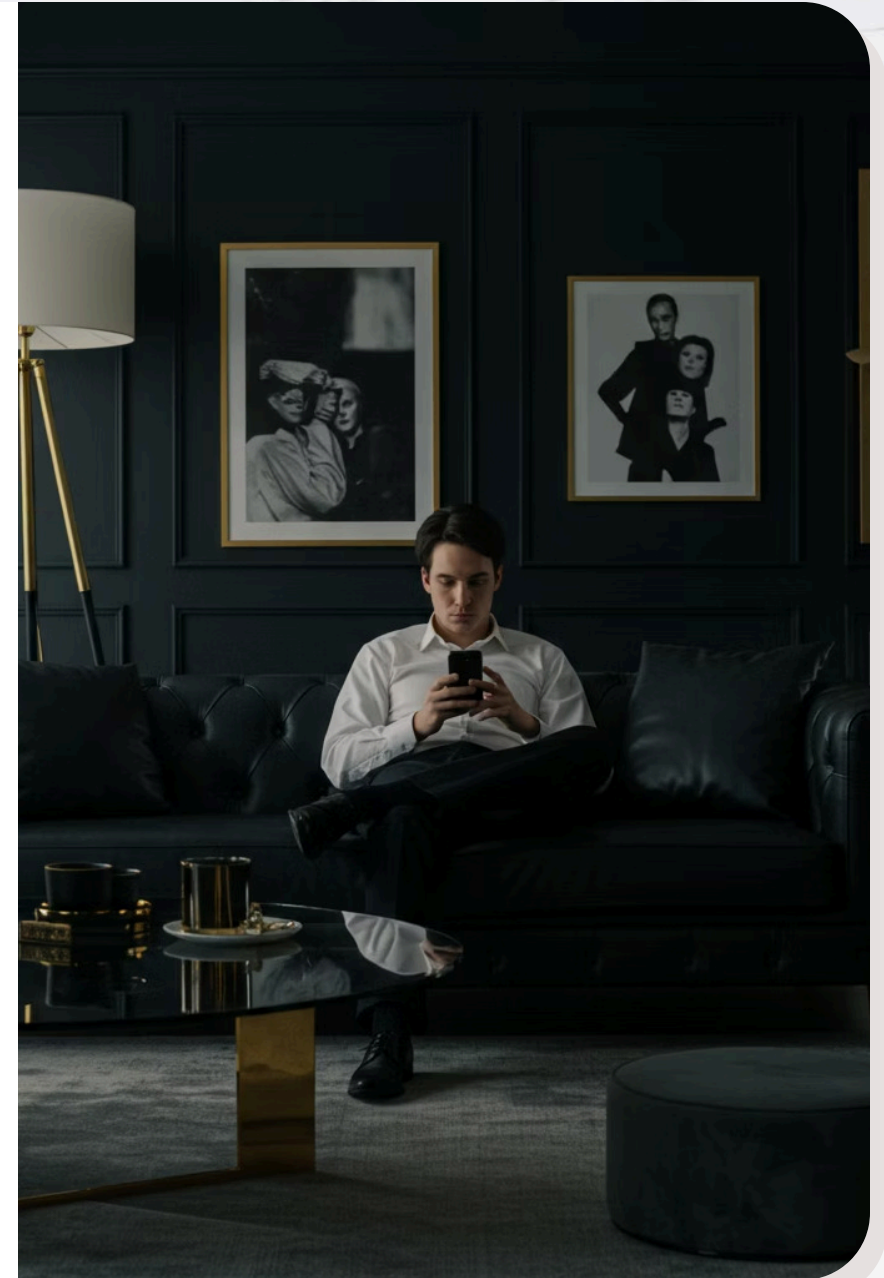
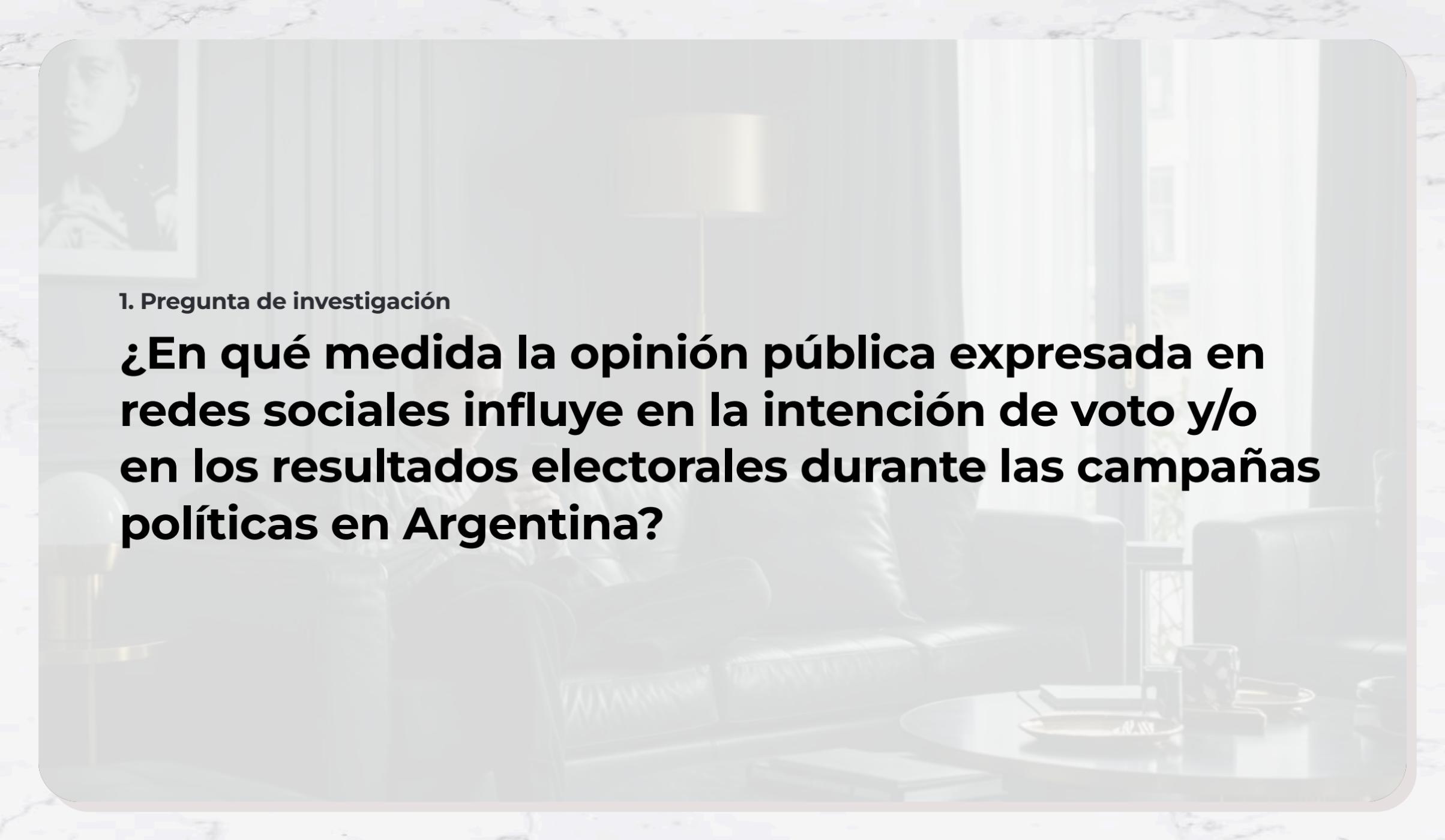


Ejercicio N° 1 – Metodología Cuantitativa

Tema: Política y Big Data

Ma Agustina Boveri





1. Pregunta de investigación

¿En qué medida la opinión pública expresada en redes sociales influye en la intención de voto y/o en los resultados electorales durante las campañas políticas en Argentina?

2. Enfoque cuantitativo y justificación

El enfoque cuantitativo permite **transformar fenómenos políticos complejos en variables observables y medibles**, posibilitando analizar empíricamente relaciones entre el comportamiento digital y el electoral.

La política contemporánea produce grandes volúmenes de datos digitales (publicaciones, menciones, búsquedas, interacciones) que pueden procesarse mediante técnicas de Big Data. Estas mediciones permiten cuantificar la opinión pública y contrastarla con encuestas e información electoral.

Aplicar herramientas estadísticas al estudio de la relación entre actividad digital e intención de voto posibilita evaluar hipótesis causales y medir el impacto real de la comunicación política en entornos digitales.

3. Conceptualización y operacionalización de variables

Variable dependiente (VD): Intención de voto / Resultado electoral

La variable dependiente puede tomar dos formas según la fase del análisis:

a) Intención de voto (fase preelectoral)

- **Definición conceptual:** nivel de apoyo ciudadano a un candidato o partido político antes de la elección.
- **Operacionalización:** porcentaje de intención de voto registrado por encuestas periódicas o sondeos online.
- **Nivel de medición:** razón.
- **Fuente de datos:** encuestas de opinión pública de consultoras o medios.
- **Validez:** mide directamente la preferencia electoral previa.
- **Fiabilidad:** replicable con series temporales de encuestas.

b) Resultado electoral (fase postelectoral)

- **Definición conceptual:** proporción de votos válidos obtenidos por cada candidato o partido en una elección.
- **Operacionalización:** porcentaje de votos oficiales según los resultados publicados por la autoridad electoral.
- **Nivel de medición:** razón.
- **Fuente de datos:** Dirección Nacional Electoral (Argentina).
- **Validez:** refleja el comportamiento electoral efectivo.
- **Fiabilidad:** datos oficiales, verificables y comparables en el tiempo.

De esta forma, la variable dependiente puede ser analizada de manera dinámica (intención) y confirmatoria (resultado), otorgando solidez al diseño.

Variable independiente (VI): Opinión pública digital / Sentimiento político en redes sociales

- **Definición conceptual:** conjunto de expresiones y actitudes de apoyo, rechazo o neutralidad hacia un candidato o partido en plataformas digitales.
- **Operacionalización:** porcentaje de menciones positivas, negativas y neutras hacia cada candidato, medidas a través de análisis de sentimiento aplicado a publicaciones en redes sociales (Twitter/X, Instagram, Facebook, Google Trends).
- **Nivel de medición:** intervalo.
- **Fuente de datos:** APIs de redes sociales, Google Trends.
- **Validez:** refleja el clima de opinión pública digital en tiempo real, aunque puede presentar sesgos de representación o presencia desigual de usuarios.
- **Fiabilidad:** puede comprobarse replicando la medición en distintos períodos o con herramientas de análisis alternativas.

Variables de control

Variable	Definición conceptual	Operacionalización	Nivel de medición	Fuente
Cobertura mediática tradicional	Cantidad y tono de menciones a los candidatos en medios de comunicación no digitales.	Conteo y codificación de artículos o notas según tono (positivo, negativo, neutro).	Intervalo	GDELT, NewsData.io, bases de medios.
Contexto económico	Percepción o situación económica durante la campaña.	Índice de confianza del consumidor, inflación, desempleo o crecimiento del PBI.	Intervalo	INDEC, UTDT.

Estas variables permiten controlar factores contextuales que también pueden incidir en el comportamiento electoral.

4. Relaciones entre variables y formulación de hipótesis

1

Hipótesis principal

A mayor proporción de menciones positivas hacia un candidato en redes sociales, mayor será su nivel de intención de voto y/o su desempeño electoral.

2

Hipótesis alternativa

El volumen total de menciones —sin considerar el tono— también predice variaciones en la intención de voto o en los resultados electorales.

3

Relación causal esperada

El debate político digital influye en la construcción de la agenda pública, en la visibilidad de los candidatos y en la percepción de apoyo social. Se espera que las variaciones en el sentimiento y volumen de conversación digital (variable independiente) se asocien a cambios en la intención de voto (fase preelectoral) o en el resultado final (fase postelectoral).

5. Datos, fuentes e indicadores

Fuente	Tipo de dato	Indicadores posibles	Ventajas
Twitter / X	Publicaciones y menciones a candidatos durante la campaña	% de menciones positivas, negativas y neutras	Gran volumen, frecuencia diaria, actualización en tiempo real.
Instagram / Facebook	Interacciones con publicaciones políticas	Tasa de interacción o engagement positivo/negativo	Permite medir participación y reacción del electorado digital.
Google Trends	Búsquedas relacionadas con candidatos o temas políticos	Índice de interés relativo por candidato o tema	Capta atención pública inmediata y espontánea.
Encuestas de opinión	Intención de voto	% de apoyo por candidato en series temporales	Refleja variaciones en las preferencias antes de la elección.
Resultados oficiales	Votos obtenidos	Porcentaje de votos válidos por candidato	Permite validar empíricamente los modelos predictivos.

6. Enfoque de análisis y herramientas

01

Análisis descriptivo

Distribución del sentimiento digital, evolución temporal y volumen de menciones.

03

Modelos de series temporales

Para analizar el efecto temporal entre picos de conversación digital y variaciones en encuestas.

Estos métodos cuantitativos permiten **inferir relaciones causales y evaluar la magnitud del efecto** de la opinión pública digital sobre el comportamiento electoral.

02

Correlaciones y regresiones lineales

Para estimar la relación entre sentimiento digital e intención de voto.

04

Modelos predictivos (nowcasting)

Estimar el desempeño electoral a partir de los indicadores digitales.

7. Consideraciones sobre validez y fiabilidad

Criterio	Evaluación
Validez conceptual	Las menciones en redes representan una manifestación observable de la opinión pública, pero no sustituyen completamente al voto; requiere definir criterios claros para filtrar usuarios o cuentas automatizadas.
Validez empírica	Los indicadores deben basarse en datos verificables y técnicas reproducibles de análisis de texto y sentimiento.
Fiabilidad	Puede comprobarse replicando el análisis en distintos períodos, elecciones o plataformas.
Comparabilidad	El modelo puede aplicarse a diferentes elecciones o países, lo que amplía su validez externa.

8. Conclusión

El enfoque cuantitativo aplicado al estudio de la política mediante Big Data ofrece una vía innovadora para comprender la **interacción entre opinión pública digital y comportamiento electoral**.

La posibilidad de convertir expresiones ciudadanas en redes sociales en datos medibles permite contrastar hipótesis de forma empírica, explorar tendencias en tiempo real y complementar las mediciones tradicionales.

Este ejercicio constituye un primer diseño de investigación orientado a analizar cómo la dinámica digital incide en la competencia política contemporánea en Argentina, integrando datos masivos, mediciones empíricas y herramientas estadísticas dentro de un marco metodológico riguroso.