

COMUNICACIÓN POLÍTICA EN REDES SOCIALES: UN ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS DE LA CUENTA OFICIAL DE TWITTER DEL EXPRESIDENTE MAURICIO MACRI EN FUNCIÓN DE LOS NIVELES DE ENGAGEMENT REGISTRADOS POR SUS USUARIOS

POLITICAL COMMUNICATION AND SOCIAL MEDIA CONTENT: ANALYSIS OF MAURICIO MACRI'S TWITTER OFFICIAL ACCOUNT ACCORDING TO ITS FOLLOWERS'S ENGAGEMENT RATES

Investigadores USAL:

Paredes, Graciela. (graciela.paredes@usal.edu.ar); Astigueta, Martín

Alumnos practicantes USAL: Montero, María Inés; Di Carlo, Bárbara; Magneres, Juan Ignacio; Zajdman, Tomás; Ali, Yasmín; Novais, Sofia

Palabras clave: Twitter; análisis de contenido; discurso político; Macri; Comunicación digital.

Keywords: *Twitter; Content analysis; Political discourse; Macri; Digital communication.*

Resumen

El presente trabajo se inserta en el marco de un programa de investigación orientado a estudiar la comunicación política digital de los líderes mundiales contemporáneos. Como caso de estudio, se analizó el uso de Twitter en tanto canal oficial de comunicación política por parte del expresidente argentino Mauricio Macri, a lo largo de su segundo año de gobierno. Esta investigación se propuso analizar los contenidos publicados en la cuenta @mauriciomacri, así como evaluar la interacción que sus usuarios mantuvieron con estos contenidos.

Para esto último, se recurrió a la noción de *engagement*, entendida como la suma del total de las diferentes interacciones registradas ante un determinado posteo, sobre el total de seguidores de esa cuenta. De esta manera, se obtiene un índice que permite apreciar la interacción de los usuarios frente a un determinado tuit, con el que se pueden evaluar las reacciones promedio ante determinadas temáticas, así como ante los diferentes formatos de posteo como imágenes, texto, video y enlaces.

En el aspecto metodológico, este trabajo presenta un diseño de investigación triangular que combina elementos de la metodología del Análisis de Contenido, de la Teoría de los Discursos Sociales (TDS), y de la Escuela Francesa del Análisis del Discurso.

Se contemplaron dos etapas: durante la primera, se procedió a la construcción de una base de datos con 680 tuits, que fue sometida a un análisis de contenido. Siguiendo los protocolos de esta metodología, se llevaron a cabo diferentes pruebas de codificación intersubjetivas, destinadas tanto a entrenar al equipo de codificadores, como a comprobar la validez y pertinencia de las categorías de análisis. En la segunda parte, se realizó la selección del caso de estudio, y se construyó una nueva base de datos con 236 comentarios. Para la selección de dicho caso, se buscó el tuit más próximo a la media general de *engagement*. Este corpus de comentarios fue sometido a un nuevo análisis de contenido,

para el que se volvieron a implementar los protocolos metodológicos. Durante esta fase, se llevaron a cabo diferentes análisis de valoraciones, análisis lexicométricos y análisis argumentativos.

Los resultados obtenidos permiten ratificar, al menos en cuanto a su primera proposición, el supuesto de investigación de que, a mayores tasas de *engagement*, mayor propensión a encontrar contenidos altamente politizados. Es decir, contenidos referidos a temáticas de alta intensidad política como las relaciones exteriores, la macroeconomía o la política partidaria. No obstante, la proposición inversa, también planteada como conjetura, sobre que a menores tasas de *engagement*, mayor propensión a encontrar contenidos poco politizados, resultó refutada por los datos: por ejemplo, este fue el caso de los tuits asociados a la vida privada del presidente, que registraron altas tasas, o el de los tuits referidos a la política interior, que arrojaron bajos índices de interacción.

Este trabajo aporta elementos para la caracterización de diferentes prácticas discursivas de la producción del discurso presidencial de Macri en Twitter, así como otros aspectos de la instancia de recepción por parte de sus seguidores. Así, en cuanto a la producción discursiva de Macri, se observa una clara primacía del uso de las imágenes y videos por sobre los textos en los tuits de la cuenta. Asimismo, en lo discursivo, se advierte la configuración de una imagen presidencial ligada a “la transparencia” y al mundo del deporte. Al mismo tiempo, se recortan las figuras de un destinatario positivo, vinculado a los sectores medios urbanos votantes del oficialismo, así como la del destinatario negativo, asociado al gobierno anterior. Cabe destacar la relativa ausencia de un destinatario neutral, lo que señala una marcada tendencia hacia la polarización en el discurso.

En lo relativo a la interacción de los usuarios en los comentarios, se observa también una marcada polarización entre ellos, sin evidenciarse posiciones neutrales. A la vez, se advierte la preponderancia de comentarios afines al presidente, lo que podría vincularse a la administración de la cuenta. En cuanto a la conversación entre los propios usuarios, se registró un bajo nivel de interacción, así como la recurrencia de un estilo confrontativo ligado más con lo emotivo que con lo racional.

Abstract

This work is inserted within a research program aimed to study contemporary world leaders' digital political communication. This study regards the use of Twitter as an official political communication channel by the former Argentine president Mauricio Macri during his second year in office. This research aims to analyze the content published on the Twitter account @mauriciomacri, as well as to evaluate the interaction that its users had with this content.

For the latter, this study uses the notion of engagement rate, which is the sum of the total of the different interactions registered in a certain tweet over the account's total number of followers. This rate is useful for measuring users' interactions to the different posting formats such as images, text, video and links; as well as to evaluate the average reactions to certain topics.

From the methodological point of view, this work presents a theoretical triangulation combining Content Analysis with elements from the Theory of Social Discourses (TDS), and the French School of Discourse Analysis.

During the first stage of study, the research team built a database containing 680 tweets, which were then subjected to content analysis. Following the strict protocols of this methodology, different intersubjective coding tests were carried out, aimed both for training the coders, as well as for valuing the analysis categories effectiveness. In the second part, the team proceeded to select a case of study, and constructed a new database conformed by 236 comments. For this selection, the criterion followed was to choose the closest tweet to the general engagement rate average. This corpus of comments was then subjected to a new content analysis, following all the corresponding methodological protocols. During this phase, different studies were carried out such as frequency analysis, lexicometric analysis and argumentative analysis.

The obtained results ratify, at least in terms of its first proposition, the research hypothesis that, at higher engagement rates, greater propensity to find highly politicized content. In other words, content referring to topics of high political intensity such as foreign affairs, macroeconomics, and party politics. However, the inverse proposition, concerning the fact that at lower engagement rates, greater propensity to find less politicized content, was refuted by the data. This was the case, for example, of the tweets associated with Macri's private life, which registered high engagement rates.

This work provides elements for the characterization of different discursive practices in the production of Macri's presidential discourse on Twitter, as well as other aspects of the instance of reception by his followers. Thus, regarding Macri's discursive production, there is a clear primacy of images and videos over text in the tweets's content. Likewise, in the discursive dimension, there is an attempt to associate the presidential image to "transparency" and "sports". At the same time, the figures of a positive recipient, linked to the middle urban sectors voting for the ruling party, as well as that of the negative recipient, associated with the previous Argentine government. It is worth noting the relative absence of a neutral recipient, which indicates a marked tendency towards polarization in Macri's digital discourse.

Regarding the interaction between the users in the comments, there is also a marked polarization between them, with the absence of neutral positions. At the same time, there is a preponderance of positive comments related to the president, which could be linked to the community manager's action. Regarding the conversation between the users themselves, the analysis reveals low levels of interaction, as well as the recurrence of a confrontational style linked more to emotional than to rational argumentation.