacalle Pou en la segunda vuelta de la elección de 2019.¹⁹ El bloque de centroizquierda lo integró fundamentalmente el FA. Esta estructura es la que se observa en las redes de retuits a lo largo de la campaña para las elecciones internas y luego para la primera y segunda vuelta. Esta división en bloques se observa también en las redes de retuits sobre temas o asuntos políticos.

El gráfico 2 presenta la red de retuits a precandidatos de las elecciones internas. Los nodos pequeños representan a los usuarios de Twitter que retuitearon al menos una vez a uno de los precandidatos. Cada nodo (representado por un círculo) está asociado por medio de una arista (línea) con el o los precandidatos que ha retuiteado. El grosor de la arista refleja la cantidad de retuiteos de un usuario a un precandidato.²⁰ Para la ubicación de los nodos se utilizó el algoritmo de Fruchterman Reingold, que busca minimizar la distancia entre los nodos más conectados y maximizar la distancia entre todos los nodos (para mejorar la visualización). De esta forma, la ubicación de los nodos (izquierda o derecha) es irrelevante,

18 Estos dos últimos fueron gobiernos de coalición entre el Partido Colorado y el Partido Nacional. En particular en el período 1995-2000 la coalición duró los cinco años de gobierno.

19 La Coalición Multicolor fue integrada por el PN, el PC, CA, el Partido Independiente (PI) y el Partido de la Gente (PG).

20 La distancia entre nodos está definida por el algoritmo de Fruchterman-Reingold, que ubica a los nodos de forma que los que estén conectados —los que reciben retuits de los mismos usuarios en este caso— se ubiquen a menor distancia que los que están menos conectados entre sí.



En ambos bloques hay un importante núcleo de usuarios que retuitea exclusivamente a un solo candidato. Del total de usuarios únicos analizados (21.128), el 72 % retuitearon exclusivamente a un único candidato. Al desagregar por bloque, se observa que mientras que en el caso de FA el 64 % de los usuarios retuitearon a un único candidato, en el caso de la Coalición Multicolor, este porcentaje asciende a 74 %.

Es posible, asimismo, conocer los niveles de corretuiteo a partir de visualizar los precandidatos que son retuiteados por los mismos usuarios.²¹ El mapa de calor en el gráfico 3 muestra el corretuiteo entre cada pareja de precandidatos para dos períodos: desde el 27 de marzo hasta las elecciones internas de fines de junio (cuadrante izquierdo) y desde estas hasta las elecciones de octubre (cuadrante derecho). El mapa refleja en qué medida los usuarios que retuitearon a un precandidato p también retuitearon a un precandidato q . Si tomamos un cuadrante cualquiera, la intensidad de gris reflejará cuántos de los usuarios que retuitearon al candidato de la fila retuitearon también al candidato de la columna. Es un mapa asimétrico dado que los porcentajes de corretuiteo se calculan sobre la cantidad de usuarios que retuitearon a cada candidato y no sobre la suma de cada pareja de candidatos. La pareja Talvi (PC)-Mieres (PI) para el período correspondiente a marzo-junio ilustra esta asimetría: 757 usuarios en total retuitearon al menos una vez a ambos; este número representa el 10 % de quienes retuitearon a Talvi, pero el 64 % de quienes retuitearon a Mieres. Por ello, el cuadrante que une a Talvi en la fila y a Mieres en la columna es de un color relativamente claro (10 %), mientras que el cuadrante que une a Mieres en la fila y a Talvi en la columna es más oscuro (64 %).

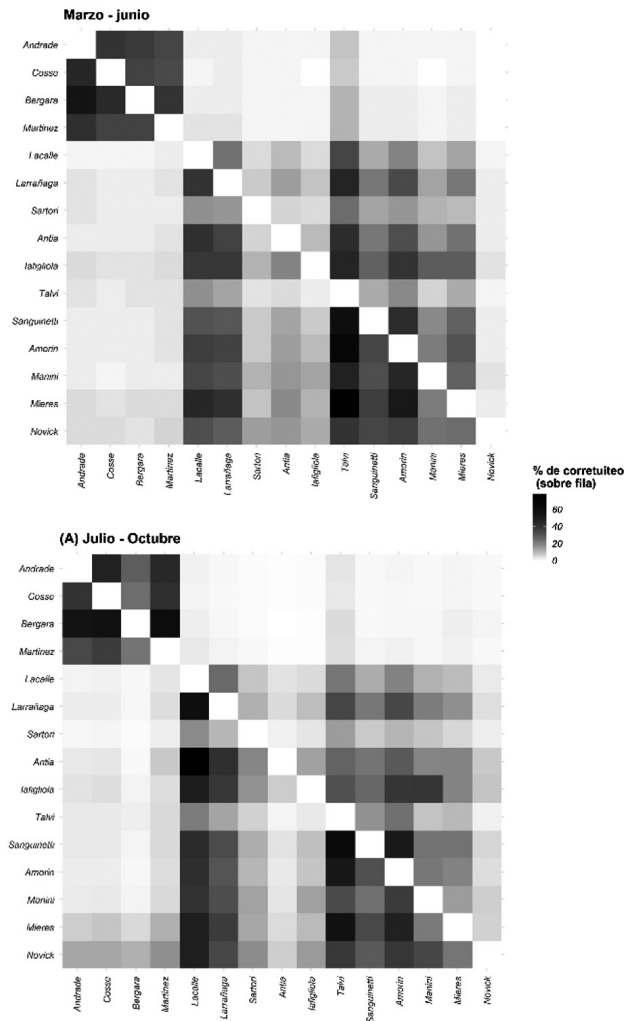
Para el período de marzo a junio, el gráfico 3 muestra cómo en la interna del FA los niveles de corretuiteo entre las distintas parejas son muy similares. Si analizamos fila a fila encontramos escasa variación en las tonalidades. Sin embargo, sí existen algunos matices. De los usuarios que retuitearon a Cosse (FA), el 37 % retuitearon también a Andrade (FA), un 29 % a Martínez (FA) y 27 % a Bergara (FA). Entre los usuarios que retuitearon a Andrade, Cosse fue la precandidata que recibió más retuits. Este hallazgo es interesante a la luz de la alianza que realizaron ambos para presentar una misma lista al Senado. Los usuarios que retuitean a precandidatos del FA retuitean a otros precandidatos del partido (parte superior izquierda de la figura). Cabe destacar que en el período julio-octubre se observa un incremento de los niveles de corretuiteo de Bergara, Cosse

21 Se entiende por corretuiteo cuando un usuario retuitea a dos precandidatos.



y Andrade con Martínez, lo que tiene sentido una vez que se ha definido el candidato único por el partido.

Gráfico 3: Mapa de calor de correutiteo a precandidatos



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Twitter.



En el bloque de centroderecha el corretuiteo no parece respetar lemas partidarios en ninguno de los dos períodos analizados. Sin embargo, cabe destacar el aumento de los niveles de corretuiteo de los usuarios de Antía (PN) y Larrañaga (PN) con Lacalle Pou (PN) para el período de julio a octubre. La división en dos grandes bloques se mantiene con posterioridad a las elecciones internas. En el bloque de centroderecha no encontramos una mayor división en partidos que para el período previo a las elecciones internas. Este patrón de retuits dentro de este bloque es consistente con lo que ocurrió de cara a la segunda vuelta electoral con el surgimiento de la CM. Esto es importante debido a que la campaña para octubre se centra en la competencia entre partidos, y si bien los partidos que consideren integrar una eventual alianza electoral hacia la segunda vuelta tratarán de evitar confrontaciones fuertes, se encuentran en competencia directa por las bancas de senadores y diputados.

La estructura en dos bloques aparece no solamente en los retuits a los precandidatos, sino también de forma natural en la discusión política alrededor de temas de agenda a lo largo de diferentes períodos o en torno a eventos puntuales del ciclo electoral. El gráfico 4 muestra la estructura de la red de retuits relacionados con distintos temas o eventos de campaña, utilizando el mismo algoritmo que para la figura 2.²² El panel A muestra los retuits el día de la elección de octubre. El panel B agrega los retuits de seis *hashtags* (dos creados por usuarios relacionados con el FA, otro por usuarios del PN, otro por usuarios del PC y dos relacionados con un programa televisivo en el que apareció Lacalle Pou). Los paneles C y D muestran los retuits relacionados con los dos debates presidenciales entre Lacalle Pou y Martínez.

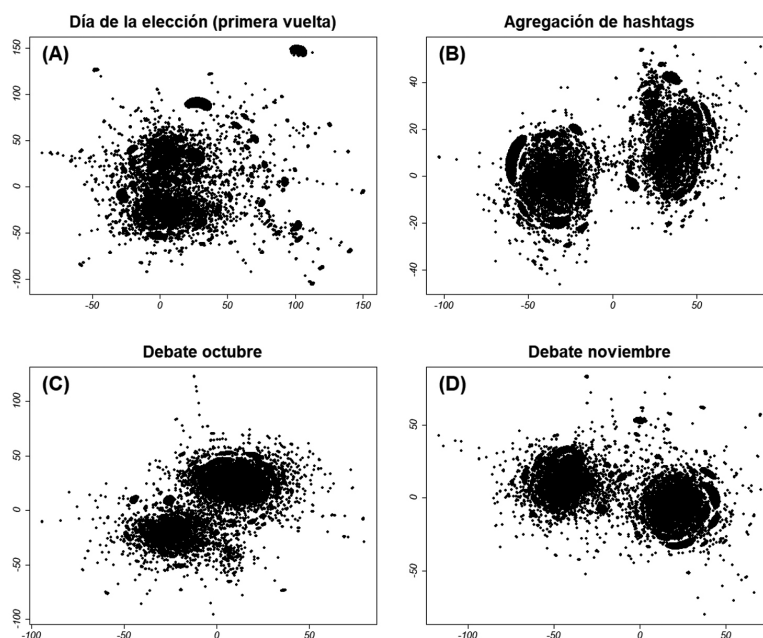
A excepción de la discusión surgida el día de las elecciones nacionales de octubre, las discusiones se muestran divididas en dos grandes bloques con muchos retuits intrabloque pero muy limitada interacción entre bloques. Esto sugiere que la estructuración en dos bloques observada en las redes anteriores no es exclusiva del apoyo a precandidatos, sino que también ocurre en otras discusiones políticas en Twitter.²³ La persistencia de esta estructura de conversación frente a distintos temas y términos de búsqueda (retuits a precandidatos, *hashtags* o búsquedas de palabras claves) ilustra el arraigo de la estructura de dos bloques en el comportamiento político uruguayo.

22 Por simplicidad se grafica solamente la posición de cada nodo, no así los ejes.

23 Otras discusiones que no aparecen en la figura 5 también siguen este patrón, como la discusión en torno a los audios del intendente de Colonia, Carlos Moreira, o a la reforma constitucional Vivir sin Miedo (Bogliaccini *et al.*, 2019).



Gráfico 4: Estructura de retuits en distintas discusiones políticas



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Twitter.²⁴

4. ¿Tuiteando por partidos o candidatos?

El sistema de partidos uruguayo es fraccionalizado (Buquet, Chasqueti y Moraes, 1999; González, 1991). La competencia se estructura en función de partidos dentro de los dos bloques, pero también, y al mismo tiempo, entre fracciones dentro de los partidos. El análisis de los patrones de retuits en la interna nos permite dar cuenta de la fortaleza de la adhesión con partidos *vis-à-vis* la fortaleza de la adhesión a candidatos; qué volumen de la identificación con un partido se explica por la adhesión a un candidato y qué parte por la adhesión al partido más allá de los candidatos. Esto sugiere la fuerza de la identidad partidaria *vis-à-vis* la identidad sectorial cuando los sectores suelen estar representados por candidatos, como es el caso del PN y del PC.

²⁴ En la agregación de temas y hashtags se utilizaron los siguientes términos de búsqueda: (A) #eleccionesuruguay; (B) #TalviEnElDebate, #melodijounfrenteamplista, #crisis2002, #banderolazo, #santoyseña y #santoyseñaelectoral; (C) #DebatePresidencialUy; (D) #debatepresidencialUY y #Debate+Presidencial2019.



Si se analizan los retuits a precandidatos presidenciales en la campaña hacia las elecciones internas a partir del índice de identificación partidaria, a nivel de partido (véase la ecuación 1) el 68 % de estos usuarios no presentan una identificación partidaria definida. Esto puede responder a usuarios que retuitearon a distintos precandidatos de distintos partidos sin un patrón partidario definido, o a no haber alcanzado el nivel de actividad mínimo de tres retuits que definimos para ser calificado como partidario.

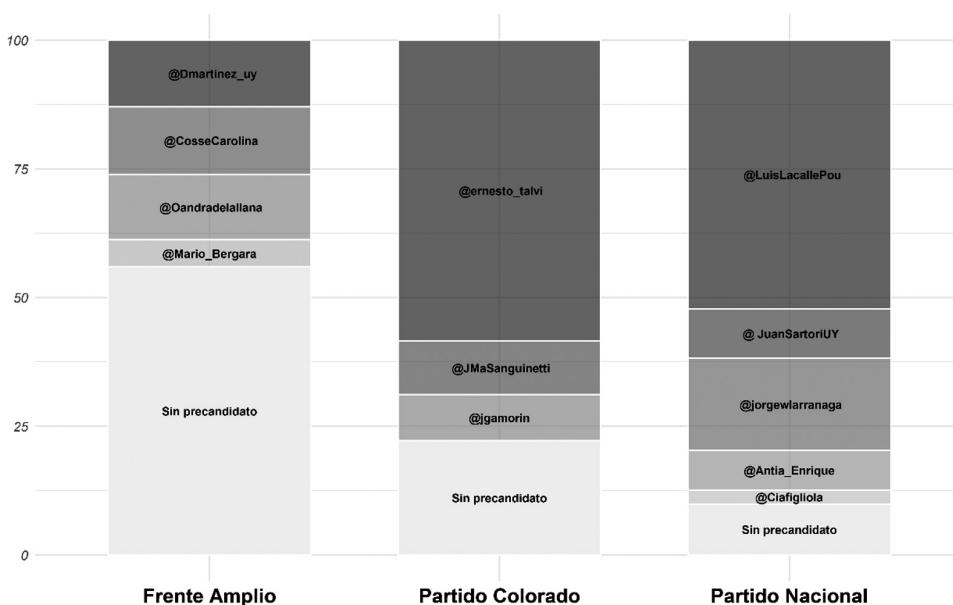
Del 32 % para el que sí se genera una identificación a nivel de partido, 34 % se identifica con el FA, 31 % con el PN y 31 % con el PC. La actividad política identificada con los partidos menores o nuevos fue marginal en este período. Sin embargo, dentro de estos partidos destaca el hecho de que CA, a pesar de ser un partido nuevo y no tener competencia interna, tuvo un 4 % de los usuarios partidarios identificados.

Nuestro índice permite analizar el comportamiento de los usuarios de cada partido en términos de apoyo a partido *vis-à-vis* apoyo a precandidato (véase la ecuación 2). Las elecciones internas son, a fin de cuentas, una instancia de competencia intrapartidaria, por lo que podría esperarse un alto nivel de apoyo a precandidatos más que a partidos. Entre el total de usuarios únicos que retuitearon al menos a un precandidato, el 23 % muestran una identificación a nivel de precandidato. Por tanto, de cara a las elecciones internas, 23 puntos porcentuales de los 32 que representan a los usuarios partidarios son usuarios identificados con un candidato más que con un partido.

La diferencia entre partidarios identificados a nivel de partido y a nivel de precandidato en cada partido da pistas sobre el grado de conflictividad en las elecciones internas de junio en los diferentes partidos. Una hipótesis razonable es que a mayor conflictividad de la competencia interna, deberíamos observar un porcentaje mayor de usuarios partidarios que están identificados con un candidato particular del partido.



**Gráfico 5: Identificación con precandidatos y partidos s
egún índice de partidismo entre marzo y junio de 2019**



Fuente: Bogliaccini *et al.*, 2019.

Como se observa en el gráfico 5, el 56 % de los usuarios de Twitter identificados con el FA no se identifican con un precandidato específico, lo que podría deberse a que la interna de este partido fue menos conflictiva. La tónica de la competencia interna hacia junio avala este patrón, donde Daniel Martínez mantuvo una cómoda y estable ventaja sobre sus competidores, sin que esto provocara estrategias confrontativas. También es posible pensar que en esta interna no hubo diferencias ideológicas fuertes entre los candidatos y, por tanto, los tuiteros identificados con el FA no vivieron en tensión el apoyar los discursos en la red de uno u otro precandidato. En la misma línea va el hecho de que las identidades sectoriales del FA son más volátiles y los candidatos no suelen representar en exclusiva a los sectores del partido, como sí ocurre en el PN y el PC.

Por el contrario, y consistentemente con el mayor grado de confrontación que tuvo la campaña del PN de camino a junio, 90 % de los tuiteros identificados con este partido presentan también identificación a nivel de



precandidato: 52 % respaldó a Lacalle Pou, 18 % a los tuits de Larrañaga, 10 % a Sartori, 8 % Antía y finalmente 3 % a Iafigliola.

El PC, como el PN, tuvo una campaña competitiva, aunque menos confrontativa en el discurso. El 76 % de los partidarios del PC tienen adhesión a nivel de precandidato. El 58 % se identifica con Talvi, 10 % con Sanguinetti y 8 % con Amorín. El PC ocupa un lugar intermedio entre lo que sucede en la interna del FA y en la del PN. Esto también guarda un correlato con la percepción que existe de la importancia y consolidación de los sectores dentro del PC. La disolución de Vamos Uruguay tras la decisión de Pedro Bordaberry (PC) de no ser precandidato hizo a la estructura de sectores más fluida. Surgió un nuevo sector asociado a la candidatura de Talvi, llamado Ciudadanos, y también resurgió el sector Batllistas de la mano de Sanguinetti.

En definitiva, la competencia intrapartidaria de largo plazo y los niveles de conflictividad interna son pasibles de ser observados en Twitter. Los niveles de confrontación de la competencia interna y la firmeza o no de las adhesiones sectoriales permiten a los usuarios moverse con mayor o menor libertad al momento de refrendar con retuits mensajes de unos y otros candidatos dentro de los diferentes partidos.

5. El proceso de realineamiento posinterna

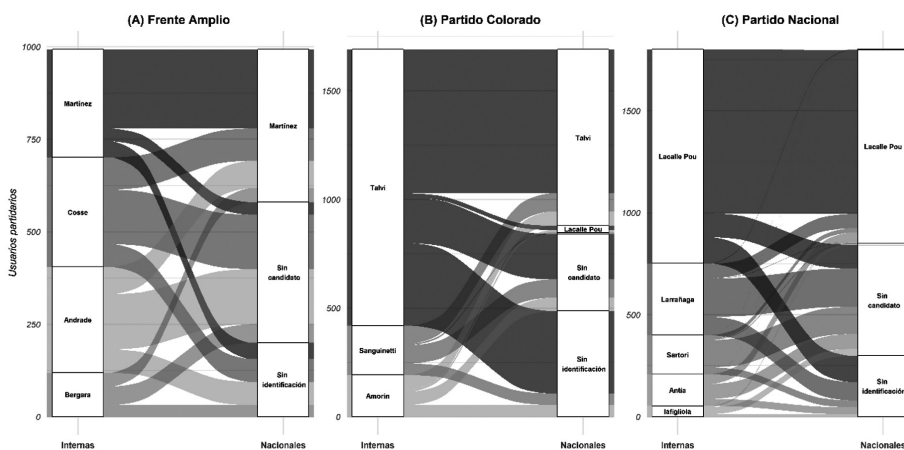
Los sistemas con primarias abiertas, como es el caso de Uruguay (véase el capítulo II.2), ponen de manifiesto la tensión entre los candidatos de cada partido entre cooperar y competir. Los candidatos deben desarrollar una estrategia que les permita ganar la elección interna sin llegar a niveles altos de confrontación que puedan dañar las posibilidades del partido en la elección nacional (Buquet y Piñeiro, 2011). En el ciclo electoral 2019-2020, algunos partidos tuvieron efectivamente confrontaciones internas fuertes; este fue el caso de las campañas de Lacalle Pou y Sartori, lo que abre la pregunta sobre el nivel de apoyo al candidato opositor dentro del propio partido por parte de los partidarios de los precandidatos perdedores.

El análisis de los patrones de retuits de los partidarios de diferentes candidatos pre- y poselecciones internas ilustra cómo los candidatos que consiguen la nominación capturan a usuarios identificados con precandidatos o partidos que quedaron por el camino. Con este fin observamos los cambios en usuarios identificados con precandidatos del período marzo-junio (véase la ecuación 2) y la aparición de nuevos usuarios identificados con el candidato único de cara a las elecciones de octubre (véase la ecuación



3). La tercera variante del índice de partidismo analiza únicamente retuits a los seis candidatos únicos que compitieron por la presidencia en octubre y mantiene el criterio de tres tuits de diferencia para ser clasificado como partidario. El gráfico 6 ilustra el flujo de usuarios partidarios entre apoyo a precandidatos en las elecciones internas (eje izquierdo) y apoyo a candidatos únicos en las elecciones nacionales de octubre (eje derecho). De esta forma se puede conocer cómo se comportaron de cara a octubre los partidarios de los precandidatos que fueron derrotados en la elección interna. El panel A del gráfico 6 muestra cómo entre los adherentes a los precandidatos frenteamplistas el apoyo a Martínez fue similar entre partidarios de quienes quedaron por el camino: 3 de cada 10 en cada caso apoyan al candidato electo. Los restantes adeptos a los precandidatos perdedores no presentan identificación partidaria en el período posinterna o no retuitearon a ninguno de los seis competidores por la presidencia de cara a octubre.

Gráfico 6: Flujo de partidarios de precandidatos (abril a junio) a candidatos (julio a octubre) para las tres internas competitivas



Fuente: Bogliaccini *et al.*, 2019.

Dentro del PC (panel B), el 36 % de los usuarios identificados con Sanguinetti luego de las elecciones internas indican adhesión a Talvi. Sin embargo, un 3 % adhiere a la candidatura de Manini Ríos (CA), es decir, fuera del partido. En el caso de los usuarios identificados con Amorín (PC),



el 34 % adhiere a Talvi y 8 % adhiere a candidatos fuera del partido, pero también dentro del bloque de centroderecha: 6 % a Lacalle Pou, 1 % a Pablo Mieres y otro 1 % a Manini Ríos.

En el PN, cuya interna fue más conflictiva, en particular entre la campaña de Larrañaga y la de Sartori (PN) y también entre Lacalle Pou y Sartori, las adhesiones al precandidato ganador (Lacalle Pou) son sustancialmente más bajas y presentan diferencias interesantes entre candidatos. Entre los identificados con Larrañaga, el 21 % adhiere a Lacalle Pou, y las adhesiones a candidatos fuera del partido (Talvi y Manini Ríos) son marginales, sin alcanzar el 1 %. El resto no presenta adhesión a ningún candidato. En el caso de los usuarios identificados con Sartori la deserción es mayor. Únicamente 11 de cada 100 pasan a adherir a Lacalle Pou. Los adherentes a Iafigliola (PN) pasan a adherir en igual proporción (7 %) a Manini Ríos (fuera del partido) y a Lacalle Pou. Los usuarios identificados con Antía (PN) son los que presentan una mayor adhesión a Lacalle Pou (31 %), en consonancia con el acuerdo electoral que el intendente de Maldonado hizo con la lista 71, una de las que apoyaron a Lacalle Pou para la carrera al Senado luego de las elecciones internas.

El flujo entre el apoyo a los precandidatos y luego a los candidatos muestra patrones consistentes con el desarrollo de las distintas campañas internas. La campaña del FA hizo hincapié en la unidad del partido. La interna del PN tuvo, por el contrario, una mayor confrontación, hecho que se refleja en el escaso apoyo en materia de retuits que logra captar Lacalle Pou de los partidarios de Larrañaga y Sartori de cara a la elección de octubre.

Finalmente, otro comportamiento que se observa en la red es la volatilidad en las preferencias electorales. También consistente con nuestro conocimiento previo sobre cómo funciona política uruguaya, la volatilidad entre bloques es menor que la volatilidad intrabloque, y aún menor que la volatilidad intrapartidaria (Buquet y Piñeiro, 2014). La cantidad de usuarios que migraron de partido entre las elecciones internas y las elecciones de octubre es marginal. De los 5242 usuarios identificados de cara a octubre con el FA, menos del 0,02 % se identificaban con otros partidos antes de las elecciones internas. En el mismo sentido, la volatilidad del bloque de centroizquierda hacia el bloque de centroderecha es marginal: solo un usuario identificado con el FA en julio pasó a estar identificado con un partido del otro bloque, el PC. A la interna del bloque de centroderecha, se observa un bajo grado de volatilidad entre partidos. En el caso del PN, el 2 % de los identificados como nacionalistas en octubre se identificaban



con otro partido del mismo bloque de cara a las elecciones internas, mayoritariamente con el PC. En el caso de los identificados con el PC, 0,5 % proviene de otros partidos. Finalmente, en el caso de CA, 7 % proviene de otros partidos del bloque de centroderecha, concretamente del PN y el PC, con un 3,5 %, respectivamente. En el caso del bloque de centroderecha este escaso movimiento es consistente con el hecho de que la elección de octubre funciona como elección interna del bloque.

6. «Rookies» en las redes

En cada período electoral surgen actores nuevos. En este caso, Talvi (PC), Manini Ríos (CA) y Sartori (PN) obtuvieron buenos resultados en las elecciones internas. Talvi ganó la nominación al dos veces presidente Sanguinetti en el PC; Sartori fue el segundo precandidato más votado del PN, con una votación similar a la de Talvi, y Manini Ríos logró una votación histórica para un partido nuevo y sin competencia interna. ¿Cómo se incorporaron en la arena política de Twitter? ¿Qué sucedió en Twitter con estos tres precandidatos durante la campaña de cara a las internas?

En el caso de la interna del PC, desde abril los retuits a Talvi eran superiores a los de Sanguinetti. Talvi logró instalarse como una figura importante de la discusión política en Twitter, con gran cantidad de apoyos. En los meses previos a las elecciones internas, Talvi fue el único que logró recibir (aunque marginalmente) apoyos del bloque de centroizquierda, posicionándose como un precandidato atractivo para los frenteamplistas. Luego de las elecciones de junio, sin embargo, su centralidad en la red terminó diluyéndose, a pesar de ser el candidato más retuiteado por usuarios únicos (Bogliaccini *et al.*, 2019).

Manini Ríos tiene una trayectoria diferente en las redes, con escasa presencia durante el período previo a las elecciones internas (marzo-junio) y una actividad no muy significativa hacia la elección del octubre. El hecho de no tener competencia interna dentro de su partido sugiere esta estrategia en las elecciones internas, aunque otros candidatos en similar situación, como fue el caso de Mieres en el PI, optaron por tener presencia en las redes durante este período. El perfil bajo de Manini Ríos, junto al perfil particular de sus votantes (de sectores socioeconómicos medios y medios bajos del interior del país), hicieron que a pesar de haber obtenido el 11 % de los votos en la elección nacional, no logró ser un personaje importante en la red de retuits en todo el ciclo electoral. Sin embargo, muchos entre



quienes retuitearon a Manini Ríos retuitearon también a Lacalle Pou, Larrañaga, Amorín y Talvi. Esto sugiere una progresiva incorporación de Manini Ríos al bloque opositor. Dos aspectos deben ser considerados en este sentido. En primer lugar, Manini Ríos proviene de una familia profundamente identificada con sectores conservadores del PC que, aunque minoritarios, tuvieron profundo impacto en la política nacional durante el siglo XX. En segundo lugar, Manini Ríos fue comandante en jefe del Ejército Nacional entre 2015 y 2019, y fue una figura muy influyente en las esferas castrenses (véase el capítulo II.3).

Por último, compitiendo en la interna del PN, Juan Sartori logró casi 100.000 votos y superó a Jorge Larrañaga, precandidato de larga trayectoria. Hasta junio Sartori siguió una estrategia agresiva, fue acusado de llevar adelante una campaña sucia e incluso recibió el repudio explícito de políticos del PN. Este rechazo se refleja en el lugar ocupado por Sartori en la red de retuits. Los usuarios que apoyaron a Sartori entre marzo y junio no apoyaron, en su mayoría, a los demás precandidatos del bloque de oposición.

7. Conclusiones

El análisis del comportamiento de los usuarios de Twitter en la arena política durante la campaña electoral de 2019 nos permite entender muchas de las interrogantes sobre el comportamiento partidario de los uruguayos. Más aún, la posibilidad de observar el comportamiento real de los usuarios en el mundo virtual abre nuevas puertas para la comprensión y el análisis del comportamiento político y las dinámicas de competencia del sistema de partidos uruguayo. Este nuevo escenario permite conocer cuánto del conocimiento acumulado desde la ciencia política «del mundo real» es trasladable al comportamiento de los usuarios del mundo virtual. En este sentido, la identificación de usuarios con partidos o candidatos mediante el comportamiento de los usuarios en Twitter permite identificar distintos patrones de comportamiento en los seguidores de uno u otro partido o candidato que reflejan dinámicas conocidas en el sistema de partidos.

Identificar partidismo en usuarios de Twitter durante la campaña electoral de 2019 permite dar cuenta de distintos fenómenos de la dinámica política y electoral uruguaya. Los datos del comportamiento de los uruguayos en Twitter apoyan la idea de la estructuración en dos bloques del



sistema de partidos. También muestran la baja volatilidad entre bloques. Asimismo, permiten observar grados diferentes de adhesión partidaria y adhesión a sectores y candidatos en el FA y en el PN y el PC.

Como con otras fuentes de datos, como las encuestas de opinión pública, el seguimiento y análisis de la conversación política en Twitter permite observar el devenir de los fenómenos políticos. De la misma forma en que los datos de Twitter reproducen patrones conocidos de la dinámica del sistema de partidos, también pueden advertirnos (antes de que se produzcan las elecciones) de cambios en estas pautas. Los datos que proporcionan las redes sociales abren posibilidades nuevas para el análisis político. En este capítulo, nos asomamos a explorar algunas de estas posibilidades. Es necesario avanzar en nuestro conocimiento sobre la relación entre el mundo real y el de las redes sociales para calibrar esta nueva fuente de datos y tornarla productiva no solo para el análisis de fenómenos de las redes sociales, sino como indicador de dinámicas que están ocurriendo fuera de la red.



Bibliografía

- Aruguete, N., y Calvo, E. (2018). Time to #protest: Selective Exposure, Cascading Activation, and Framing in Social Media. *Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy007>
- Bennett, W. L., y Segerberg, A. (2012). *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139198752>
- Bogliaccini, J. A., Borba, I., Giambruno, C., Operti, M., y Piñeiro Rodríguez, R. (2019). *Twittarquía: La política de las redes en Uruguay*. Túnel y Universidad Católica del Uruguay.
- Buquet, D., Chasquetti, D., y Moraes, J. A. (1999). Fragmentación política y gobierno. En *Uruguay: ¿Un enfermo imaginario?* Instituto de Ciencia Política, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de La República.
- Buquet, D., y Piñeiro, R. (2011). Participación electoral en las elecciones primarias en Uruguay. *Revista Debates*, 5(2): 79-95.
- Buquet, D., y Piñeiro, R. (2014). La consolidación de un nuevo sistema de partidos en Uruguay. *Revista Debates*, 8(1): 127-148.
- Burt, R. (1982). *Toward a Structural Theory of Action: Network Models of Social Structure, Perception and Action*. Nueva York: Academic Press.
- Calvo, E. (2015). *Anatomía política de Twitter en Argentina: Tuiteando #Nisman*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Coleman, J. S. (1973). Loss of Power. *American Sociological Review*, 1-17.
- Conover, M., Ratkiewicz, J., y Francisco, M. (2011). Political Polarization on Twitter. *Icwsn*. <https://doi.org/10.1021/ja202932e>
- El Observador. (2019). De dónde son, qué nivel de ingresos tienen y a quién votaban los que apoyan a Manini.
- Gainous, J., y Wagner, K. M.. (2013). *Tweeting to Power: The Social Media Revolution in American Politics*. Oxford University Press.
- González, L. E. (1991). Legislación electoral y sistemas de partidos: El caso uruguayo. *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 4.
- Granovetter, M. (2005). The Impact of Social Structure on Economic Outcomes. *Journal of Economic Perspectives*. <https://doi.org/10.1257/0895330053147958>

- Hussain, M. M., y Philip, N. H. (2013). *Democracy's Fourth Wave? Digital Media and the Arab Spring*. Oxford University Press.
- Karpf, D. (2012). *The MoveOn Effect: The Unexpected Transformation of American Political Advocacy*. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199898367.001.0001>
- Lanzaro, J. (1993). La «doble» transición en el Uruguay: Gobierno de partidos y neo-presidencialismo. *Nueva Sociedad*, 128: 132-147.
- Lanzaro, J. (2004). Fundamentos de la democracia pluralista y estructura política del Estado en el Uruguay. *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 14: 103-135.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., y Gaudet, H. (1949). *The People's Choice*. Nueva York: Columbia University Press.
- Luna, J. P. (2014). *Segmented Representation: Political Party Strategies in Unequal Democracies*. Oxford University Press.
- Pla, F., y Hurtado, L. F. (2014). Political Tendency Identification in Twitter Using Sentiment Analysis Techniques. En COLING 2014, 25th International Conference on Computational Linguistics, Proceedings of COLING 2014: Technical Papers.
- Rivero, G., y Barbera, P. (2015). Understanding the Political Representativeness of Twitter Users. 33(6): 712-729. <https://doi.org/10.1177/0894439314558836>
- Scott, J. (1988). Trend Report Social Network Analysis. *Sociology*. <https://doi.org/10.1177/0038038588022001007>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. Yale University Press.
- Weidmann, N. B., y E. Geelmuyden Rød. (2019). *The Internet and Political Protest in Autocracies*. Oxford Studies in Digital Poli.
- Woolley, S. C., y Howard, P. N. (2018). *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*. Oxford University Press.
- Yaffé, J. (2005). Sindicatos e partidos no Uruguai: Da fundação da CNT ao triunfo da esquerda (1964-2004). *Esboços: Histórias Em Contextos Globais*, 12: 63-74.



