



Observatorio de Política
y Redes Sociales.

Emisión presidencial

De qué forma comunica Gabriel Boric Font
11 de marzo al 31 de diciembre del 2022
@gabrielboric



En la actualidad el mundo se está digitalizando, donde las redes sociales han tomado cada vez más protagonismo. De manera que en Chile se están usando diversas estrategias de comunicación digital, como, por ejemplo, ya está en marcha la ley de transformación digital del estado (Ley n°21.180). Razón por la que los actores políticos sacan provecho de aquello para emitir, reproducir o comentar temas de agenda, coyuntura o contingencia social en la plataforma de Twitter, utilizándola como su principal medio de comunicación.

En el marco de lo anterior, el presidente de la República de Chile, Gabriel Boric Font, elegido democráticamente el 21 de noviembre de 2021, y asumido el 11 de marzo de 2022, tiene como principal red de emisión y conversación Twitter. Ahí es donde cuenta con casi dos millones de seguidores, es por ello, que es fundamental conocer cómo se comunicó digitalmente el mandatario durante el año 2022, para así entender de qué forma está haciendo uso de esta red social.

Para la elaboración del presente informe se recopiló la emisión de su cuenta personal @GabrielBoric, incluyendo tweets y retweets. Desde que asumió el 11 de marzo de 2022 hasta el 31 de diciembre del mismo año.



Para comenzar a adentrarnos en el año digital de Boric, es correcto precisar cuáles fueron las primeras emisiones presidenciales.



Imagen 2. Tweet Boric 11/3



Fuente Twitter

Aquí es donde comienza nuestro análisis de la emisión presidencial, es con el tweet del 11 de marzo de 2022, que es cuando asumió la presidencia durante la ceremonia de cambio de mando. Este contiene un link hacia una transmisión oficial para visualizar la ya mencionada ceremonia, tras eso el mandatario hizo su primer tweet como presidente de la República, en donde realiza su primera mención a la cuenta @presidencia_cl, además de invitar a seguir la cuenta, la cual será mencionada a lo largo de este informe.



Imagen 3. Cuenta presidencia



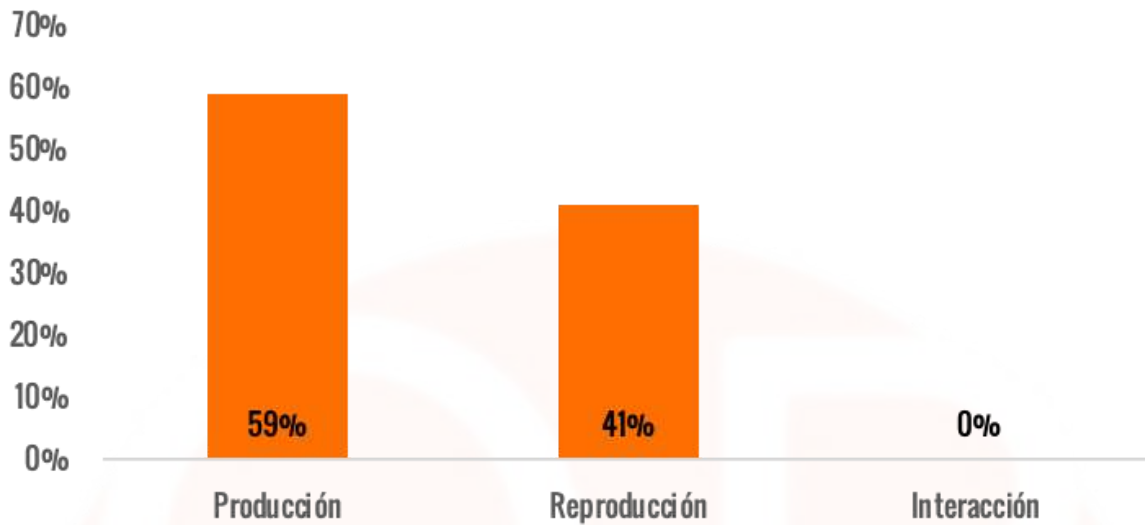
@presidencia_cl, corresponde al principal medio de difusión presidencial, creado en marzo de 2022, que fue cuando asumió el mandato.

Durante el año comunicó alrededor de 1.815 tweets, donde informó en gran medida por esa vía, es por ello, que es importante conocer de qué manera realizó la comunicación. Razón por la que se presenta el gráfico 1, en el que se muestran sus tres estilos de comunicación.

Estos tres estilos se consideran como producción, reproducción e interacción, el primero tiene que ver con la cantidad de tweets que Boric emite desde su cuenta; el segundo con la cantidad de retuits desde su cuenta y, por último, la interacción que hace referencia a cuánta respuesta emite desde su perfil.



Gráfico 1.



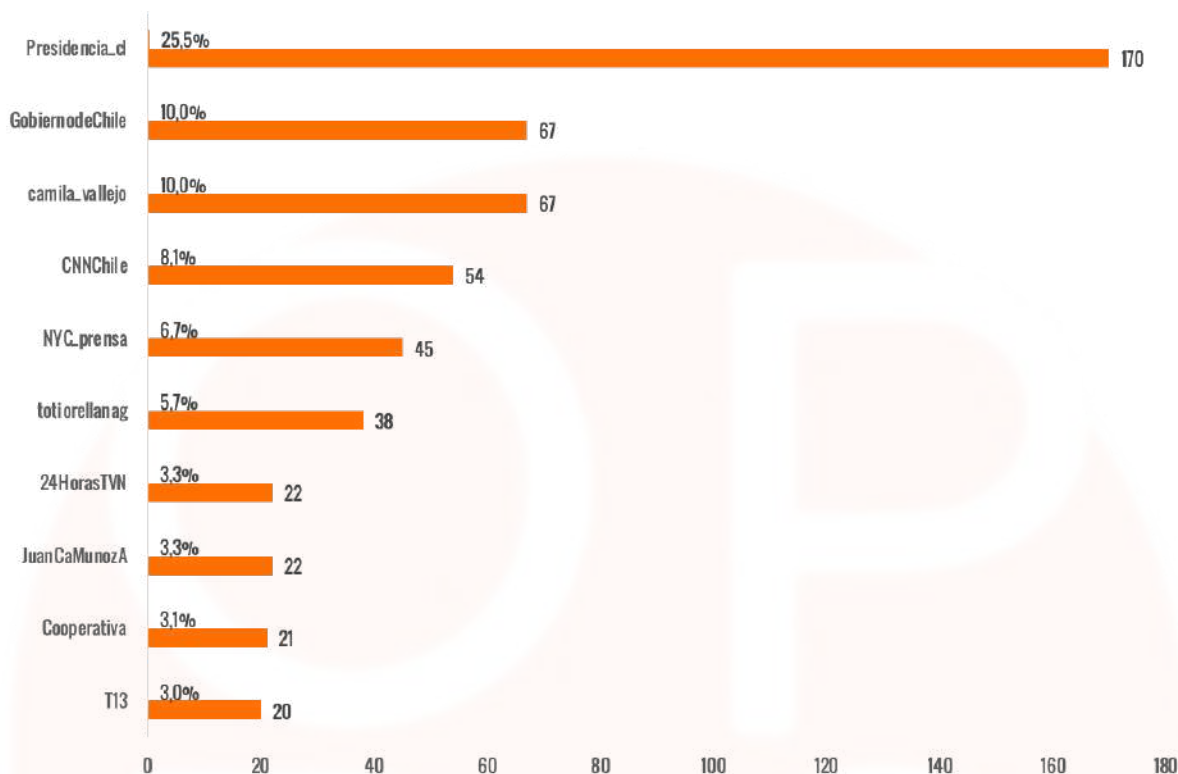
Fuente: Elaboración propia en base a datos de Twitter.

59%, 41% y 0%, es la actividad a grandes rasgos que presenta la cuenta. Como ya se mencionó con anterioridad, la producción que corresponde a un 59%, es cuánto tweet es emitido por él, representa más de la mitad de su comunicación, entonces esto destaca que el mandatario está constantemente emitiendo información. Sin embargo, cuenta con un sorprendente 0% de interacción con sus seguidores, es llamativo ya que estaríamos en vistas de una cuenta que habla, pero no interactúa con nadie.

La cantidad de reproducción consiste en los retweets que él realiza, este corresponde al 41% del total, esto va junto con el gráfico 2, el cual se presenta a continuación. En donde una cuenta ya mencionada en este informe volverá a tomar protagonismo.



Gráfico 2.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Twitter

Conocer cuáles son las cuentas a las que Gabriel Boric le hace con mayor frecuencia retweet, es sumamente relevante para saber a qué temas o cuentas les pone más atención. Es por esta razón, que en el gráfico 2 encontramos las principales 10 cuentas a las que Boric realiza retweet con mayor frecuencia dentro de la fecha de estudio, ya mencionada con anterioridad.

El presidente durante este periodo de estudio retuiteó 20 cuentas, entre las cuales se encuentran cuentas oficiales del gobierno, personales de su gabinete ministerial y además medios de prensa.



Para el gráfico 2, se seleccionaron las 10 cuentas que más frecuentemente retuiteó el mandatario. Las dos primeras tienen que ver con cuentas que son presidenciales, es decir, su producción de información va de la mano principalmente con cuentas de su sector.

@Presidencia_cl (25,5%) y @GobiernodeChile (10,0%) son las más reproducidas, principal atención se hace en la primera, ya que fue creada exclusivamente para este periodo de gobierno, por lo que es información absoluta de su gobierno. Además, se sabe que su gabinete ministerial es gente de plena confianza para él y es así como dentro de sus retweets encontramos parte de él.

La actual ministra de la Secretaría General de Gobierno, @camila_vallejo toma protagonismo en este apartado ministerial con el 10% del total, esto nos indica que Vallejos es la principal fuente de reproducción de contenido digital (Twitter) del presidente. Siguiendo en la misma línea, nos encontramos con la ministra de la mujer y equidad de género @totiorellanag (5,7%) y con el ministro de Transportes y Telecomunicaciones @JuanCaMunozA(3,3%).

El 5,7% era de esperar, ya que desde un inicio se proclamó como un gobierno o gabinete feminista con miradas puestas en la equidad de género.

En otro ámbito, tenemos los medios de prensa que el presidente tiene de cabecera para realizar una reproducción de la información, los cuales son cinco. Es por esto, que el presidente tiende constantemente a reproducir información de los medios de prensa nacionales. Sus principales medios son @CNNChile (8,1%), @NYC_Prensa(6,7%), @24HorasTVN(3,3%), @cooperativa(3,1%), y por último @T13(3,0%).

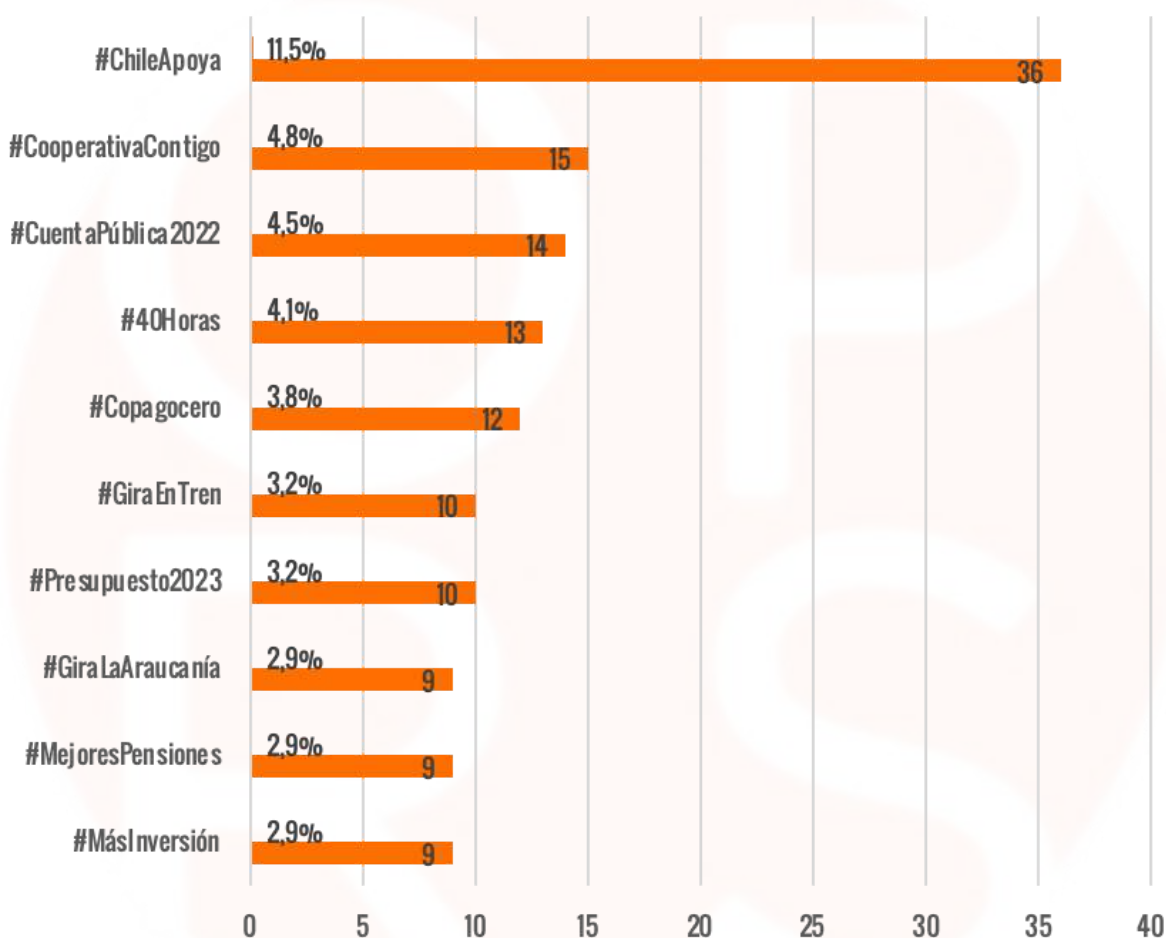
Lo anterior se verá a continuación en la nube de hashtags, ya que el presidente es parte del contenido habitual de los medios digitales.



El presidente hace uso constante de “hashtags”, que son representados con el símbolo “#”, para la viralización de sus publicaciones o también para identificar temas de los que está escribiendo en su red social. Durante el periodo de estudio, Boric, utilizó un total de 314 hashtags y 50 palabras distintas en estos “#”.

A continuación, en el gráfico 3 se presentan los principales 10 hashtags usados por el mandatario.

Gráfico 3



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Twitter

Destaca en este apartado la constante comunicación acerca del plan de recuperación inclusiva #ChileApoya, el cual su fin es hacer frente al alza del costo de la vida. Este hashtag fue utilizado en un total de 36 publicaciones, lo que significa que el presidente le puso énfasis durante el 2022 a la difusión de sus planes de gobierno.

Otro proyecto que toma protagonismo es #40Horas, el cual ha sido comentado constantemente desde que se comenzó a hablar de él. Por el mandatario, solamente, fue usado 13 veces.



Entre estos 10 destacan distintos planes de gobierno como #CopagoCero (3;8%), #GiraEnTren (3,2%), entre otros. Además ya durante el 2022 emite acerca del #Presupuesto2023, cuya ley fue promulgada en diciembre de 2022.

Nube de emisión 1



Continuando con los hashtags usados por el mandatario durante el 2022 tenemos una nube de emisión la cual cuenta con los hashtags utilizados, además el tamaño de cada uno representa la cantidad de veces que fue utilizada. Los hashtags usados para los proyectos ya fueron mencionados anteriormente, por lo que nos centraremos en sus estrategias comunicacionales en el tema de reproducción de contenido, en donde una vez más se hacen presentes medios de comunicación nacional.

Boric en su comunicación, ya sea como fue presentado anteriormente, producción, reproducción e interacción, hace un uso constante de hashtags para comunicar. Lo que se presume como una estrategia para que se genere una tendencia en sus tweets, con el fin de que estos hashtags repercutan en la red.



Continuando con las nubes con los análisis semánticos, tenemos una nube de emisión presidencial.

Nube de emisión 1



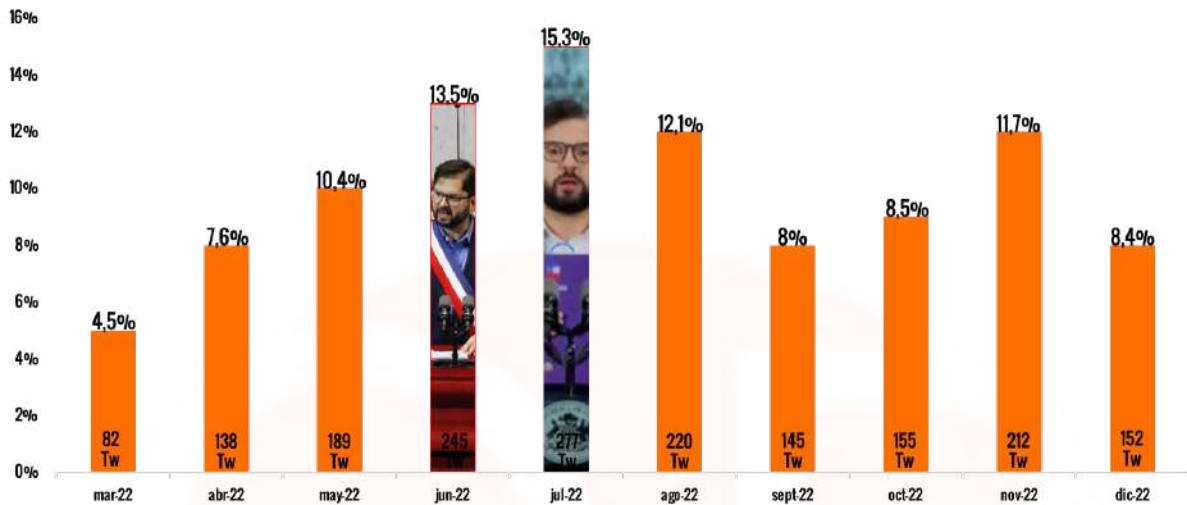
Fuente: Elaboración propia en base a datos de Twitter

Bajo la misma línea, los conceptos del mandatario fueron muchos, en este caso se destacarán los que más usó durante el 2022. Su emisión se vio marcada por distintos conceptos sectoriales. Son tres los que destacan, salud, seguridad y trabajo, estos fueron los conceptos de Gabriel Boric durante el 2022.

Tras los tópicos es importante conocer, también, cuál fue la frecuencia de tweets del presidente. Por ello, se presenta un histograma de frecuencia.



Gráfico 4.

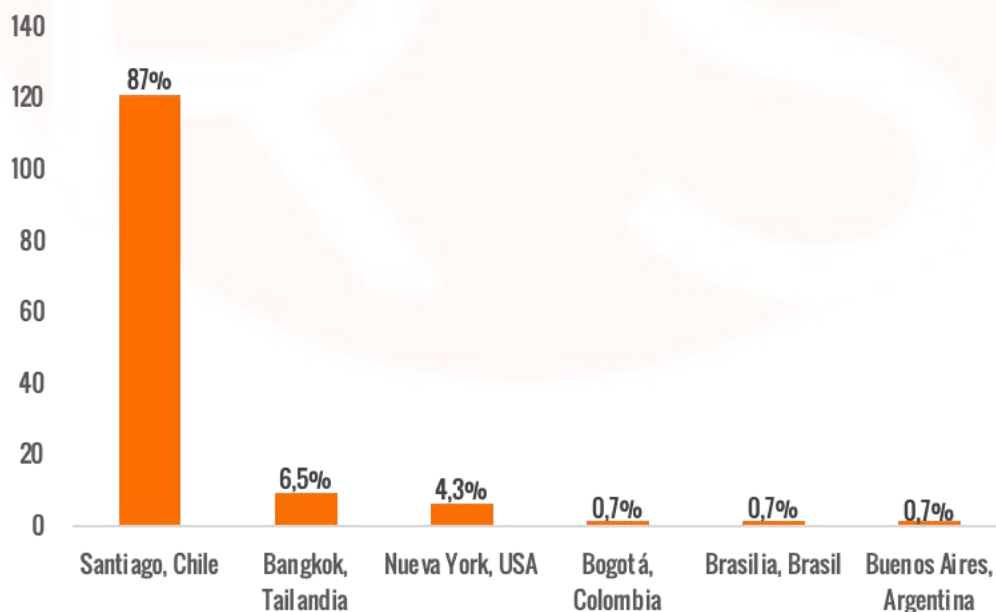


Fuente: Elaboración propia en base a datos de Twitter

El histograma de frecuencia nos permite conocer la cantidad de emisión presidencial durante el año 2022, desde que asumió como mandatario. Se sabe que el total de tweets corresponde a 1.815. Sin embargo, durante el año se hace evidente que ocurrieron unos peaks comunicacionales, más específicamente, durante los meses de junio y julio, esto fue debido a la cuenta pública y la presentación de la propuesta constitucional respectivamente.

Las giras presidenciales no se vieron exentas de emisión presidencial, es por este motivo que el presidente cuando estuvo fuera del país también hizo uso de sus redes para comunicarse.

Gráfico 5



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Twitter



Es notorio el predominio de comunicación que realiza desde su propio país, sin embargo, llama la atención que también emite información desde otros países. Por ejemplo, en los que ha estado de gira presidencial, como en Tailandia (6,5%) que es donde fue la cumbre APEC. También, emitió desde EE.UU. desde la 77 sesión de la Asamblea General de Naciones Unidas.

Referente a lo anterior, se evidencia que el presidente comunica y tiene la intención de mantener informada a la ciudadanía de lo que está realizando, independiente de donde se encuentre, de esta manera, usa hashtags alusivos a sus actividades. Además de mantener una comunicación constante con parte de su gabinete de ministros, produciendo y emitiendo información. Sin embargo, al comienzo se dejó ver que a pesar de producir y reproducir, el presidente no presenta interacción alguna con sus seguidores.





**Observatorio de Política
y Redes Sociales.**

Equipo Observatorio Política y Redes Sociales.

Director Ejecutivo

Nicolás Freire

Ayudante de Investigación

Diego Calfiñir

Coordinación de Ayudantes

Bárbara Muñoz

Ayudante de Periodismo

María Paz Barrales

