

#100DiasdeMacri. Analítica cultural en la construcción de los primeros cien días de la presidencia de Mauricio Macri en conversaciones en Twitter.

Rodriguez Kedikian Martín.

Cita:

Rodriguez Kedikian Martín (2016). *#100DiasdeMacri. Analítica cultural en la construcción de los primeros cien días de la presidencia de Mauricio Macri en conversaciones en Twitter. Humanidades Digitales: Construcciones locales en contextos globales. Asociación Argentina de Humanidades Digitales, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/aaahd2016/37>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ey3x/EVK>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.



ASOCIACIÓN ARGENTINA DE HUMANIDADES DIGITALES

Humanidades Digitales: construcciones locales en contextos globales

Actas del I Congreso Internacional
de la Asociación Argentina de
Humanidades Digitales (AAHD)



Humanidades Digitales : Construcciones locales en contextos globales : Actas del I Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales - AAHD / Agustín Berti ... [et al.] ; editado por Gimena del Rio Riande, Gabriel Calarco, Gabriela Striker y Romina De León - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires, 2018.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-4019-97-4

1. Actas de Congresos. 2. Humanidades. 3. Digitalización. I. Berti, Agustín II. del Rio Riande, Gimena, ed.

CDD 301

ISBN 978-987-4019-97-4



Humanidades Digitales. Construcciones locales en contextos globales

Gimena del Rio Riande, Gabriel Calarco, Gabriela Striker y Romina De León (Eds.)

ISBN: 978-987-4019-97-4

> Índice

I. Preliminares

FUNES, Leonardo. *Palabras Preliminares*

del **RIO RIANDE**, Gimena. *Cuando lo local es global*

FIORMONTE, Domenico. *¿Por qué las Humanidades Digitales necesitan al Sur?*

II. Métodos y herramientas de las Humanidades Digitales

BIA, Alejandro. *Estilometría computacional, algunas experiencias en el marco del proyecto TRACE*

SALERNO, Melisa; **HEREÑÚ**, Daniel y **RIGONE**, Romina. *Modelado 3D del cementerio de la antigua Misión Salesiana de Río Grande: tareas efectuadas y potenciales usos*

VÁZQUEZ CRUZ, Adam Alberto y **TAYLOR**, Tristan. *Adnoto: un etiquetador de textos para facilitar la creación de ediciones digitales*

BRACCO, Christian; **CORREA**, Facundo; **CUEVAS**, Lucas; **CEPEDA**, Virginia; **DELLEDONNE**, Francisco; **VOSKUIL**, Anne Karin; **PAPARAZZO**, Nicolás y **TORRES**, Diego. *Una wiki semántica para las artes escénicas. Conceptos e implementación de la plataforma colaborativa Nodos*

IZETA, Andrés Darío y **CATTÁNEO**, Roxana. *¿Es posible una arqueología digital en Argentina? Un acercamiento desde la práctica*

LACALLE, Juan Manuel y **VILAR**, Mariano. *Una lectura distante de la investigación actual en*

Letras en Argentina

MARTIN, Jonathan y **TORRES**, Diego. *Análisis de patrones en la evolución de wikis*

MARTÍNEZ CANTÓN, Clara Isabel; **DEL RIO RIANDE**, Gimena y **GONZÁLEZ-BLANCO GARCÍA**, Elena. *Poetriae. Una colección de poéticas medievales basada en conceptos métricos únicos y referenciables*

SUED, Gabriela. *Ciudades visibles: estética y temática de tres ciudades iberoamericanas en la red social Instagram. Un estudio exploratorio desde las Humanidades Digitales*

III. Educación, políticas públicas, Humanidades Digitales en el aula

DAVICO, María Luz; **LINEARES**, Gabriel y **PEZZUTTI**, Luciana. *Literacidad electrónica en la enseñanza universitaria: cómo, cuándo y dónde*

MUÑOZ, Patricia Alejandra. *Valoración de un proyecto de desarrollo tecnológico y social en la enseñanza de Inglés como lengua extranjera*

PACHECO DE OLIVEIRA, Maria Livia y **SÁ DE PINHO NETO**, Júlio Afonso. *Brecha digital e o acesso à informação: projetos de inclusão digital*

CASASOLA, Laura. *Experiencia educativa con TIC: Celulares en acción*

DÍAZ, Aída Alejandra y **HUALPA**, Mariela. *Una experiencia de aprendizaje en educación superior mediada por TIC*

FRESCURA TOLOZA, Claudio Daniel. *Computación en la nube en la enseñanza de escritura académica*

LEÁNEZ, Nancy; **LECETA**, Andrea; **MARTÍN**, Marcela y **MORCHIO**, Marcela. *Hacia una reconfiguración del aula de lengua extranjera*

OLAIZOLA, Andrés. *Los escritores vernáculos digitales y el concepto de valor en las escrituras digitales*

CHECHELE, Patricia; **LURO**, Vanesa y **PINTOS ANDRADE**, Esteban. *Afiliarse en la distancia. El ingreso a la educación superior en un entorno virtual de aprendizaje*

ALLÉS TORRENT, Susanna y **DEL RIO RIANDE**, Gimena. *Enseñar edición digital con TEI en español. Aprendizaje situado y transculturación*

IV. Medios, re-mediación, redes sociales

RODRIGUEZ KEDIKIAN, Martín. #100DiasdeMacri. *Analítica cultural en la construcción de los primeros cien días de la presidencia de Mauricio Macri en conversaciones en Twitter*

ALONSO, Julio; **ALAMO**, Sofía; **GONZALEZ OCAMPO**, María Eugenia; **GIAMBARTOLOMEI**, Guido; **MANCHINI**, Lucas y **TOSCANO**, Ayelén. *¿Hacia una algoritmización de los sentimientos?*

DE MIRANDA, Jair Martins. *Samba Global– Do mundo do samba ao samba no mundo*

ORTIZ, María. *Las migraciones en los tiempos del software*

SANTOS, Laura. *Arte urbano, de la calle a las redes*

ALAMO, Sofía; **BORDOY**, Giselle; **CHETTO**, Melisa; **IBAÑEZ**, Fernanda, **MIGLIORINI**, Agustina y **GONZALEZ OCAMPO**, María Eugenia. #NiUnaMenos: *Big Data para la comprensión de una problemática de género*

KLIMOVSKY, Pedro. *El documental digital y la representación de lo real*

BERTI, Agustín. *Fotogramas autorizados: La crisis de la noción de obra cinematográfica ante las remasterizaciones*

BORDOY, Giselle. *El disco como obra abierta en interacción con las audiencias*

COELHO, Cidarley. *Forma Material Digital: livro e leitura na sociedade contemporânea*

V. Reflexiones sobre/desde/hacia lo digital

VISCARDI, Ricardo. *Actuvirtualidad e inter-rogação: un lugar entre-otros*

ÁLVAREZ GANDOLFI, Federico y **DEL VIGO**, Gerardo Ariel. *Hatsune Miku, una idol digital: entre el otakismo y el waifuismo*

SAÁ, Guido. *Reflexiones sobre música y narración: Recursos retóricos y exegéticos musicales en la línea narrativa y el pathos en BioShock 2 y BioShock Infinite*

GLUZMAN, Georgina Gabriela. *Algunas reflexiones sobre la Base de datos de mujeres artistas en Buenos Aires (1924-1939)*

DOMINGUEZ HALPERN, Estela; **ALAMO**, Sofía; **ALONSO**, Julio. *Entramados y ciudades. Visibilizando Baldosas por la Memoria*

GÓMEZ, Verónica Paula. *Territorios nacionales, territorialidades ciberespaciales: disputas discursivas sobre la soberanía en la circulación de literatura digital*

RIGAL COLLADO, Pablo Alonso; **MAESTIGUE PRIETO**, Nancy y **GARCÍA VÁZQUEZ**, Mayté. *La narración hipertextual. El reto cubano*

VI. La publicación científica y el Acceso Abierto desde las Humanidades Digitales

TSUJI, Teresa y **CANELLA**, Rubén. *Lenguajes y recursos multimediales para la difusión de la ciencia. Desafíos y oportunidades digitales*

CATALDI, Marcela; **DI CÉSARE**, Victoria; **FERNÁNDEZ**, Néstor; **HERNÁNDEZ**, Alicia; **LIBERATORE**, Gustavo y **VOUTTO**, Andrés. *Sistema taxonómico de organización de los recursos de información autoarchivados en el Repositorio Institucional de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Mar del Plata*

ÁLVAREZ, Leonardo Javier y **CORDA**, María Cecilia. *FLACSOAndes Tesis: comunicación científica de investigaciones realizadas en maestrías y doctorados del sistema FLACSO*

VII. Digitalización, políticas y prácticas, archivo y memoria

AUTHIER, Carlos; **GIORDANINO**, Eduardo y **LUIRETTE**, Carlos. *La preservación de la memoria audiovisual en Argentina*

GAMBA, Guido; **HEIDEL**, Evelin; **RAIA**, Matías; **ACUÑA**, Ezequiel; **ACTIS CAPORALE**, Carla; **DE LA HERA**, Diego y **ACEVEDO**, Melisa. *Recursos digitales para el acceso a los bienes culturales en dominio público*

FLORES MUTIGLIENGO, Jennifer. *Arte y Archivo*

BUGNONE, Ana y **SANTAMARÍA**, Mariana. *La política de democratización del archivo: el caso del Centro de Arte Experimental Vigo*

GAMBA, Guido; **HEIDEL**, Evelin; **RAIA**, Matías; **ACUÑA**, Ezequiel; **ACTIS CAPORALE**, Carla; **DE LA HERA**, Diego y **ACEVEDO**, Melisa. *Digitalización: Una experiencia de campo*

#100DiasdeMacri. *Analítica cultural en la construcción de los primeros cien días de la presidencia de Mauricio Macri en conversaciones en Twitter*

RODRIGUEZ KEDIKIAN, Martín / Universidad de Buenos Aires (UBA) – martinrked@gmail.com

» *Palabras clave: analítica cultural, Twitter, comunicación política, 100 días del gobierno de Macri, lectura distante.*

> **Resumen**

El 18 de marzo de 2016 se cumplieron 100 días del inicio de la presidencia de Mauricio Macri en la Argentina, tras haber asumido el 10 de diciembre de 2015. Ese es el plazo que los medios y analistas políticos le suelen dar a un gobierno entrante para realizar un primer balance de su gestión y tomarlo como brújula del resto del período. En este análisis intentaremos identificar la construcción de este acontecimiento en *Twitter* bajo el hashtag #100DíasdeMacri y sus términos de búsqueda entre el 11 de marzo y el 1 de abril del 2016, a través de la recolección, procesamiento y análisis de los más de 23.400 mensajes enviados por los usuarios en ese período de tiempo. De esta forma, podremos evaluar el rol que ocupa una red social como *Twitter* en el espacio político, y entender cómo participa en las redes de comunicación de la política en la era de los medios sociales.

> **Introducción**

El 21 de marzo de 2016 se cumplieron 10 años de la aparición de *Twitter* en internet como plataforma de *microblogging*, es decir un canal de simple acceso (sin necesidad de mayores conocimientos técnicos) para la publicación de texto, imágenes, videos y hasta vínculos hacía otros lugares de la web. Tanto esta como otras redes sociales han dado a la política una dimensión nueva. La facilidad de publicación, rapidez de procesamiento y la posibilidad de acceso a los hechos han logrado que los grandes medios masivos no sean los

únicos capaces de construir acontecimientos y destacar los temas en agenda.

Al mismo tiempo, comienzan a desarrollarse metodologías y herramientas que, como contrapartida de este aumento en la posibilidad de autopublicación, permiten la recolección, procesamiento y análisis de estas nuevas formas de comunicación en redes sociales para su estudio (Manovich, 2011). Es por esto que resulta relevante el estudio de estas temáticas desde las ciencias de la comunicación, por constituir nuevas formas de comunicación entre sujetos, mediados por objetos digitales.

Los 100 días de Macri

El 18 de marzo de 2016 se cumplieron 100 días del inicio de la presidencia de Mauricio Macri en la Argentina, tras haber asumido el 10 de diciembre de 2015. Ese es el plazo que los medios y analistas políticos le suelen dar a un gobierno entrante para realizar un primer balance de su gestión y tomarlo como brújula del resto del período. En este análisis intentaremos identificar la construcción de este acontecimiento en *Twitter* bajo el hashtag *#100DíasdeMacri* y sus términos de búsqueda entre el 11 de marzo y el 1 de abril del 2016, a través de la recolección, procesamiento y análisis de los más de 23.400 mensajes enviados por los usuarios en ese período de tiempo. De esta forma, podremos evaluar el rol que ocupa una red social como *Twitter* en el espacio político, y entender cómo participa en las redes de comunicación de la política en la era de los medios sociales.

> **Métodos y teorías**

Consideraciones teóricas

Lev Manovich (2001) define a los nuevos medios desde su especificidad técnica para encontrar su particularidad. Encuentra así, cinco elementos que resultan relevantes para definirlos: la representación numérica de las piezas de contenido (sean texto, imágenes, videos, etc.), la modularidad de estos contenidos, la automatización de los procesos, la variabilidad en los resultados partiendo de una misma fuente y la transcodificación.

La ampliación de la posibilidad de crear contenido en internet gracias a los medios sociales hace que lo producido sea inabordable en su totalidad. Paul Grainge hace una caracterización de los medios que considera efímeros, y define a la web como hecha de “piezas pequeñas, apenas unidas” (Grainge, 2011: 14). En esta línea, el profesor de Estudios Comparativos de Medios, José van Dijck (2013), sostiene que las tecnologías mediáticas tuvieron continuidad en el tiempo, en la medida en que pudieron engendrar prácticas mediáticas que terminaron siendo parte del tejido social, modificando la praxis cultural y ésta a su vez modificando las propias tecnologías.

Producto de los nuevos medios, nativamente digitales, sociales y efímeros, es que nos topamos con objetos digitales. Los usuarios que utilizamos los nuevos medios, dejamos como

resultado una cantidad enorme de objetos digitales. Jannis Kallinikos (2010) realiza una caracterización de los objetos digitales en relación a los analógicos para encontrar características propias de estos primeros y develar una complejidad a la hora de analizarlos que se pierde si lo intentamos desde el paradigma de los anteriores. Este catedrático griego dirá, retomando el trabajo de Lev Manovich citado más arriba, que hay aspectos estructurales de la formación de los objetos digitales que se diferencian de los objetos analógicos. La composición modular y la granularidad, dos características que devienen de su origen numérico, les proporciona la capacidad de ser editables, interactivos y distribuidos. Esto último, producto de la caracterización hecha, es la que rompe las barreras hasta ahora conocidas por los objetos para presentar una complejidad de análisis y una dispersión en el uso mucho mayor.

De lo anterior, podemos decir que *Twitter* entra en la categoría de los nuevos medios porque, siendo un medio de base digital, es decir con un origen numérico, es capaz de contener y combinar imágenes, texto, videos, hipervínculos y cumplir con los principios que Lev Manovich (2001) describe para los nuevos medios. De esta forma, genera el espacio para la creación de objetos digitales tal como sugiere Jannis Kallinikos (2010). Este aspecto, a su vez, lo constituye en efímero, desde el diseño de interfaz hasta la apropiación que los usuarios hacen para su uso, tal como lo entiende Paul Grainge (2011). Y definitivamente social, no sólo por su concepción, sino porque adquiere relevancia en la medida en que los usuarios están dentro de la plataforma, y los vínculos entre los sujetos se potencian con la utilización de la red como herramienta.

De todo esto, entonces, definimos el marco teórico con el que trabajaremos como proveniente de los estudios de software que se han dado durante la última década. La analítica cultural (Manovich, 2009) y la culturomía (Aiden & Michel, 2013) han combinado procesamiento computacional para manejar volúmenes de información cultural y lecturas de las Ciencias Sociales para lograr análisis que aporten al campo. A su vez, seguiremos los lineamientos de Franco Moretti (2007) para encaminar la lectura de las bases de datos que surjan del recorte de conversaciones que haremos en *Twitter*. Por un lado, una lectura distante, es decir de búsqueda de patrones y comportamientos de los textos en su conjunto, y luego una cercana, para interpretar estos patrones y las particularidades que describan las tendencias que se generen de esta base de datos. Consideramos que las Ciencias Sociales, en especial las Ciencias de la Comunicación, no pueden eludir utilizar herramientas de procesamiento de datos para poder trabajar con un corpus tan grande y efímero como los que se generan con un simple recorte temático y temporal de un fenómeno en *Twitter*.

Twitter como objeto de estudio

Twitter se presenta hoy como la red social que más fácilmente se puede transpolar a una columna de opinión, un ágora de conversación libre y que aun así conserva ciertas jerarquías del mundo analógico (Calvo, 2015). En *Twitter*, la relación no es necesariamente

simétrica, y esta posibilidad hace que se marquen diferencias entre los usuarios hacia dentro de la red. De esta forma, hay usuarios que se erigen como referentes o líderes de opinión en alguna temática. Desde este lugar es que consideramos a *Twitter* como un medio socialmente relevante. Por un lado, por funcionar como una tribuna de opinión libre, donde cada uno puede expresar libremente sus opiniones y entrar en diálogo directo con otros usuarios. Por otro lado, por actuar como caja de resonancia de sentidos y conversaciones que circulan por los medios de comunicación masiva.

La lógica de los medios masivos de comunicación es editorial, cada medio tiene su línea que sigue de arriba hacia abajo. Es una lógica típica de los medios *broadcast* de comunicación, uno a muchos. El caso de *Twitter*, como el de los medios sociales, es inverso: el sentido surge de todos los mensajes individuales, al ponerlos en conjunto. Es aquí donde se vuelve relevante la lectura de todos los discursos en su conjunto, para poder extraer esa línea editorial construida por la comunidad productora, aunque provocada de una forma no del todo consciente.

Método utilizado

Como anticipamos en los apartados anteriores, los objetos que nos interesa estudiar son digitales (Kallinikos, 2010), que son creados mediante una serie de paquetes de software que están al alcance de cualquier usuario no experto en el lenguaje de programación que Lev Manovich (2008) denomina *software cultural*. Así como millones de personas utilizan piezas de software para generar estos átomos de cultura, la misma deberá analizarse como un todo. Es decir, tanto lo allí producido como la dimensión del software que la produjo, y por ello para el análisis será necesaria la utilización de software también. De modo que resulta relevante poder contar con metodologías digitales para poder trabajar (Manovich, 2011: 3). En esta investigación, combinaremos procesos de recolección, procesamiento, visualización e interpretación para lograr un acercamiento profundo al objeto.

Recolección

Como primer paso, para obtener todos los tuits en una sola base de datos, utilizamos la técnica del *scrapping*, procedimiento que consiste en la transformación de datos sin estructura en la web (como el formato HTML) en datos estructurados que pueden ser recolectados y analizados en una base de datos única (Marres & Weltevrede, 2013). El *scrapping* es posible porque las webs y las aplicaciones cuentan con APIs abiertas (total o parcialmente) para su comunicación. En nuestro caso, utilizamos la aplicación *Twitter Archiver* para poder hacer el *scrappeo*.

De esta forma, pudimos recuperar los tuits escritos bajo el hashtag #100DíasdeMacri y sus términos de búsqueda como una tabla estructurada en *CSV* (valores separados por comas, por sus siglas en inglés) que fácilmente convertimos a vista en columnas. Recolectamos los datos en el plazo que va desde el jueves 10 de marzo hasta el domingo 3 de abril de 2016, para

luego recortar el período que nos interesaba analizar, entre el viernes 11 de marzo y el viernes 1 de abril de 2016. Así, luego de la estructuración inicial, obtuvimos más de 23.400 tuits en una base de datos que abrimos en *Microsoft Excel*, con la que comenzar a trabajar.

Procesamiento

Luego de estructurar la base de datos, comenzó el proceso de limpieza. De esta forma se hizo el recorte temporal, dejando sólo los días que nos interesaba investigar. Luego, en función de las variables de la investigación, se quitaron o dejaron columnas en la base. Así, por ejemplo, el campo del enlace a la foto de perfil de los usuarios fue eliminado, sirviendo además para hacer más liviano el documento de la base de datos y poder procesarla con mayor facilidad en una computadora hogareña.

Una vez hecho un primer barrido de la base de datos, empezaron las preguntas para indagar acerca del rol de *Twitter* en el espectro político mediático. ¿Cuáles fueron los tuits más retuiteados? ¿Quiénes fueron los usuarios más relevantes? ¿De qué forma participaron en la conversación? Con estas preguntas exploratorias fuimos a visualizar el conjunto de datos para acercarnos un paso más a analizar el acontecimiento.

Visualización

Después de realizado un primer acercamiento al contenido, pasamos a visualizar la totalidad de los datos para tener una vista del set de datos en su conjunto. Para ello, recurrimos a software visualizadores que nos permitieran graficar las variables que pretendíamos. Siguiendo la propuesta metodológica antes descripta, estamos en la instancia de realizar una lectura distante a partir de utilizar gráficos para poder tener un acercamiento a la totalidad de los datos. Por eso, el acercamiento doble entre la comprobación de las variables analíticas y el acercamiento exploratorio para que los datos cuenten la historia que representan.

> **Análisis**

Mapeando la grieta

Retomando los conceptos teóricos y el método descrito en los apartados anteriores, es que emprenderemos el análisis, buscando lo objetivos propuestos al inicio. En primer lugar, analizamos las relaciones que se generan a partir de los mensajes enviados. Propusimos visibilizar qué tipo de red queda trazada al vincular a los usuarios por los mensajes. Para eso utilizamos *Google Fusion Tables*. En la Figura 1 resulta de la visualización de allí extraída: Los nodos (los círculos) naranja corresponden a aquellos que enviaron un tuit, y los azules a aquellos que reenviaron el mensaje al que están unidos por el lazo. El tamaño de los nodos naranja es mayor según sea mayor la cantidad de veces que el mensaje fue retuiteado.

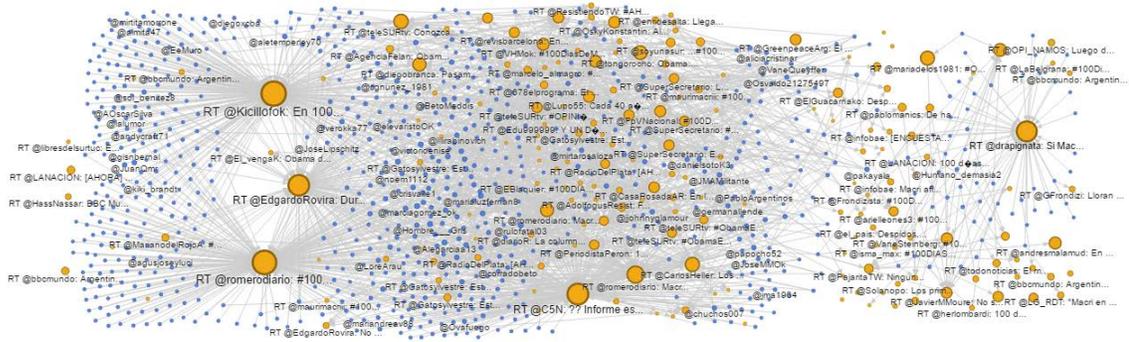


Figura 1. Mapa de relaciones a partir de los retuits. Construido con Google Fusion Tables. La imagen con mayor resolución disponible en: <http://bit.ly/100diasimagenqde1>. El gráfico interactivo está disponible en <http://bit.ly/100diasgrafico1>.

Siguiendo sólo este criterio, podemos ver una primera característica: hay tres nodos grandes a la izquierda del grafo que concentran la mayor cantidad de retuits (se puede ver con más detalle en la Figura 2) pero no se identifican intercambios con los demás nodos. A una cierta distancia, encontramos algunos nodos menores pero relacionados entre sí que ocupan el centro del mapa (que se pueden ver con más detalle en la Figura 3), y en el extremo derecho podemos observar un nodo central algo aislado al resto, tanto a los del centro y sobre todo a los de la izquierda, con algunos menores vinculados a él (que se puede apreciar en detalle en la Figura 4). De esta primera lectura podemos entender que dentro de la conversación se forman dos polos que no se vinculan entre sí, uno en cada extremo del grafo, que no generan tanto intercambio de mensajes (los vectores sólo van en una dirección en ambos casos), y una serie de opiniones que dialogan entre sí pero no generan tanta actividad de retuiteo, en el medio. Es decir, por un lado, en los extremos nos encontramos con opiniones que son replicadas sin ser intervenidas, como eslóganes o citas de autoridad, sobre las que no se opina y simplemente se enarbolan, y una conversación más vasta en el medio, con más intercambio y puntos en contacto con otros discursos similares.

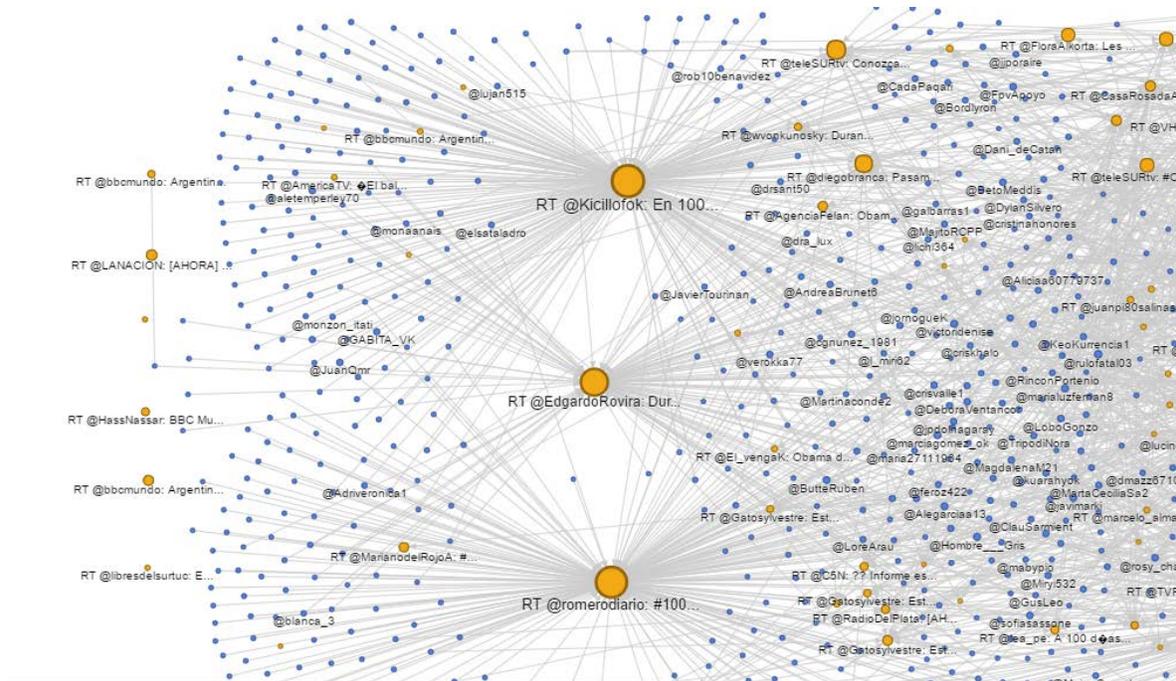


Figura 2. Acercamiento al lado izquierdo de la Figura 1. Mapa de relaciones a partir de los retuits.

Construido con Google Fusion Tables. La imagen con mayor resolución disponible en:

<http://bit.ly/100diasimagenqde11>.

gobierno entrante. Entre ellos encontramos uno de Axel Kicillof¹, exministro de economía del gobierno de Cristina Fernández, en el primer lugar, con 644 RTs, seguido por una ilustración de Quino enviada por Javier *El Profe* Romero², un analista de medios crítico al gobierno de Macri, retuiteada 535 veces. A ambos les sigue el tuit de C5N³ con un informe a propósito de los tres meses y diez días de gobierno entrante, que fue reenviado 504 veces. En el cuarto lugar aparece Víctor Hugo Morales⁴ con su posteo replicado 483 veces. Extendiendo el conteo, de los 50 tuits más retuiteados, sólo 14 son a favor del gobierno entrante, mientras que los restantes 36 lo critican por algún motivo.

Texto del tuit	Cantidad de retuits
@Kicillofok: En 100 días, el gobierno de Macri lo único que produjo fueron 1000 despidos por día. https://t.co/6UCleBLGxo	644
@romerodiario: #100DíasDeMacri https://t.co/x6dA5ckmW9	535
@C5N:  Informe especial #100díasdeMacri  https://t.co/bpRLuSPw2a https://t.co/MBHBYaTnwn	504
@VHMok: #100DíasDeMacri la #CEOcracia no da respiro. #ElJefeEsMagnetto https://t.co/z2DYel1IYX	483
@EdgardoRovira: Durante el gobierno kirchnerista se duplicó la clase media, en 100 días Macri va en camino de duplicar la pobreza. https://t.co/...	422
@drapignata: Si Macri inventó 1.4 millones de pobre en 100 días lo felicito, ya era hora. Igual sospecho que vienen de antes.	410
@cyngarciaudio: #100DíasDeMacri Adelanto exclusivo del libro de @VHMok Texto dedicado a @herlombardi y #CEOcracia por el FPT Leer--> ht...	354
@romerodiario: Macri: Me dicen que ya volvió el trueque a la Argentina Prat Gay: Cómo! Ya pasaron 100 días? https://t.co/wvVrPFPBCI http...	336
@FpVNacional: #100DíasDeMacri: +150.000 despidos Represión Inflación Tarifazo Megadevaluación Vaciamiento del Estado Persecución ideoló...	319
@teleSURtv: Conozca las mentiras de #Obama por los 100 días de @mauriciomacri #Argentina https://t.co/XYVZ3eHS4h #40AnosDelGolpe...	295

Tabla 1. Principales 10 tuits entre el 11/3-1/0, 2016. La cantidad de retuits corresponden a los registrados durante ese período. Una vez terminado, pueden haber sido recompártidos. Elaboración propia.

Si vemos el volumen de usuarios que tiene la red, aunque la Figura 1 haya sido

¹ El tuit disponible en <http://bit.ly/100diastuitAK>. Recuperado el 3/4/2016.

² El tuit disponible en <http://bit.ly/100diastuitPR>. Recuperado el 3/4/2016.

³ El tuit disponible en <http://bit.ly/100diastuitC5N>. Recuperado el 3/4/2016.

⁴ El tuit disponible en <http://bit.ly/100diastuitVHM>. Recuperado el 3/4/2016.

reducida en los nodos que muestra a los fines de tener claridad visual, y habiendo analizado de cerca estos tuits, se puede notar una similitud entre los que quedaron en el extremo izquierdo del grafo. Tanto el mensaje de Axel Kicillof, como el de Edgardo Rovira y el de *El profe* Romero, vemos que coinciden en ser negativos al gobierno entrante en sus 100 días. Entre el grupo de mensajes que fueron más *recompartidos*, resalta el de la cuenta oficial de *C5N* en el conjunto de los nodos más interconectados en el centro del grafo, con un informe periodístico acerca de los primeros 3 meses de gobierno.

Si bien *C5N* se presenta a sí mismo con un informe periodístico, que al no ser una declaración explícita pretende tener un grado mayor de objetividad, al verlo notamos que tiene una gran producción, sea desde la investigación, recopilación de material como de producción visual, y podemos notar que tiene una tendencia opuesta al gobierno entrante, tal como la línea editorial de la señal en general.

En el extremo derecho del grafo, muy poco conectado con este informe y sin prácticamente conexión alguna con los otros tres que citamos previamente, encontramos en el sexto puesto de los tuits más compartidos (con 410 reenvíos), el mensaje de una cuenta *fake* (así llamada por no corresponder linealmente a ninguna persona del mundo extra-*Twitter*, sino por ser un personaje generado hacia adentro de la comunidad) de la Doctora Alcira Pignata, la @drapignata⁵. Este tuit reza: “Si Macri inventó 1.4 millones de pobres en 100 días lo felicito, ya era hora. Igual sospecho que vienen de antes”. Este mensaje, en parte defendiendo al gobierno entrante, pero sobre todo criticando al gobierno saliente, siempre con mucha ironía, queda prácticamente aislado en el grafo. Resulta difícil en verdad poder saber si los retuits que tuvo fueron por adhesión al mensaje, porque les resultó divertida la ironía o incluso para mostrarse en contra del mensaje original (retuitear irónicamente un tuit que ya es irónico es una práctica bastante común en esta red social). Sea cual sea la razón, podemos ubicar este tuit como referente de una postura opuesta a las de los tuits más compartidos que citamos anteriormente, ocupando lugares antagónicos en el grafo.

Estas antagonías, además, reproducen la lógica mediática construida durante los años de la presidencia de Néstor Kirchner, y profundizada durante los dos mandatos de Cristina Fernández: la llamada grieta. Medios de comunicación con líneas editoriales opuestas radicalizados en sus bajadas de línea a favor o en contra del gobierno (sin mucho término medio), que se reprodujo en alguna parte de la sociedad, sobre todo en términos discursivos. Así, podemos ver cómo esta lógica retórica de la grieta, que es impulsada y reproducida desde los medios masivos de comunicación, tiene su correlato en *Twitter*, con mensajes de usuarios que responden a los medios y usuarios que no. Quedan graficadas de esta forma las posiciones que toman en el campo discursivo de *Twitter* en relación a las conversaciones que se montan alrededor de un tópico político.

⁵ Véase <https://twitter.com/drapignata>.

Los usuarios: Identificando actores

Una vez hecha la primera lectura global sobre el grafo de relaciones, fuimos a identificar a los actores productores de esos primeros 50 mensajes y la relevancia que invisten, dados los muchos retuits y poco intercambio que generaron en la red. En el conteo de reenvíos, encontramos que esos primeros mensajes constituyen el 51% del total de la base. Concretamente, 11.928 de los 23.469 mensajes compartidos durante el período analizado no son más que 50 mensajes retuiteados, entre los originales y los recompartidos. Además, si volvemos a ver la Tabla 1, podemos ver que de los principales 10 tuits, es decir los nodos más resaltados en la Figura 1 y que son los que más compartidas tuvieron en la Tabla 1, vemos que 8 tienen links en su contenido. Es decir que los 140 caracteres del mensaje no están destinados a plantear una conversación sino a emitir un mensaje al que redireccionarse para ver o leer algo más.

Ganar en el campo con las reglas del campo

Habiendo emergido del apartado anterior que los principales participantes de esta conversación son una pequeña porción de los participantes, fuimos a contrastar la actividad de los usuarios. La Figura 5 muestra dos variables: en la parte superior se graficaron los usuarios únicos que cada día del período elegido tuitearon con el tema, y en la parte inferior, el número de mensajes enviados por esos usuarios únicos en esos mismos días. Está resaltado el 18 de marzo, el día que se cumplieron exactamente los 100 días:

viera acompañada por una igual de grande cantidad de mensajes por cada uno. Sin embargo, lo que se puede observar en la parte inferior de la Figura 5 es que el aumento de la cantidad de mensajes por usuario no se corresponde con el aumento de usuarios en la conversación. Para continuar con el análisis en este aspecto, fuimos a visualizar esta actividad. Agrupamos a los usuarios según la cantidad de mensajes que hubieran enviado a lo largo de los 15 días de análisis.

Cantidad de tuits enviados	Cantidad de usuarios	Porcentaje del total
Un tuit	11.395	76,21%
Dos tuits	1.941	12,98%
Tres tuits	691	4,62%
Entre 4 y 10 tuits	839	5,61%
Entre 11 y 20 tuits	74	0,49%
21 o más tuits	13	0,09%
Total de usuarios participantes	14.953	100%

Tabla 2. Totalidad de los usuarios que enviaron mensajes con #100DíasdeMacri, agrupados según la cantidad de tuits que hubieran enviado. Elaboración propia.

Con un nivel de desagregación mayor según la cantidad de envíos fuera menor, obtuvimos los resultados presentados en la tabla 2. Más del 76% de los usuarios participantes lo hicieron a través de un sólo mensaje en el período analizado, mientras que el resto de los usuarios, que entre todos constituyen casi el 24% restante, enviaron más de un mensaje, en lo que podría (como no) constituir una conversación.

De todo esto, se podría pensar que la intervención de los usuarios en la temática de los #100DíasdeMacri no tiene un tinte conversacional sino más bien propositivo, en tanto no se observa tanto intercambio de mensajes, como pudimos ver en la Figura 1, y más de cerca en el reciente desarrollo. Parecerían ser declaraciones individuales, sin vistas a contestar o ser contestados, o retuits de mensajes de figuras relevantes de la política, como vimos en la tabla 1 que son los principales 10 mensajes en el período seleccionado.

› **Algunas consideraciones finales**

A día de hoy, los medios que circulan por Internet tienen sus particularidades (además de como meta-medio) y es un terreno donde circulan sentidos, que la política ha ido a conquistar. *Twitter*, en este contexto, no es un espacio ajeno, sino todo lo contrario, un medio

donde tienen resonancia opiniones políticas, comentarios de personajes públicos, y donde todos, sean personas, personajes *fakes* y medios de comunicación, tienen un canal de diálogo directo con sus audiencias. Tal es así, que ante un evento como los 100 días de comenzado el gobierno de Mauricio Macri en la Argentina, *Twitter* resulta un espacio interesante para analizar de cara a entender los diferentes espacios de lucha por la conquista del sentido hegemónico, del *sentido común*.

Habiendo analizado los tuits que trataron la temática de los cien días de presidencia de Mauricio Macri en la Argentina durante la quincena del hecho, podemos llegar a algunas consideraciones. Si tomamos la actividad de los usuarios durante esos días, podemos ver que, si bien la cantidad de personas ingresando a la conversación asciende a más de 2.500 en un sólo día, más de las tres cuartas partes lo hizo a través de un sólo mensaje. Si volvemos a la Figura 1, podemos ver nodos importantes enviando mensajes en contra del gobierno entrante, y muchos usuarios haciendo eco de estos tuits, pero no encontramos indicios de que se hubiera utilizado el espacio para intercambiar mensajes con ideas o argumentos de un lado y del otro. De hecho, no encontramos figuras fuertes del otro lado del espectro, que hayan salido a hablar *en defensa* del gobierno entrante, ni políticos partidarios ni medios de comunicación que hayan enviado mensajes positivos al respecto y hayan tenido repercusión hacia adentro de *Twitter*. Recordemos que la figura más cercana a la defensa del gobierno y que tuvo alguna repercusión a fuerza de retuits, fue la Doctora Pignata. Es decir, pareciera como si no les hubiera importado a los defensores del gobierno tener un debate por ese medio, siquiera salir a pelear este espacio, o no lo hubieran logrado. A través de las visualizaciones del corpus y la interpretación seguida, hemos comprobado que esta conversación resulta más bien una estrategia para cooptar el espacio y tratar de imponer un mensaje dominante por parte de la reciente oposición.

A partir de este acercamiento podemos decir que *Twitter* resultó un medio relevante donde el primer balance del gobierno entrante sirvió de disparador para intentar convertir el hecho en un acontecimiento político e intentar esparcir un mensaje en contra de la gestión. Excede al presente estudio analizar el impacto que pudo haber generado este accionar en la agenda pública, pero queda presentada la situación donde un bando intentó instalar un tema y más importante, una lectura sobre este tema en la agenda mediática.

A raíz de lo observado, pudimos ver que la reciente oposición constituía una comunidad que no se abrió al debate ni la discusión, y logró adueñarse de la conversación (ahora puesta en duda como tal) en *Twitter*. Conversación que, a partir de contar con el hashtag #100DíasdeMacri como unidad conversacional, le dio entidad a los más de 23.400 envíos entre los que participaron políticos, periodistas, medios de comunicación e instituciones con mensajes propios y circulación de mensajes de otros medios.

Con más de una década de existencia, los medios que circulan por Internet tienen sus particularidades y es un terreno donde circulan mensajes, y como tales se convirtieron en un espacio que la política ha ido a conquistar. *Twitter*, en este contexto, no es ajeno, sino todo lo contrario, es un medio donde tienen resonancia opiniones políticas, comentarios de

personajes públicos, y donde todos, sean personas, personajes *fakes* y medios de comunicación, tienen un canal de diálogo directo con sus audiencias. Tal es así, que ante un evento como los 100 días de comenzado el gobierno de Macri, resultó un espacio interesante para ocupar por parte de aquellos interesados en circular un mensaje que deviniera masivo, y por otro lado para analizar, de cara a entender los diferentes espacios de lucha por la conquista del sentido común.

> **Bibliografía**

- Aiden, E. y Michel, J. B. (2013). *Uncharted. Big Data as a Lens on Human Culture*. New York: Penguin Group.
- Calvo, E. (2015). *Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando #Nisman*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Grainge, P. (2011). *Ephemeral Media: Transitory Screen Culture from Television to YouTube*. Londres: British Film Institute.
- Kallinikos, J., et al (2010). A Theory of Digital Objects. *First Monday*. Recuperado de <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3033/2564> el 15/07/2017.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
- ____ (2008). *Software Takes Command*. Recuperado de http://softwarestudies.com/softbook/manovich_softbook_11_20_2008.pdf el 15/07/2017.
- ____ (2009). *Cultural Analytics: Visualizing Cultural Patterns in the Era of 'More Media'*. Recuperado de <http://manovich.net/index.php/projects/cultural-analytics-visualizing-cultural-patterns> el 15/07/2017.
- ____ (2011). *Trending: The Promises and the Challenges of Big Social Data*. Recuperado de <http://manovich.net/index.php/projects/trending-the-promises-and-the-challenges-of-big-social-data> el 15/07/2017.
- Marres, N. y Weltevrede, E. (2013). Scraping the Social: Issues in Live Research. En J. Law y E. Rupert (Eds), *The Device. Special Issue of the Journal of Cultural Economy*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/258099336_Scraping_the_Social_Issues_in_Live_Research el 15/07/2017.
- Moretti, F. (2007). *La literatura vista desde lejos*. Barcelona: Marbot.
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press.