



Informe de interacción en redes sociales (MOE-Gt)

Del 02 al 09 de mayo de 2023

Introducción

- Doses elabora el presente informe como parte de sus responsabilidades en la Misión de Observación Electoral (MOE-Gt).
- La finalidad es identificar tendencias, desinformación y patrones de conducta de frente al proceso electoral en cuatro redes sociales: Twitter, Facebook, Instagram y TikTok.
- En este monitoreo ha sido eliminado el binomio presidencial del partido **MLP** debido a que el **2 de mayo de 2023** les fue rechazado un amparo por la Corte de Constitucionalidad lo que confirma que **quedan fuera de la contienda electoral**.

Ficha metodológica

La presente observación abarca del 02 al 09 de mayo de 2023.

La hora y día de cierre para este análisis fue el martes 09 de mayo a las 7:00 horas.

El universo total de menciones en las redes sociales monitoreadas durante el periodo analizado fue de 41,843.

Glosario



Menciones:

Es el número de publicaciones y comentarios detectados que corresponden a los temas del análisis.

Autores únicos:

Son los perfiles que hicieron publicaciones sobre los temas analizados en redes sociales y en la web. Si el mismo usuario hizo publicaciones desde distintas redes, el perfil de cada red se cuenta como autor diferente. También incluye las publicaciones en sitios de noticias, en las cuales se da crédito al autor de la nota.



Sentimiento:

Es el tono que se identifica en la publicación puede ser positivo, negativo o neutral.



Interacciones:

Likes, reacciones, comentarios y shares/retweets que recibieron las menciones.



Nube de conversación:

Muestra los términos y combinaciones de palabras que más se repiten en la conversación analizada. Se excluyen artículos (él, la, los, un, una, entre otros) y preposiciones comunes (a, de, en, por, entre otras).

Fórmula del sentimiento neto:

$$\text{Sentimiento neto} = \frac{(\# \text{publicaciones positivas} - \# \text{publicaciones negativas})}{(\# \text{publicaciones positivas} + \# \text{publicaciones negativas})}$$

Redes analizadas

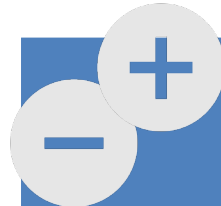


Facebook:

Publicaciones realizadas en cada página en el periodo seleccionado e interacciones (likes, reacciones, comentarios y shares) recibidas por estas.

Instagram:

Publicaciones realizadas en Instagram e interacciones (likes y comentarios) recibidas.



Twitter:

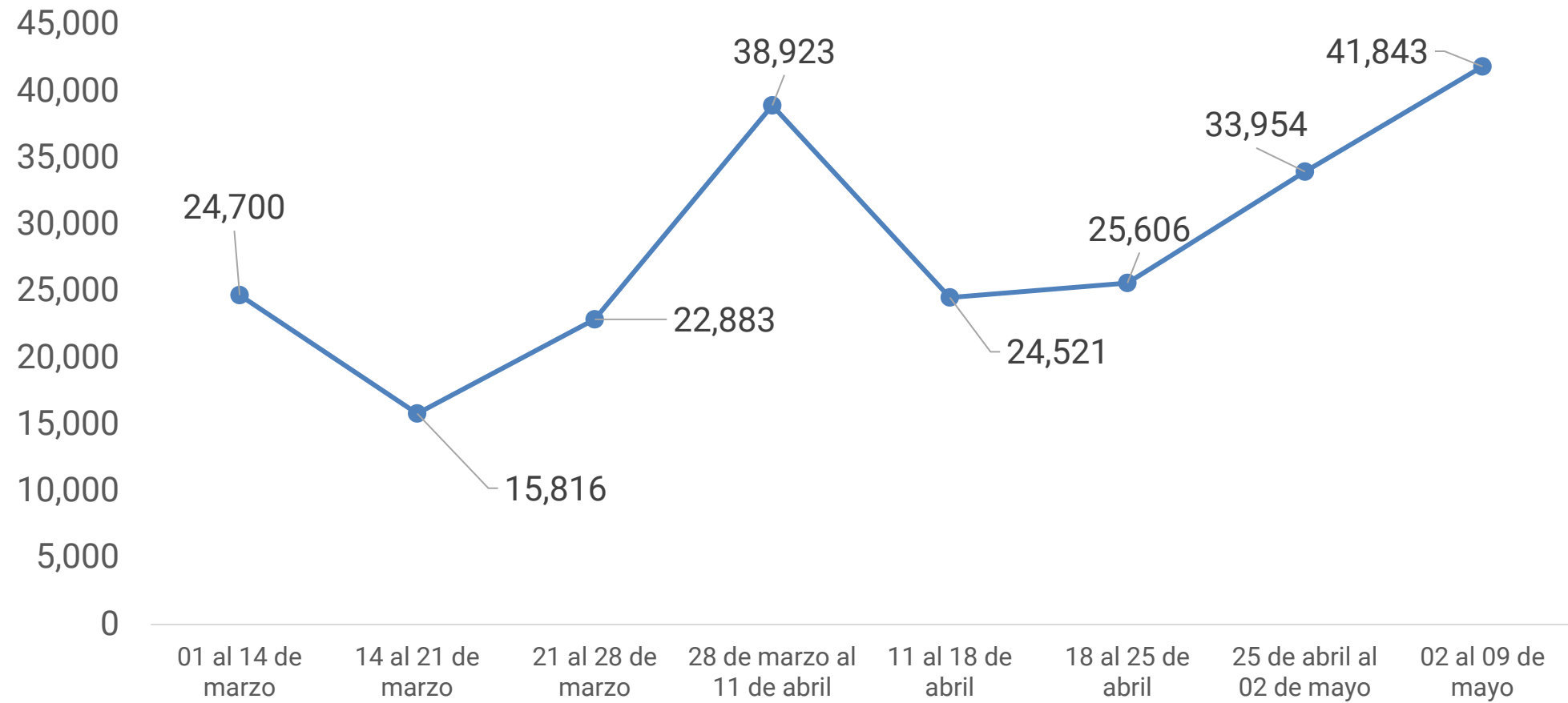
Publicaciones realizadas en Twitter e interacciones (likes, retweets, replies, y menciones) recibidas por estas.



Tik-Tok:

Likes, reacciones, comentarios y alcance que recibieron las menciones.

Conversación sobre las elecciones a lo largo de 2023 (en menciones)

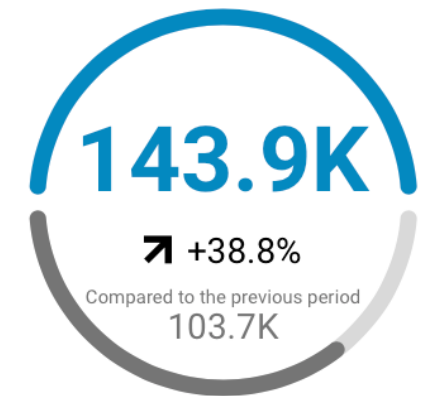


Conversación en torno al TSE

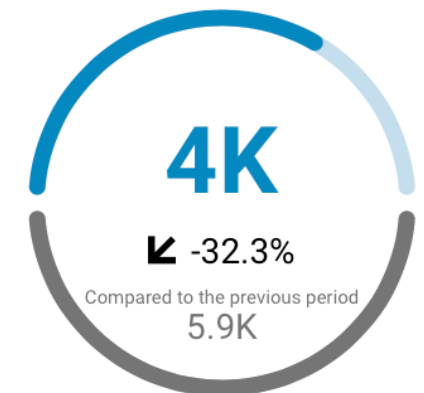
Durante la presente semana de observación se identifica una disminución leve en la narrativa sobre el Tribunal Supremo Electoral (TSE) en redes sociales. **En total se llegó a 4,000 menciones**, un 32.3% menos que lo registrado la semana anterior. Mientras tanto, las interacciones alcanzaron 143,900 lo que significa un aumento de 48.8%.

- En cuanto al sentimiento de la conversación negativa predominó la narrativa en un 53.8%
- Los picos en la conversación sobre el tema se dieron los días 02, 03 y 04 de mayo, cuando la **Corte de Constitucionalidad refrendó la decisión del pleno de magistrados del Tribunal de no inscribir al binomio presidencial del MLP.**
- El segundo pico fue el anuncio de los fiscales de partidos políticos y el TSE de incorporar los nombres de diputados en las boletas electorales, después de la polémica que generó el tema semanas anteriores.

INTERACCIONES



MENCIONES

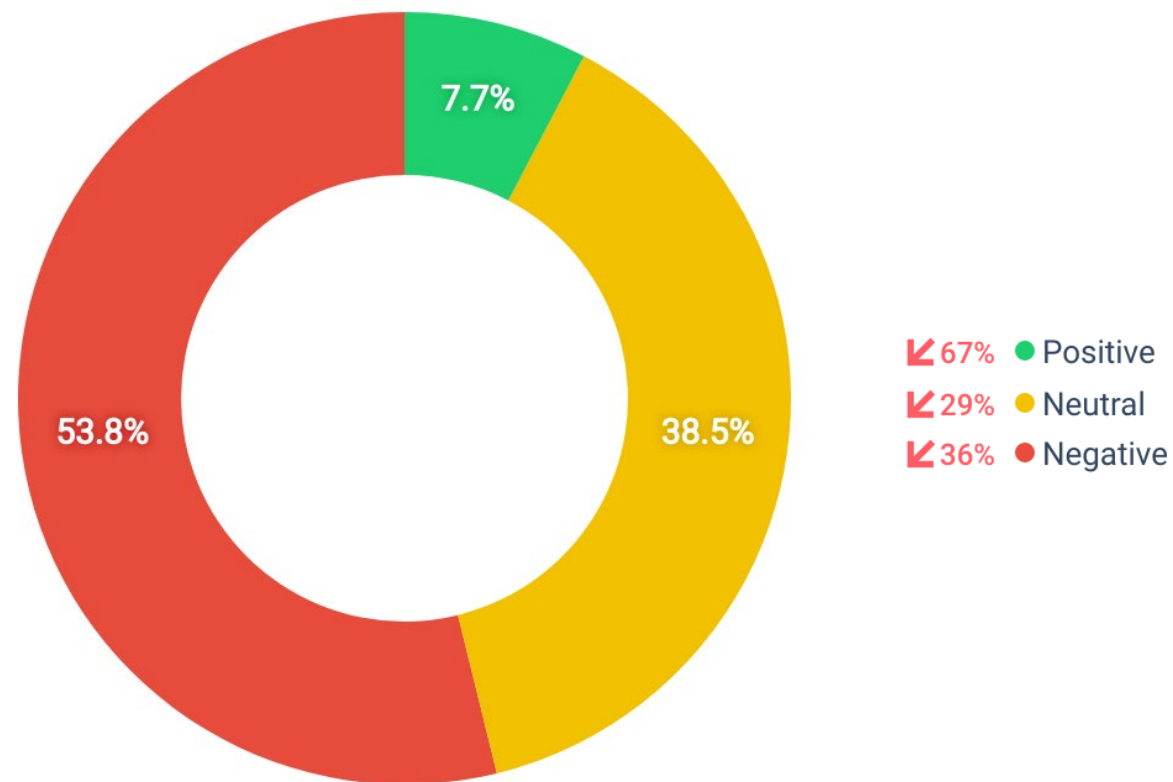


Tendencia de conversación



Sentimiento de Conversación

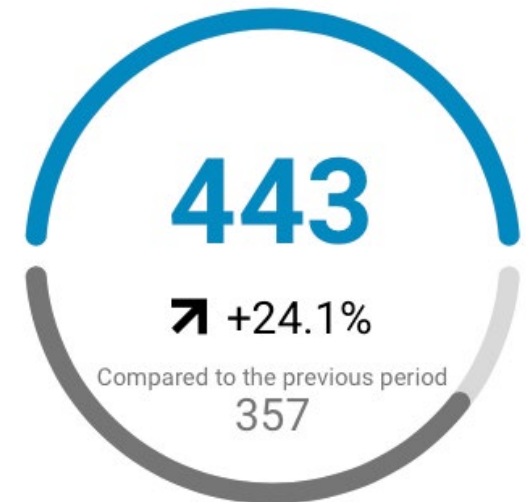
Del total de **4,000 menciones** que el TSE registró durante el periodo de análisis, **53.8%** son negativas, **38.5%** son neutras y **7.7%** positivas.



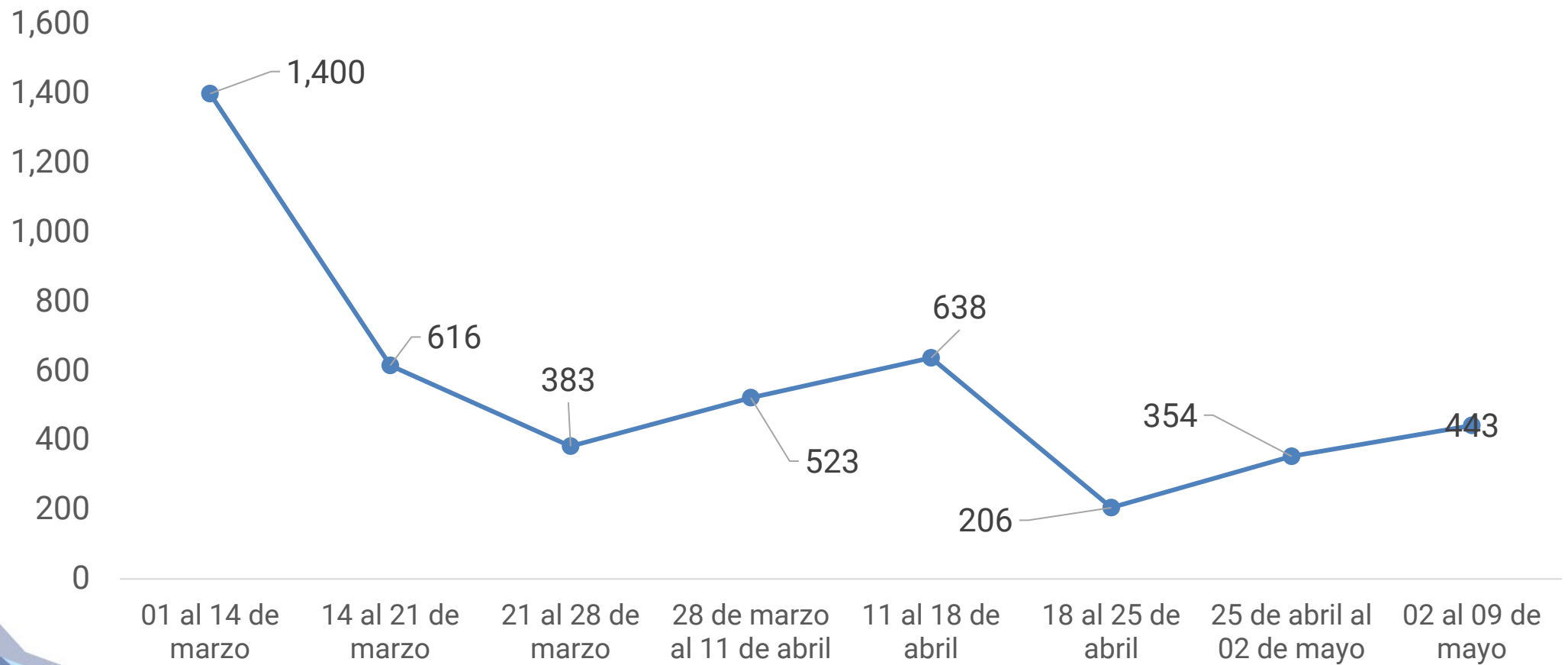
Conversación sobre fraude electoral

La conversación sobre un posible fraude electoral subió esta semana un 24.1% en menciones y un 2.1% en interacciones. Sin embargo, si se analizan los datos desde el inicio del monitoreo, **la tendencia se mantiene como moderada hacia la baja.**

El crecimiento de esta semana obedece a las acusaciones de fraude expresadas recientemente por el candidato presidencial Carlos Pineda cuyo *engagement* en las redes sociales está en aumento. Tales acusaciones surgen a raíz de un amparo que presentó el partido político Cambio, solicitando la anulación de la asamblea de Prosperidad Ciudadana, partido al cual pertenece Pineda.



Conversación sobre fraude a lo largo de 2023 (en menciones)



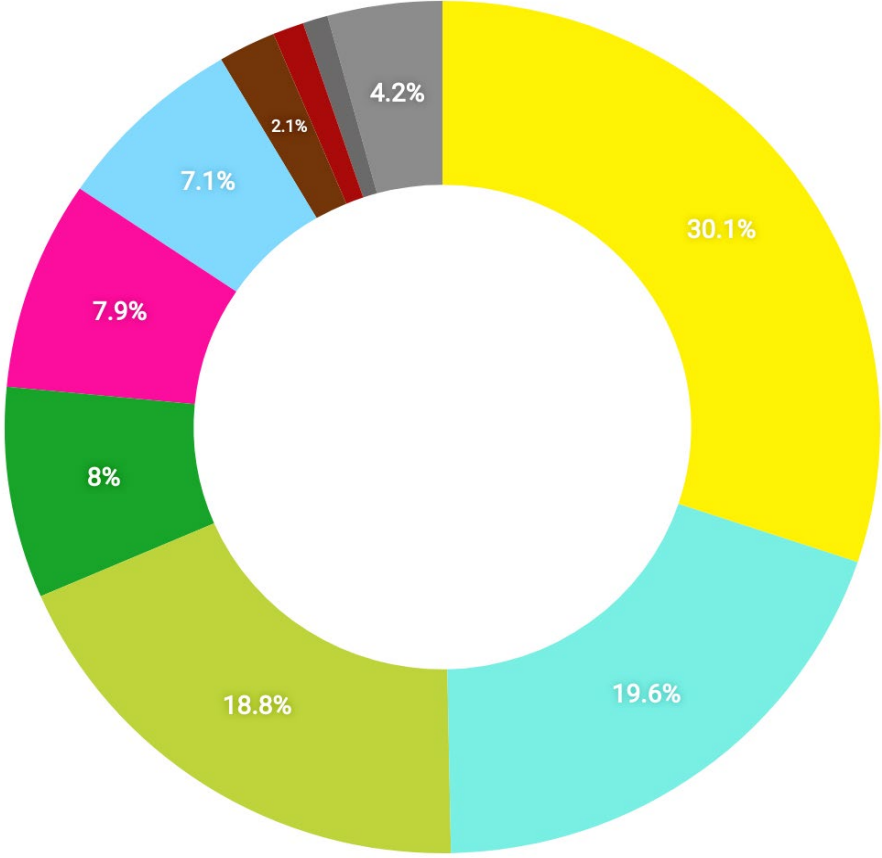
Conversación sobre candidatos

En el universo de temas electorales relacionados con los binomios presidenciales, la discusión en redes sociales se centra en tres candidatos que, en conjunto, **acaparan el 60% de la conversación.**

Candidatos	Número de menciones
Carlos Pineda (Prosperidad Ciudadana)	11,300
Zury Ríos (Coalición Valor-Unionista)	7,300
Sandra Torres (UNE)	7,000

En un nivel más moderado, con 24% de la conversación, aparecen Bernardo Arévalo, Manuel Villacorta y Edmond Mulet con 3,000 menciones cada uno dentro de un universo de 37,400 menciones.

Share de menciones por candidatos

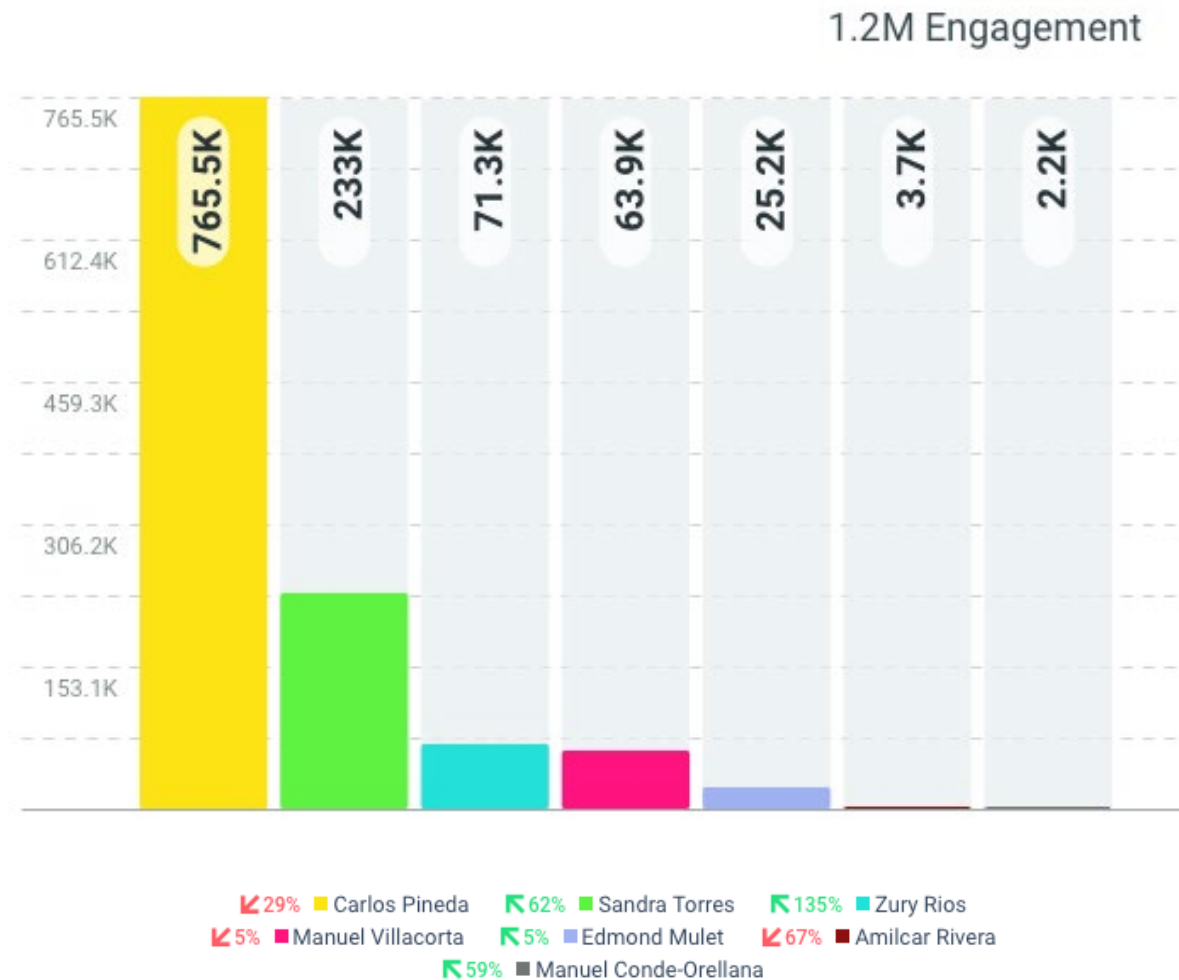


- 36% Carlos Pineda
- 10% Zury Ríos
- 6% Sandra Torres
- 22% César Bernardo Arévalo
- 15% Manuel Villacorta
- 39% Edmond Mulet
- 49% Sammy Morales
- Amílcar Rivera
- 26% Manuel Conde
- 2% Other

Publicaciones e interacciones de los candidatos en Facebook

- Las interacciones de los candidatos en Facebook alcanzaron 765,500 durante el período de análisis. El candidato que encabeza la conversación en esta red es **Carlos Pineda de Prosperidad Ciudadana**, quien supera por un amplio margen a sus competidores más cercanos. Este alto nivel de *engagement* ocurrió a partir de que el candidato empezara a liderar las encuestas publicadas por los medios escritos y del recurso en contra de su inscripción que presentó el partido Cambio.
- Sandra Torres, la segunda candidata con más interacciones, tiene un total de 233 mil, lo que representa menos de un tercio de las interacciones de Pineda. Zury Rios y Manuel Villacorta tienen solo 135,200 mil entre los dos, mientras que el resto se diluye.
- Es importante señalar que en el caso de Facebook no se incluye gráfica de las publicaciones debido a que su categorización es diversa y normalmente son réplicas que provienen de otra red, principalmente TikTok.

Interacciones de los candidatos en Facebook



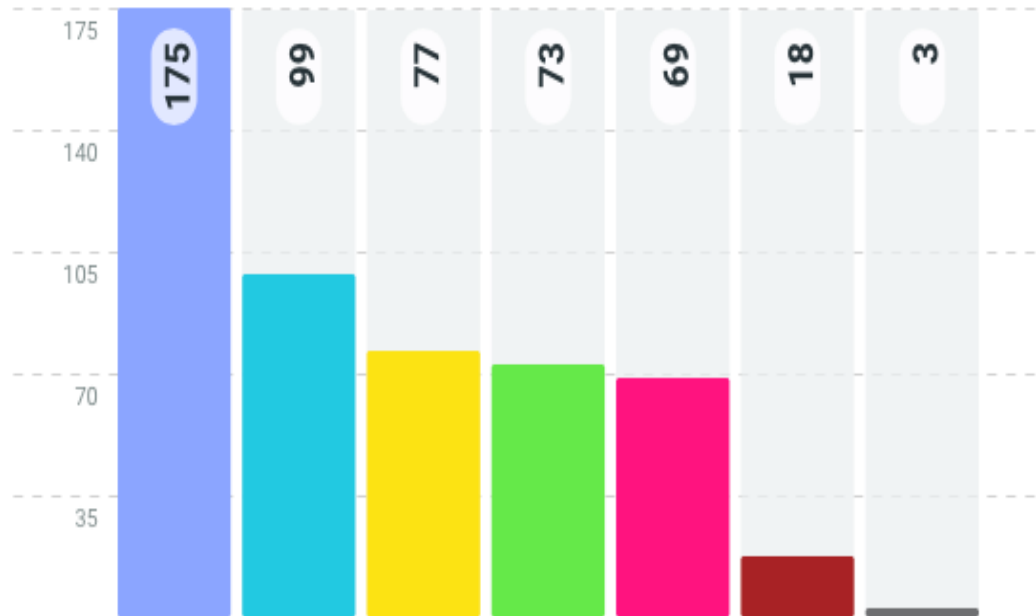
Publicaciones e interacciones de los candidatos en Twitter

- En la conversación sobre los candidatos en Twitter se da una relación entre la cantidad de tuits publicados y las interacciones que estos generan, lo cual evidencia que no es la cantidad sino el contenido lo que genera el *engagement* en esta red.
- Ejemplo de lo anterior es el caso de Carlos Pineda, quien con solo 77 tuits publicados logró un total de 36.2 mil interacciones. En contraste, Edmond Mulet, publicó 175 tuits y generó 20.3 mil interacciones, lo que sugiere una menor eficiencia en la comunicación con sus seguidores. En tanto que, Zury Ríos publicó un poco más que Pineda, pero menos que Mulet, y logró más interacciones que Mulet y menos que Pineda.
- Por último, Sandra Torres, **con 73 publicaciones no logra una réplica importante de sus mensajes**. Lo mismo ocurre a Amílcar Rivera y Manuel Conde.

Publicaciones e interacciones de los candidatos en Twitter

Tuits publicados en el período

514 Results

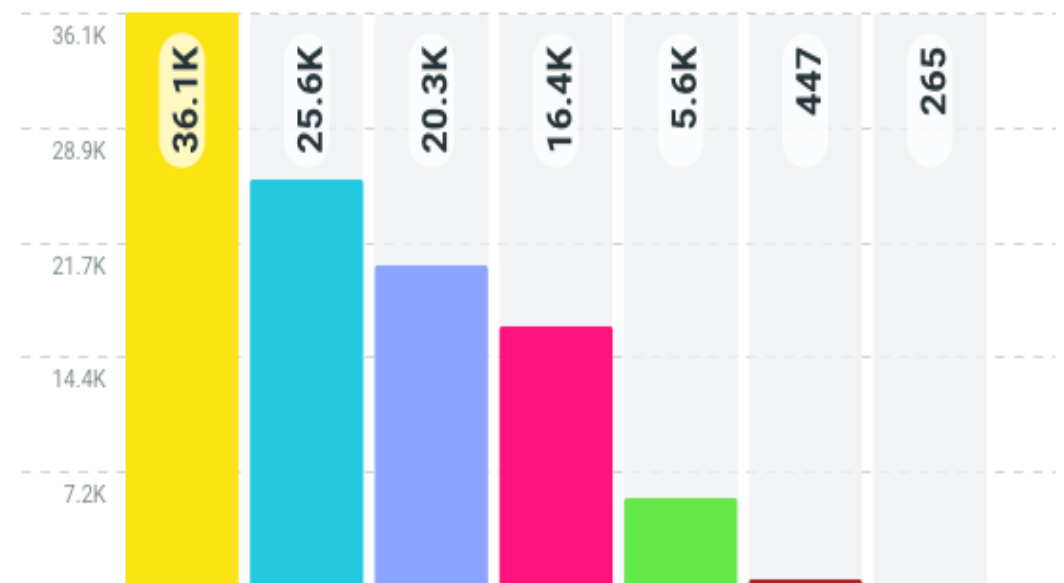


↩ 133% Edmond Mulet
 ↩ 87% Zury Rios
 ↩ 97% Carlos Pineda
↩ 24% Sandra Torres
 ↩ 19% Manuel Villacorta
 ↩ 14% Amilcar Rivera
↩ 86% Manuel CondeOrellana

Interacciones

Likes, retwets, replies, y menciones a la cuenta.

104.7K Engagement



↩ 31% Carlos Pineda
 ↩ 23% Zury Rios
 ↩ 42% Edmond Mulet
↩ 35% Manuel Villacorta
 ↩ 18% Sandra Torres
 ↩ 19% Amilcar Rivera
↩ 53% Manuel CondeOrellana

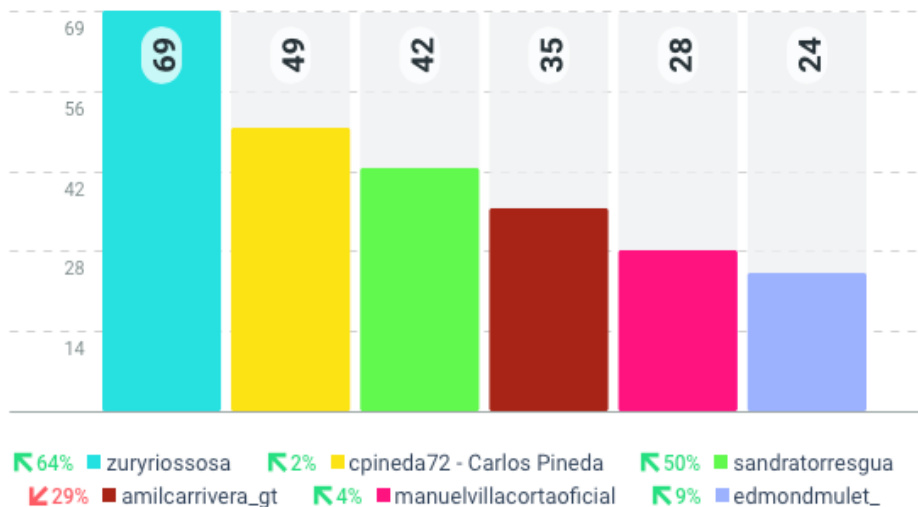
Publicaciones e interacciones de los candidatos en Instagram

Carlos Pineda también encabeza la narrativa de Instagram con 49 publicaciones generó 93.3 mil interacciones.

En cuanto al resto de candidatos, se puede observar una relación inversa al efecto Pineda. Por ejemplo, Zury Ríos con 69 publicaciones logró 26.7 mil interacciones y Sandra Torres con 42 solo llegó a 8.2 mil. **Ambas muy por debajo del candidato de Prosperidad Ciudadana.**

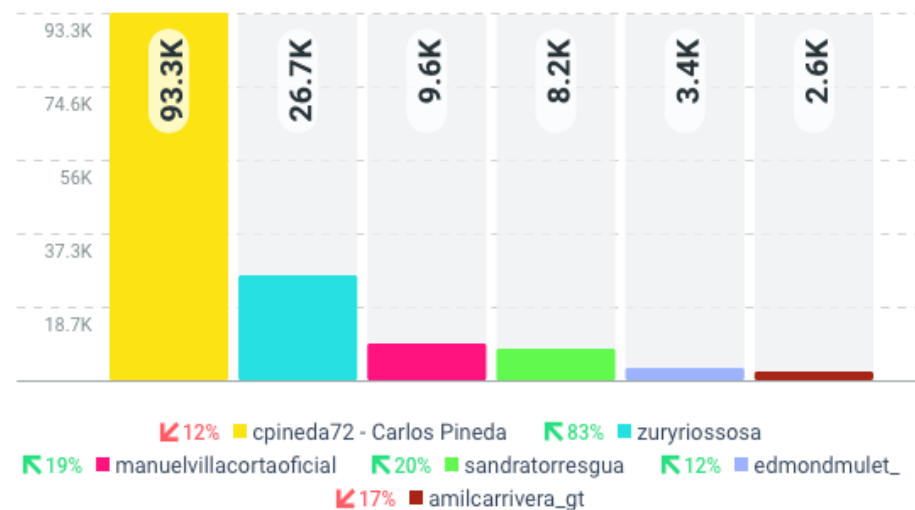
Publicaciones realizadas

247 Results



Interacciones

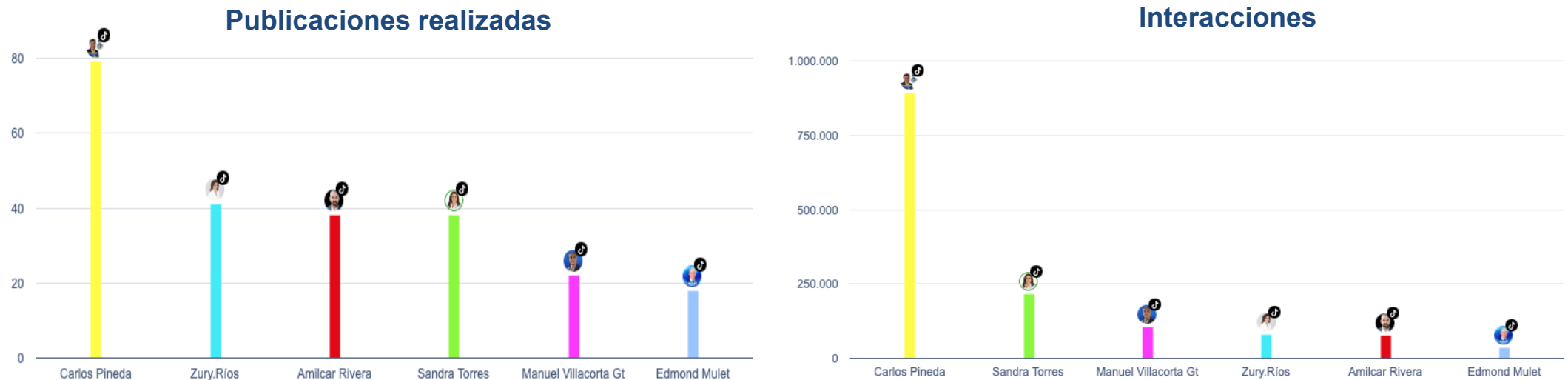
143.9K Engagement



Publicaciones e interacciones de los candidatos en TikTok

En el caso de Tik-Tok, también llama la atención la viralización que ha logrado Carlos Pineda en la última semana. Con 80 videos y con un *engagement* que alcanza casi medio millón de interacciones se ha convertido en el candidato con mayor alcance en esta red social, de donde sus publicaciones migran a Facebook y otras redes.

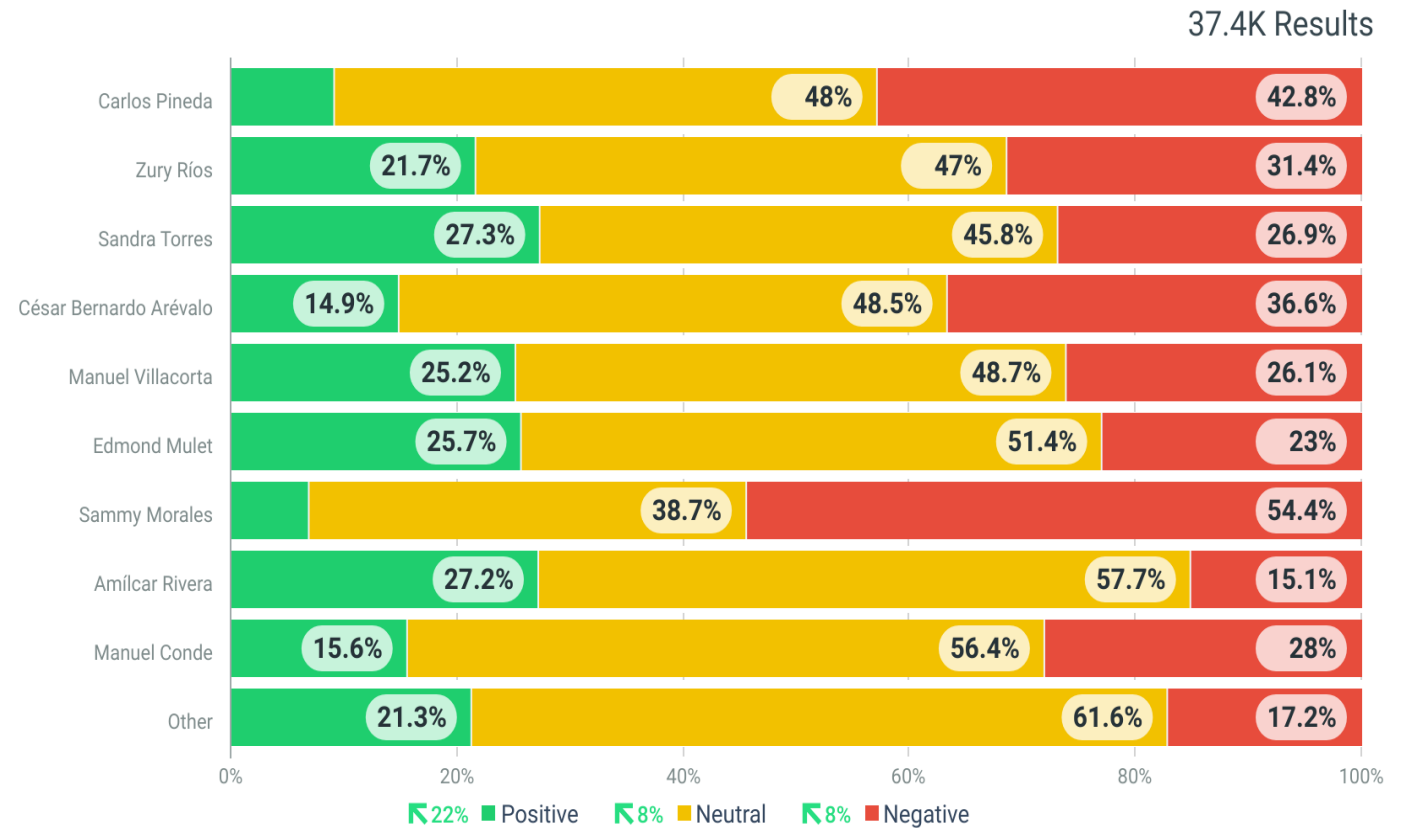
Mientras tanto, el resto de los candidatos **no logra el efecto que se registra en la narrativa alrededor de Pineda.**



Sentimiento sobre los candidatos

En cuanto al clima emocional que se percibe en las redes sociales en relación con los candidatos, esta semana Sandra Torres de la UNE y Amílcar Rivera de Victoria muestran la mayor proporción de menciones con sentimiento positivo, con un 27.3% y 27.2% respectivamente.

Los candidatos que presentan una tendencia predominantemente negativa son, por segunda semana consecutiva, Sammy Morales, de FCN-Nación, con un 54.4% y Carlos Pineda, de Prosperidad Ciudadana, con un 44.6%. Hace una semana, este último registraba una narrativa mayormente positiva.



Ataques y desinformación

En el presente monitoreo se detectaron cuatro campañas de desinformación.

- El 5 de mayo se intensifica la campaña contra el candidato Edmond Mulet del partido Cabal, en la cual **se le acusa de participar en una red internacional de tráfico de niños** en la que se utilizan publicaciones de medios internacionales. Esta campaña es liderada por el usuario @elinsecto_gt.
- La segunda campaña, registrada el 7 de mayo en Tik-Tok, mostraba al candidato presidencial de Prosperidad Ciudadana con una persona no vidente, señalando que el TSE "olvidó sacar papeletas en braille". Tal acusación fue desmentida por el Tribunal y el candidato fue amonestado verbalmente.
- También el 5 de mayo se identificó en Facebook una campaña compartida por la página Guatemala Inmortal, en la que **se acusa a Sandra Torres de la UNE de ser guerrillera y tener vínculos con el sindicalista del magisterio, Joviel Acevedo.**
- Por último, Carlos Pineda de Prosperidad Ciudadana publicó un video en su cuenta de Twitter en el cual lanzaba ataques e información sin pruebas contra las presidenciables Sandra Torres de la UNE y Zury Ríos de Valor-Unionista.

Ataques y desinformación

Guatemala Inmortal
5 may a las 11:38 a. m.

La única de los candidatos que sí sabemos con seguridad NO HARÁ NADA contra Joviel Acevedo es la guerrillera de la UNE, Sandra Torres, ya que su hermano fue el asesor legal de los sindicatos, el cual cobró Q17 millones por el Pacto Colectivo del Magisterio en el MINEDUC

LUIS ENRIQUE TORRES LEZAMA

- Ex militante guerrillero con las FAR y el ORPA, miembro de varios sindicatos (STECSA) dedicando junto a sus esposa a promover el comunismo y sindicalismo en Guatemala.
- Tras la firma de la Paz regresa a Guatemala y se afilia al partido satélite de UNE, Alternativa Nueva Nación ANN.
- Actualmente se desempeña como asesor legal de sindicatos, quien negoció el PACTO COLECTIVO DEL MAGISTERIO por el que cobro Q17 millones, nefasto acuerdo para la educación de Guatemala

Me gusta Comentar Compartir

#VENDIDOS parte 1

En 1981, la policía dismanteló una red de tráfico de niños disfrazad de agencia de adopciones.

Edmond Mulet, creó el entramado legal para sacar del país a niños robados por sus cómplices.

Miles de madres lloran por los bebes robados y muchas murieron llorando.



VENDIDOS

Edmond Mulet y la red internacional de tráfico de niños



Conclusiones

1

La conversación sobre el TSE muestra una tendencia a la baja mientras que sube la de los binomios presidenciales.

2

A pesar de que esta campaña se ha caracterizado por decisiones polémicas del TSE, el tema de un posible fraude tiene una relevancia relativa en la narrativa de las redes sociales.

3

Se evidencia que la campaña de Carlos Pineda en redes sociales, particularmente en Tik-Tok, es la que ha logrado el mayor *engagement* respecto al resto de candidatos.

4

Pese a que Carlos Pineda se ubica esta semana en el primer lugar de viralización en redes, el sentimiento de la conversación que lo alude pasó de positiva a negativa, en lo que influyen los mensajes de ataque que lo aluden.

5

Esta semana se identificaron ataques contra Edmond Mulet, Sandra Torres y Zury Ríos.

