

CUANDO LA NEGATIVIDAD ES EL COMBUSTIBLE. BOTS Y POLARIZACIÓN POLÍTICA EN EL DEBATE SOBRE EL COVID-19

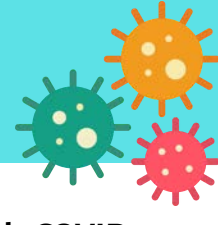
Dr. José-Manuel Robles ; Dr. Juan-Antonio Guevara
Dra. Belén Casas-Mas; Dr. Daniel Gómez

<https://doi.org/10.3916/C71-2022-05>

INTRODUCCIÓN



«Bots»
Como agentes clave en los procesos de polarización social y política



Pandemia de COVID-19
Debate público en redes sociales sobre la gestión que el gobierno de España en los primeros meses de la crisis

METODOLOGÍA

Técnicas de «Social Big Data Analysis»:

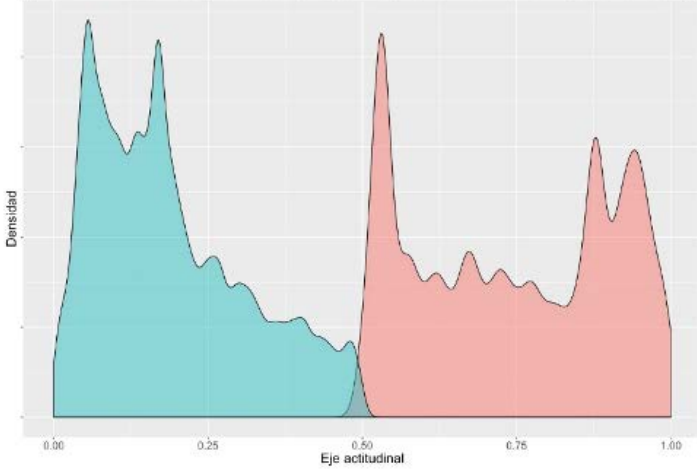


Algoritmos de «machine learning» para conocer el posicionamiento de los usuarios; algoritmos de detección de «bots»;

Técnicas de «topic modeling» para conocer los temas del debate en la red, y análisis de sentimiento

RESULTADOS

Figura 1. Distribución de usuarios a favor o en contra del gobi



Los «bots» políticos identificados en el análisis tienen una mayor tendencia a polarizar la opinión pública que las cuentas que no son «bots»

Los «bots» tienden a centrar el debate, más que en temas económicos o sanitarios, en el terreno de la política

El uso de «bots» no parece estar orientado a informar a la sociedad sobre los riesgos de la pandemia o promover dinámicas de prevención sino mayoritariamente centrado en movilizar, negativizando, la opinión pública en contra del gobierno

CONCLUSIONES



Los «bots» podrían haber servido para diseñar una campaña de propaganda política iniciada por actores tradicionales con el objetivo de aumentar la crispación en un ambiente de emergencia social



Dichos agentes no son los únicos actores que aumentan la polarización, pero coadyuvan a extremar el debate sobre determinados temas clave, incrementando la negatividad

Comunicar

www.revistacomunicar.com