

Sobre el comportamiento de un sistema de medios a gran escala

Una investigación computacional
del Model de Propaganda de Chomsky

Leo Ferres (& Erick Elejalde)

Facultad de Ingeniería
Universidad del Desarrollo &
Telefónica S. A.

lferres@udd.cl (Tw, IG: @leoferres)

Summary

1. A quién pertenecen los medios? [1]

Bahamonde J, Bollen J, Elejalde E, Ferres L, Poblete B (2018)
Power structure in Chilean news media. PLoS ONE 13(6): e0197150.

2. Qué tan saludable es el ecosistema de medios? [3]

Elejalde E, Ferres L, Herder E, Bollen J. (2018). Quantifying the ecological diversity and health of online news. Journal of Computational Science 27 (2018) 218–226

3. Qué hacen los propietarios de los medios con su audiencia? [4, maybe]

Elejalde E, Ferres L, Schifanella R. Understanding News Outlets' Audience-Targeting Patterns. (submitted to EPJ DA)

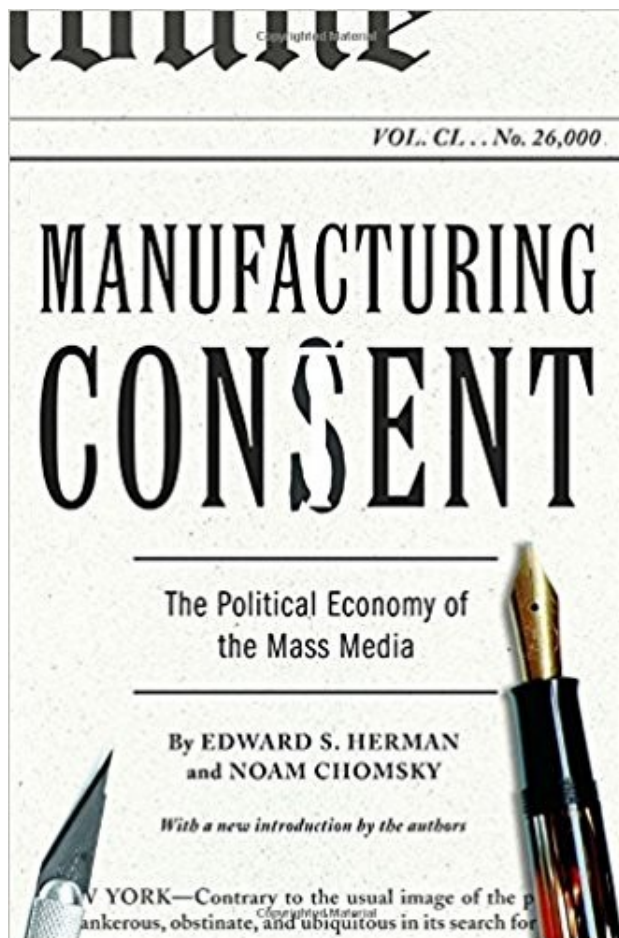
4. Si fueran personas, qué perfil socio-económico tendrían los medios? [2]

[Elejalde E, Ferres L, Herder E (2018) On the nature of real and perceived bias in the mainstream media. PLoS ONE 13(3): e0193765]

5. Epílogo

La Teoría

- Ownership
- Publicidad
- Fuentes
- Flak
- Miedo



≡ MENÚ

🔍 BUSCAR

LA NACION

SUSCRIBITE

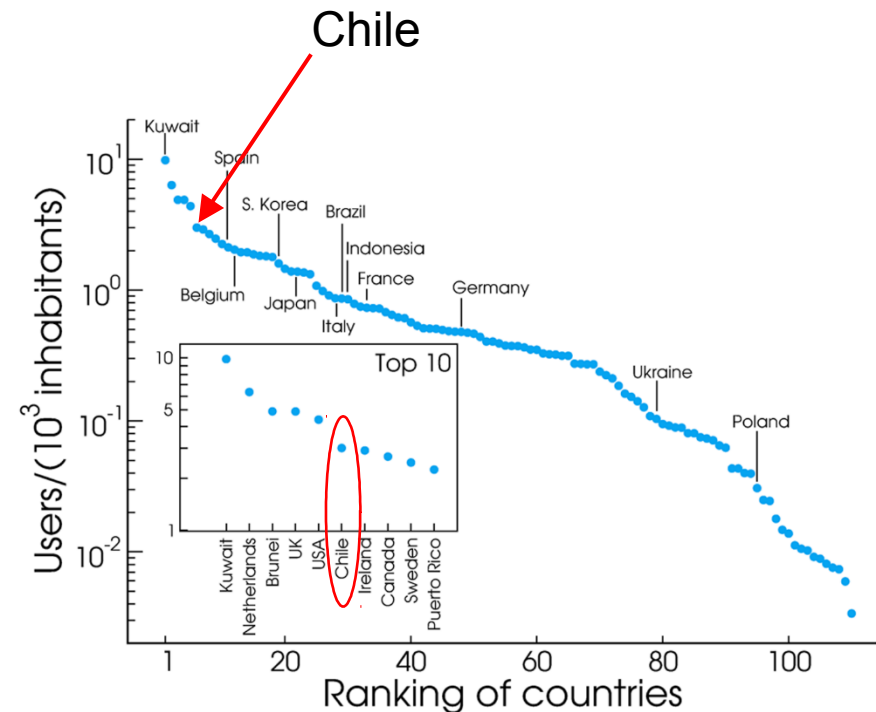
INGRESAR

Este medio tiene editor responsable. No a las noticias falsas en redes sociales y plataformas digitales

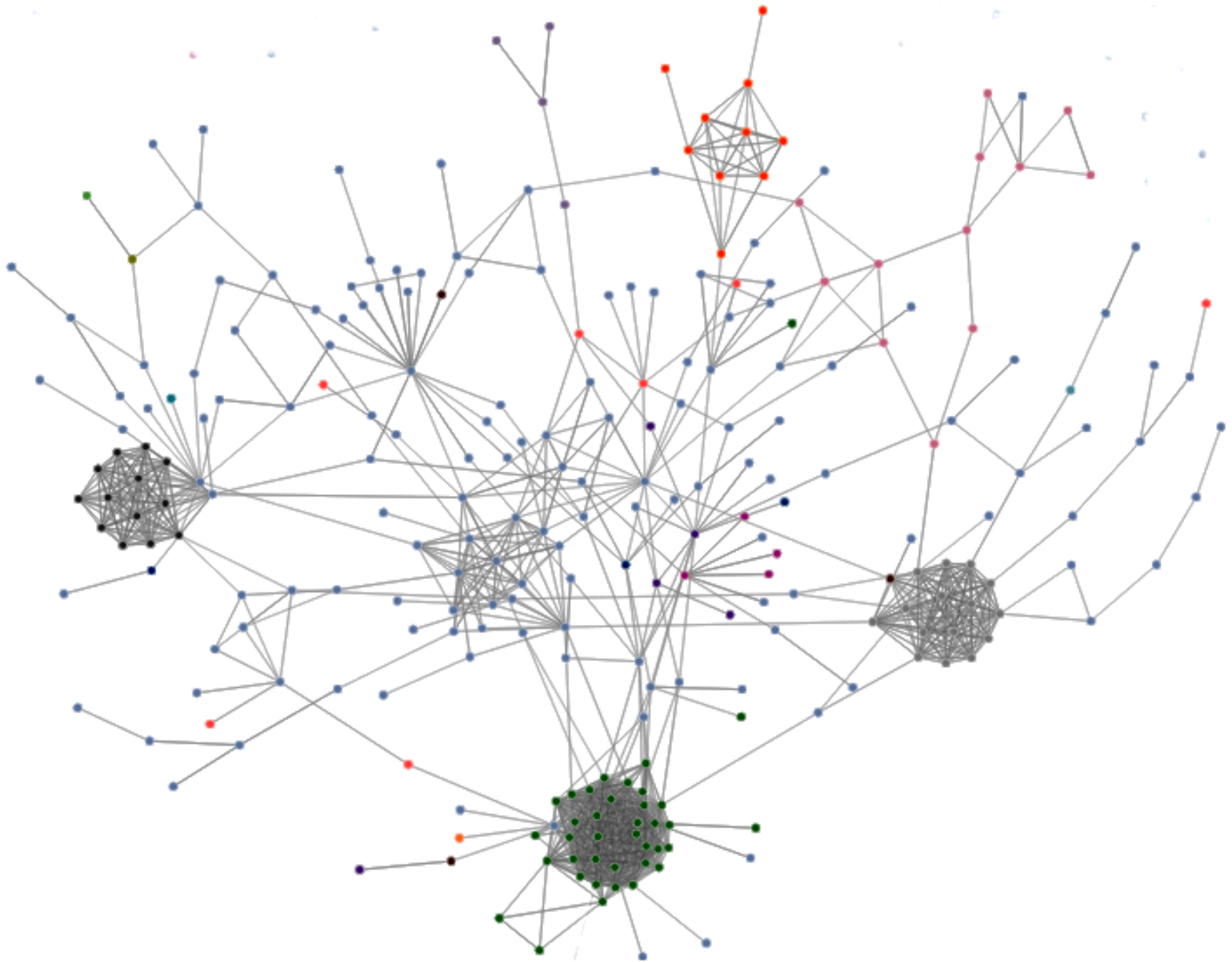
3 DE MAYO • DÍA MUNDIAL DE LA LIBERTAD DE PRENSA • ADEPA

Los datos

- Twitter
 - 403 cuentas de medios activas en Chile
 - > 2 años de datos (7+ millones de tweets)
 - 39,020,390 seguidores; 7,668,835 usuarios únicos
 - 42 medios tienen más de > 100,000 followers



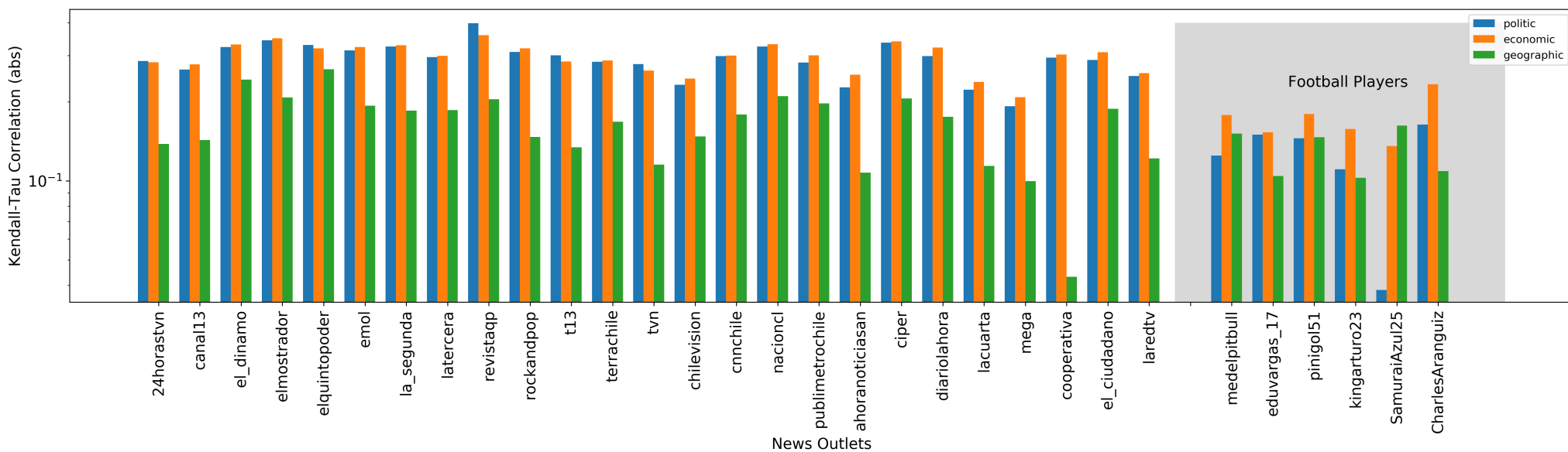
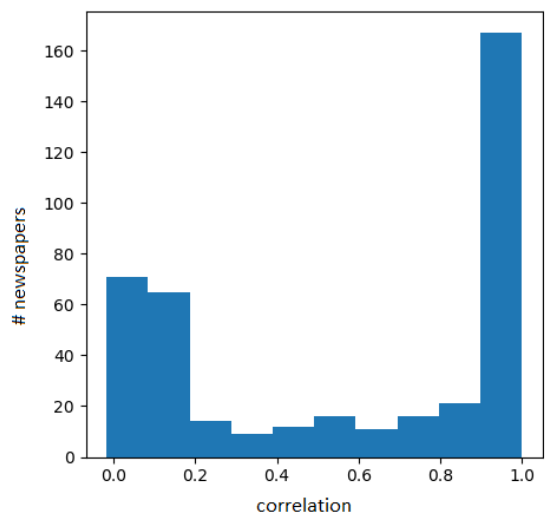
D. Mocanu, A. Baronchelli, N. Perra, B. Goncalves, Q. Zhang, and A. Vespignani. The twitter of babel: Mapping world languages through microblogging platforms. PLoS ONE, 8(4):e61981, 04 2013.



Similarity graph, using topic (MinHash-based) similarity. Only representing edges with weight over $(\text{mean}+2\text{std})$. We assigned different colors to the biggest owners.

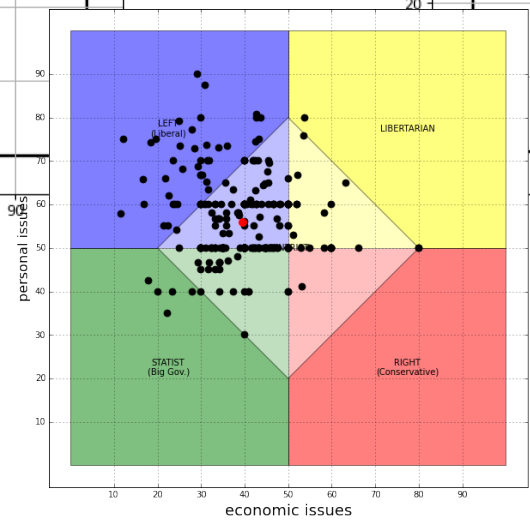
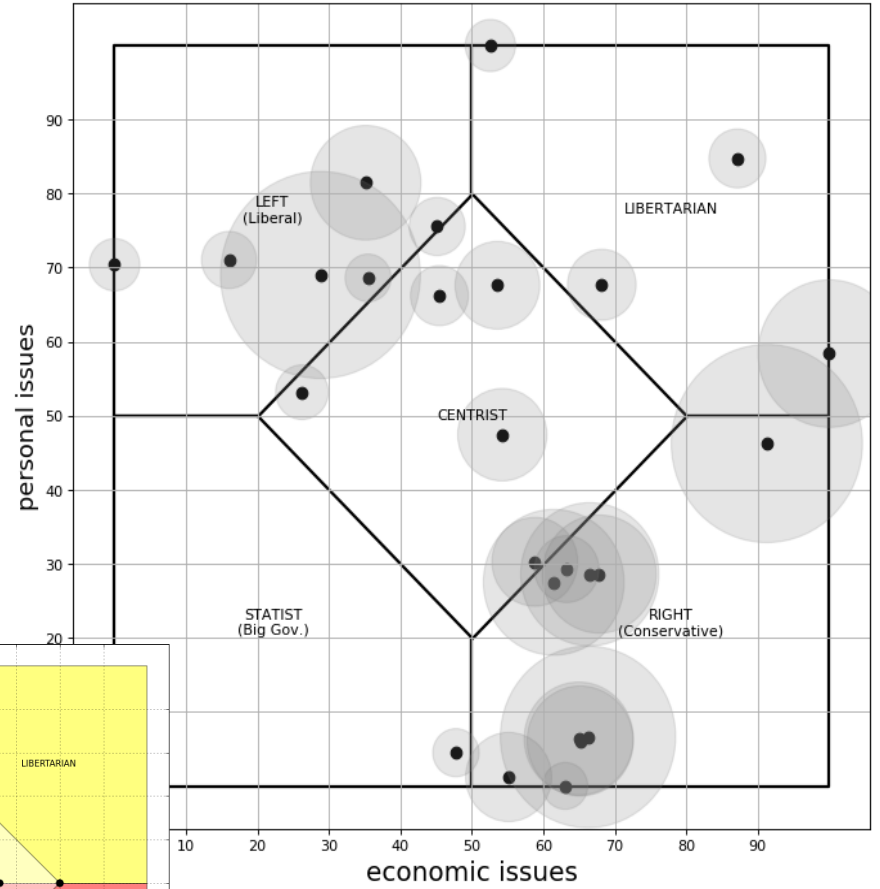
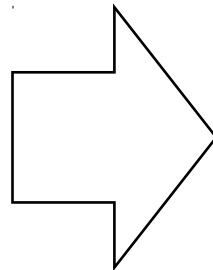
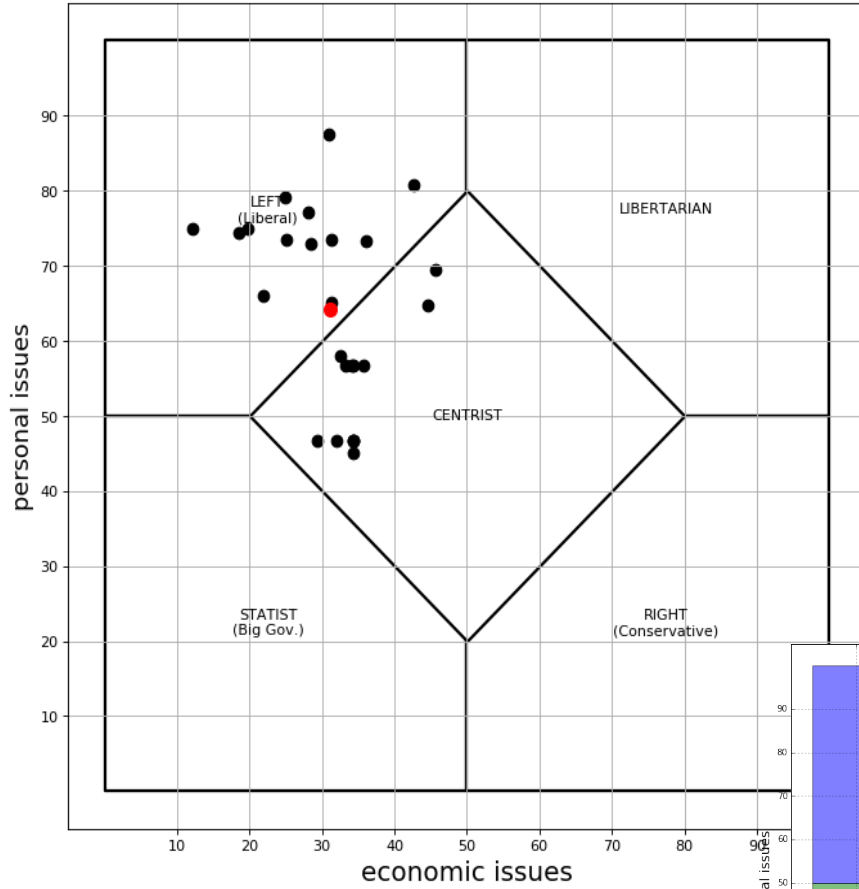
Index	Type = Outlets	Type = Owner	Ref. values
ShDI	1.3455	0.1408	High status: $4 < x$ Good status: $3 < x < 4$ Moderate status: $2 < x < 3$ Poor status: $1 < x < 2$ Bad status: $0 < x < 1$
ShDI _{MAX}	1.3484	0.1526	
ShDI _{OPT}	5.4337	4.4426	
PEI	0.9971	0.1887	
PEI'	0.2400	0.0310	$0 < x < 1$
SiDI	0.9884	0.1778	$0 < x < 1$
ATxDI	4.0800	0.7100	$2 < x$
ATxDI'	--	3.4800	$2 < x$
ATxDI _{RAND}	7.6000	13.0400	$2 < x$

La diferencia en los resultados entre medios y owners ***revela la ilusión de diversidad creada por los múltiples medios.***



El sesgo geográfico no es suficiente para explicar la cobertura de los medios, entonces qué?

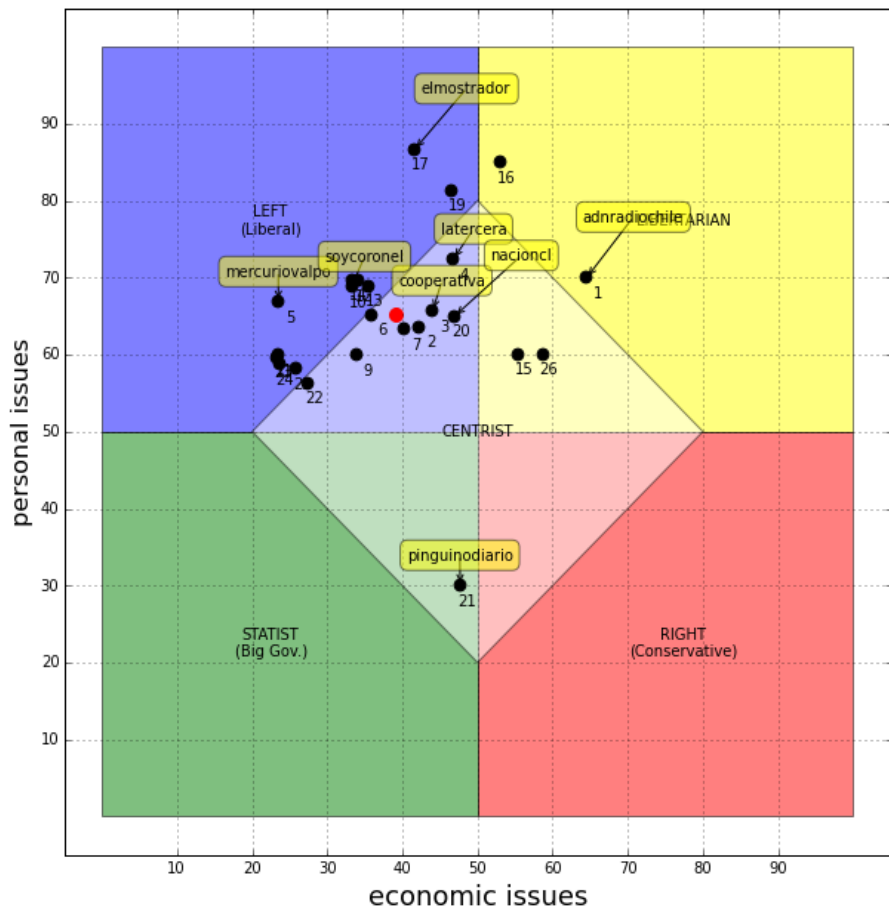
Sesgo



M = 20 reps, leaving out random 5% of tweets

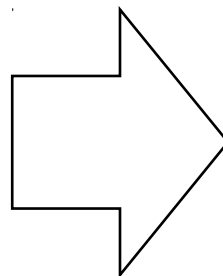
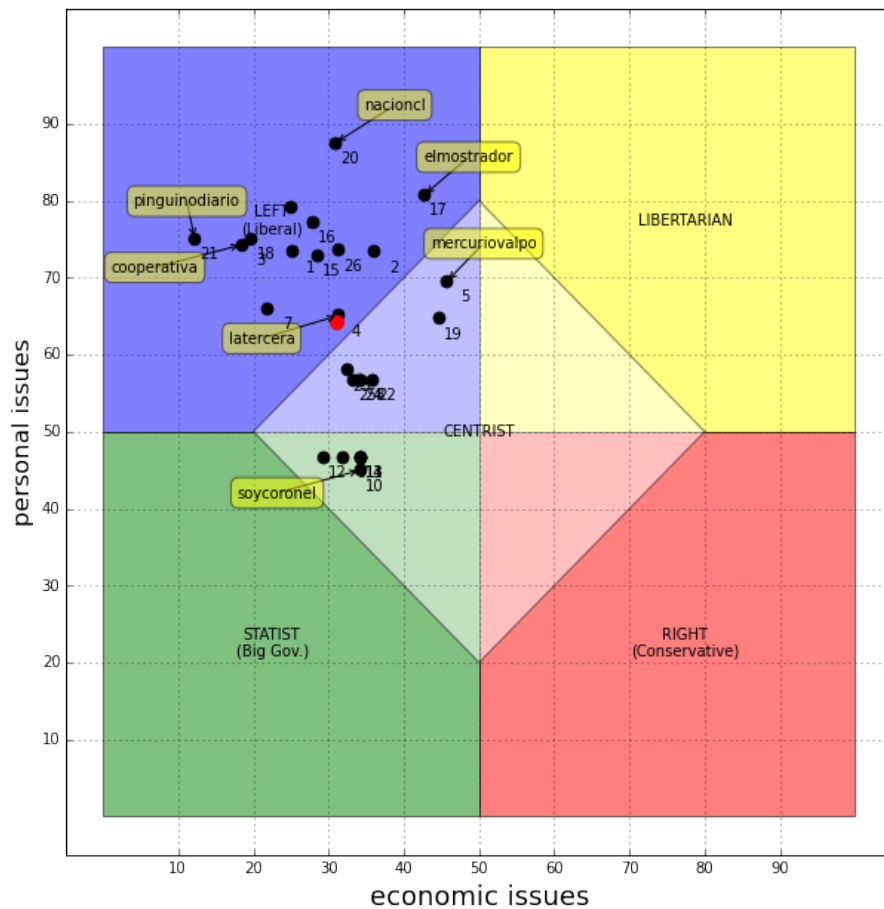
La influencia de los gobiernos

2012 – Right-wing/Conservative government



VS.

2016 – Left-wing/Liberal government



Conclusiones

- Usamos las redes sociales (Twitter en realidad) para estudiar cómo se comporta un sistema de noticias a gran escala
- Los resultados muestran que los medios tienen un sesgo medible (por ej. los medios muestran un sesgo mayor o menor a las clases políticas que gobiernan)
- Encontramos similitudes importantes entre los medios con el mismo dueño, que muestran una política editorial general, más que guías editoriales individuales.
- Los propietarios de los medios fuerzan su propia “agenda” con la presentación de temas que son interesante casi exclusivamente para ellos.
- Encontramos que los medios no están interesados en cubrir todo el territorio, sino aquellas regiones con cierto status socio-economico.
- (Todo esto apunta a la existencia de los dos primeros filtros del Modelo de Propaganda)

Gracias!

<https://leoferres.info>

<https://twitter.com/leoferres>

<https://instagram.com/leoferres>

DAB'18 en CIKM, <http://dab.udd.cl>