

## **TWEETMOOD: CARACTERIZACIÓN DEL TWITTERO ARGENTINO**

*Blas Rodríguez Irizar*

*María Bargo*

### **SURGIMIENTO Y ORIGEN DE LA INVESTIGACIÓN**

La idea surgió a fines del 2012, principalmente con el objetivo de vincular conocimientos de distintas áreas y por trabajar con nuevas formas comunicacionales: redes sociales. Utilizando la mirada de la antropología/sociología como herramienta para analizar información y pensar preguntas, y algo de sistemas para poder volcar las ideas en un lenguaje que fuera legible y permitiese filtrar la información, decidimos observar el fenómeno Twitter.

Creíamos y continuemos pensando, que lo interesante de éste tipo de medios de comunicación es que los usuarios se transforman en opinólogos de los más diversos temas y lo hacen en tiempo real, sin filtro, casi sin pensar, y con una inmediatez imposible de superar por cualquier otro mecanismo distribuidor de información. Las redes incluso (si bien son utilizadas por una población determinada, con características particulares), tiene un rol fundamental hoy, pues mueven la agenda pública, logran movilizar grandes masas, hacen caer ciertas figuras, entre otras cosas.

Twitter y otras las demás redes sociales, nos están brindando información de manera gratuita y constante. El usuario se pronuncia ante ciertos temas, reacciona de manera determinada frente a ciertos estímulos o acontecimientos, y nos expresa su opinión sin que se la pidamos. Nos parece importante comenzar a valorar ese caudal de información que circula a diario por el ciberespacio, y aprovechar para preguntar y crear datos.

Solamente a partir de los tweets que se leen, se podría caracterizar al "twittero argentino". Como una primera aproximación, buscamos en éste trabajo, elaborar un perfil tipo del usuario (edad, género, etc.) y determinar algunos usos de la herramienta Twitter, su incidencia, la resonancia que en el medio tienen ciertos hechos, los temas sobre los cuales se twittea más, entre otras cuestiones.

Contamos con una muestra de cerca de dos millones (1789530) de tweets tomados a partir del 9 de junio del 2013. Realizamos un filtro para conseguir aquellos que se escribiesen desde Argentina, si bien sabemos que muchos usuarios del país no informan su lugar de residencia o colocan uno diferente al verdadero.

Para el trabajo en cuestión, apuntamos a un primer diagnóstico en el cual buscamos determinar: 1) franjas horarias de mayor actividad; 2) ante qué fenómenos se twitea más, cuándo se alcanza el pico (si llega a TT, por ejemplo) y cuánto dura en ese estado, cuánto tarda en pasar. Se analizan casos puntuales como: a) el descenso de independiente 15/06/2013; b) el asesinato de Ángeles Rawson 10/06/2013; c) tragedia de Castelar 13/06/2012 o temas/ personalidades como: d) Papa- Jornada Mundial de la Juventud; e) Cristina Fernández de Kirchner, 678; f) Massa, Lanatta, Clarín, Periodismo para Todos; g) CEDIN; h) Messi; i) inseguridad; j) dólar; k) inflación; 3) la distribución de cantidad de tweets según el día de semana; 4) la distribución geográfica de los twitters, y dónde se twitea más; 5) un ranking de categorías y temas de interés dominantes de twitter (inseguridad, política, amor, fútbol, economía, ídolos teen); 6) categorización por género según temas twittados; 7) determinación aproximada de edad según temas; 8) y una primera aproximación a la medición del estado anímico a partir de categorías y palabras básicas que lo denoten.

Con respecto al último punto, somos consientes de las dificultades que se nos presentan, ya que por ser ésta una prueba y un primer trabajo con los datos, se dificulta la captación de ironías o sarcasmo. A su vez, el resto de los ítems son solamente hipótesis aproximadas que surgen a partir del análisis obtenido en base a una primera observación de los resultados que dieron los filtros.

## **DESARROLLO**

### **Temas de interés del twittero**

El punto en cuestión presenta un análisis de los temas de mayor interés para los usuarios de Twitter. Algunos de los tomados se transforman en Trending Topic, y otros son tratados cotidianamente sin alcanzar necesariamente un pico repentino. La idea en este caso, es analizar ante qué fenómenos reacciona el twittero, qué observa, ante qué se pronuncia, y a su vez ver cuánto dura un tema semejante en el podio, y cuanta demora en desaparecer.

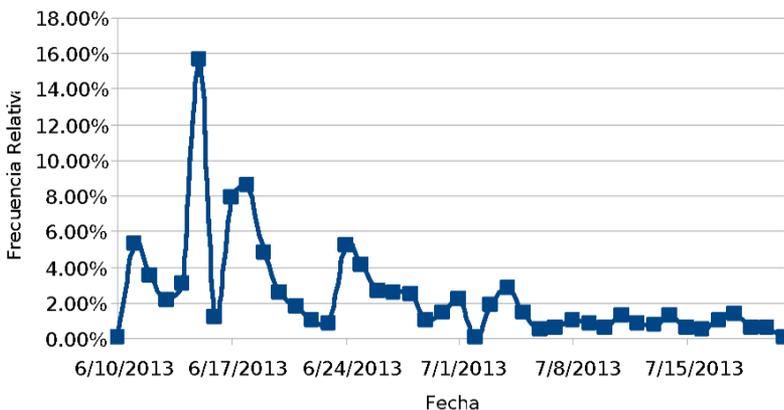
Observamos algunos fenómenos que estuvieron muy presentes en los medios y redes sociales en el último tiempo, y algunas figuras o temas preponderantes en la opinión pública. Intentamos no focalizar en una temática puntual, sino apuntar a ejes e intereses variados.

En cuanto a fechas, tomamos el caso del asesinato de Ángeles Rawson (10/06/2013), la tragedia ocurrida en Castelar al colisionar dos trenes (13/06/2013), y el descenso de Independiente a la "B" (15/06/2013). Tomamos estas cosas ya que tuvieron una fuerte repercusión mediática y generaron gran actividad en el medio en cuestión.

La repercusión que tuvo el homicidio, fue de larga duración, pues también fue la cobertura que los grandes medios de comunicación hicieron del caso. Esto puede tal vez ligarse al hecho de que estuvo primeramente asociado a un caso de inseguridad, y, como veremos a continuación, esta cuestión es una de las más tomadas por los usuarios del medio. Después del paso de días se supo que estaba relacionado a la violencia de género.

Figura 1

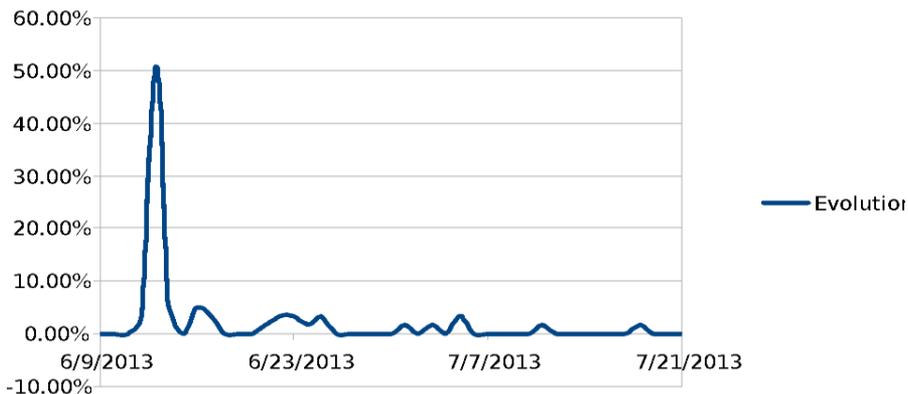
Angeles Rawson - Crin



El choque de Castelar fue otro acontecimiento que conmocionó a la población y trajo consigo un aluvión de mensajes en las redes sociales, ya que la política, como también veremos a continuación, es otro de los temas que hacen a gran parte de los posteos en estos medios. También puede ligarse a cuestiones de índole

económica y al cómo se destinan los fondos desde el sector público, al deterioro del sistema de transportes, entre otras cuestiones, las cuales aparecen con frecuencia tratadas en éste medio. Una hipótesis que surge de la evaluación de los datos es que la repercusión fue muy alta, y muy puntual. Esto sugiere que gran parte de los usuarios que se manifestaron no suelen opinar respecto de esta temática a diario. Sería interesante evaluar la serie que muestra la cantidad de minutos diarios dedicados por los medios de comunicación respecto de este tema versus la persistencia a la baja del interés de la población twittera en relación a este tema pasada la fecha.

Figura 2  
Tren Sarmien



Una figura de gran incidencia en éste medio, es quien preside el país, Cristina Fernández de

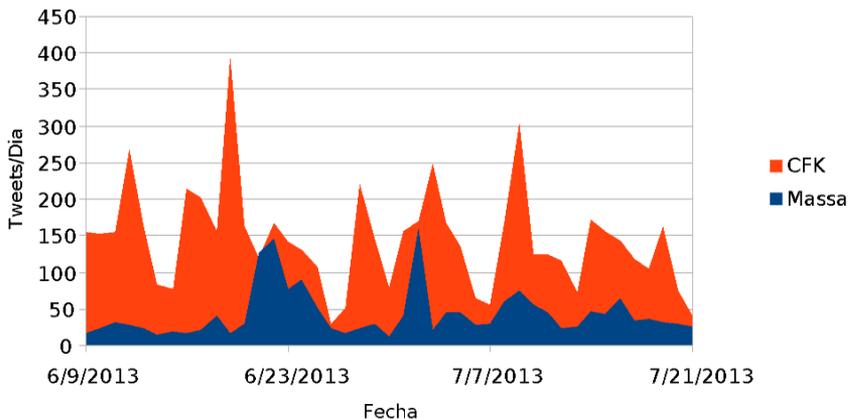
Kirchner, mencionada en 6275 oportunidades. Junto a tweets ligados a su persona, trabajamos lo que refiere a los medios oficialistas como 678. La política y las decisiones que se toman en éste área traen aparejadas grandes cantidades de opiniones expresadas públicamente en los medios trabajados. Como continuidad

indispensable de análisis surge la necesidad de categorizar el texto. Para esto se requiere un análisis más fino que tenga en consideración variables como el contexto, el usuario y también el lenguaje utilizado para así poder reconocer cuestiones como la ironía o expresiones que pueden parecer ambiguas.

Siguiendo con esta temática, observamos también a la llamada "oposición", es decir, menciones a temas, medio y personajes ligados a la corriente "anti-k". La incidencia de Lanata, con 2659 apariciones en los tweets, la reciente presentación de lista de Massa (1877 apariciones) o bien Mauricio Macri por debajo con 812 apariciones.

Figura 3

Comparación CFK Mas



Otro fenómeno que observamos, prima en Twitter, es la cuestión de la inseguridad. Una de las temáticas instaladas por los medios de comunicación y con gran visibilidad en las redes sociales. Temática que articula reclamos, genera políticas, y define fronteras que no hacen más que acentuar desigualdades. Podemos ligar la inseguridad a la política y la economía, y a una cuestión de clase. Observamos cómo los determinados adjetivos calificativos (muchas veces

acompañados de insultos), indican posturas ante hechos relacionados con lo que se llama inseguridad. El discurso, instalado en el sentido común, permite también ver cómo se representan a sí mismos los usuarios de ésta red social, quienes se definen en oposición a aquel personaje que tanto detestan.

Figura 4. Cantidad de tweets según día de semana

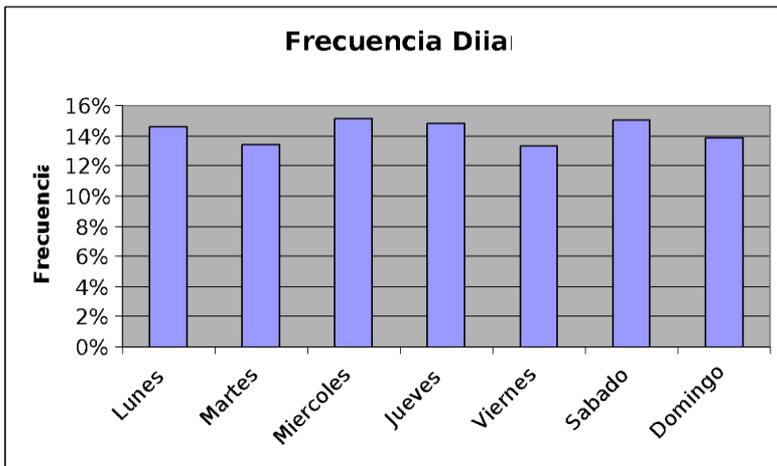
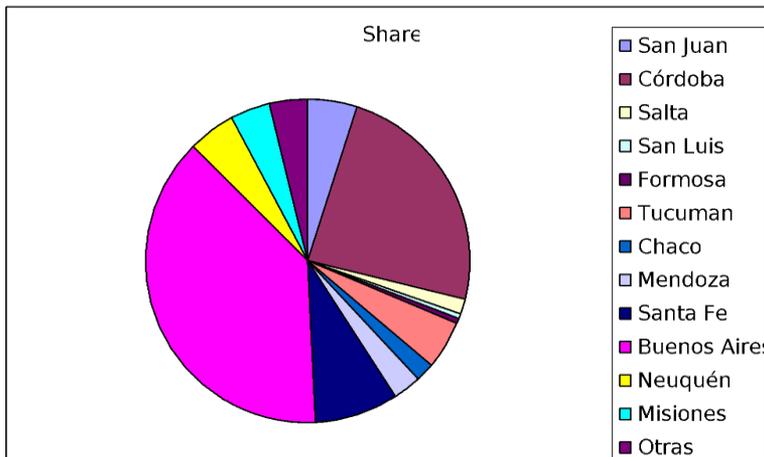


Figura 5. Distribución geográfica de los twitteros/ as



Otra variable que elegimos considerar es el género. Suponemos que existe una cierta tendencia dentro de los usuarios de Twitter, de realizar intervenciones diferenciadas según género. Entre los hombres, se abordan cuestiones ligadas al deporte, y en menor medida a la economía y la política. Las mujeres, twitteen cuestiones más personales y en muchos casos ligadas al amor (o des). Ésta tendencia es posible de realizar al filtrar tweets con palabras ligadas a los sentimientos y al amor. Entre los hombres, en cambio, se presenta más la referencia a lo corporal, al sexismo, actitudes que se ligan a la figura de hombre y *macho*. Con esto no decimos que no existan excepciones, pero que generalmente, la corriente tira para el lado de la reafirmación y reproducción de estereotipos de género.

### Edad aproximada según temas

Otro dato interesante que nos brinda la información que facilita el twittero, es la edad. Según temas de interés, podemos estimar la edad aproximada o el rango

etario del usuario. Igualmente, se presenta una curiosidad, y es que es más fácil diferenciar la edad según tweet entre las mujeres que entre los hombres. En el caso de los últimos, podría permitirnos distinguirlos, el historial de tweets, que presentaría que otros temas de interés tiene el twitterero. Si pensamos en el caso del ídolo pop JB, estamos ante un fenómeno teen, si bien pueden existir excepciones. Ahora, si miramos el fútbol, probablemente no podamos diferenciar entre un tweet de un niño o joven, del de un adulto. En base a esto, podemos arriesgar que el lenguaje del futbol es tan fuerte, influyente e importante tanto para el "ser nacional" como para el "ser masculino", que se transmite y adquiere desde temprana edad.

Entre las mujeres, existen variaciones por edad, mismo ante una similitud de temáticas. Si tomamos el caso del "amor", vemos se presenta una variación entre la visión y postura del tiempo: pasando de un fervor y enamoramiento a un despeche y decepción, en varias oportunidades.

### **Estado anímico según palabras utilizadas**

Para concluir, un último punto, que hace al nombre del trabajo, es la primera aproximación a la medición del estado de ánimo del twitterero. Para esto, seleccionamos ciertas palabras o expresiones de interés, para luego clasificarlas en positivas negativas y ambiguas. Las primeras, eran aquellas que tienen en sí una carga positiva; las segundas, aquellas que denotan negatividad; las últimas, algunas que pueden ser utilizadas tanto positiva como negativamente. En esta primera aproximación, no se utilizaron las ambiguas, y se dejó a un lado (por tener aún incapacidad estructural para medirlo), el tema del sarcasmo y la ironía. A la vez separamos las palabras (adjetivos) en categorías según los ejes temáticos más fuertes de Twitter (ej.: aguante- futbol/ deporte). De esta forma, el modelo permite obtener resultados tanto en tiempo real como también histórico de cual es el nivel de optimismo, amargura, tristeza, interés, superficialidad, etc. que tiene un mensaje.

Resulta interesante poder captar tendencias que se observan cíclicamente. En particular, hemos observado sistemáticamente un incremento en el contenido de lo que denominamos felicidad en los mensajes escritos luego de las 5 de la tarde. Este fenómeno se revierte por la mañana alrededor de las 8 a 10 AM.

## **CONCLUSIÓN**

A la hora de intentar resumir las características más frecuentes observadas en los distintos tweets, es posible destacar algunos comportamientos que se observan en numerosas oportunidades:

La tendencia a escribir tanto de temas personales como también sobre cuestiones de actualidad en proporciones similares. En el caso de la mujer, las cuestiones personales tienen un grado de relevancia más alto a juzgar por la cantidad de tweets asociados a esta temática. En el hombre sucede el efecto contrario.

Asimismo, el momento de mayor cantidad de mensajes ocurre cuando llega la medianoche, y se observa un incremento casi constante que comienza a las 17 hs.

Tanto la política como los temas de actualidad propuestos por los medios de comunicación como el siempre presencia del fútbol, dominan los temas más comentados. En particular, el fútbol tiene la característica de tener un flujo muy amplio y poco variable de mensajes a nivel semanal. En definitiva, se habla de fútbol de forma constante y permanente.

Por otro lado, contrario a nuestra intuición, se escriben mensajes con una intensidad similar a lo largo de casi todos los días de la semana. Asimismo, el twittero en general suele estar ubicado en grandes urbes, principalmente en Buenos Aires (Gran Buenos Aires y Capital Federal) y Córdoba. Sorprende la relativa baja presencia de mensajes desde Mendoza. Esto puede deberse a cuestiones técnicas en el filtrado de la locación o también a alguna característica puntual desconocida.

Si bien esto no representa más que una pequeña aproximación a lo que esta herramienta puede proporcionar en términos del estudio del comportamiento del twittero argentino.

Las aplicaciones que se desprenden de un activo con estas características son muy diversas. Un investigador puede utilizar parte de la información proporcionada por los usuarios para evaluar el impacto de determinadas temáticas a lo largo del tiempo, también de parte del sector público y del privado podrían querer medir la

penetración de un mensaje, candidato o producto así como también los intereses de un sector de la población en un momento dado.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Raymond, E.S. (1999). *The Cathedral & the Bazaar*. (revised edition: original edition 1999). Sebastopol: O'Reilly.

Python Official Documentation. <http://docs.python.org/2/>