



INTERAMERICA
DOMINICANA

P R E M I O S
SOBERANO

Su impacto en Twitter

La gala de premiación de los Premios Soberano es, por mucho, el evento de mayor “rating” en la República Dominicana. Estudios de audiencia indican que la pasada ceremonia alcanzó niveles de atención por el orden de 13%.

En una época en la que gran parte de los dominicanos consumimos eventos del mundo offline sin dejar de lado la “segunda pantalla” de nuestros dispositivos móviles, es natural que la gran gala de Premios Soberano tuviera un impacto notable en las redes sociales, especialmente en Twitter.

El estudio a continuación es un ejercicio de Lowe Interamerica por analizar y comprender mejor cómo se comporta la tuitósfera dominicana ante un evento tan visto y esperado.

Ecograma

Empezamos con un “ecograma” de cuántos tuits se compartieron minuto a minuto desde las 7:00 de la noche del martes 18 hasta las 12:30 de la madrugada del miércoles, un período de cinco horas y media. En ella puede apreciarse claramente que la Alfombra Roja (de 7:00 a 9:00pm) contó con un creciente interés de las personas. En cambio, la intensidad de la conversación subió al tope apenas 10 minutos después de iniciada la gala, para mantenerse a un alto nivel hasta las 10:30 de la noche, momento en el que consistentemente el diálogo empezó a decaer, salvado en varias ocasiones por momentos destacados que veremos luego.



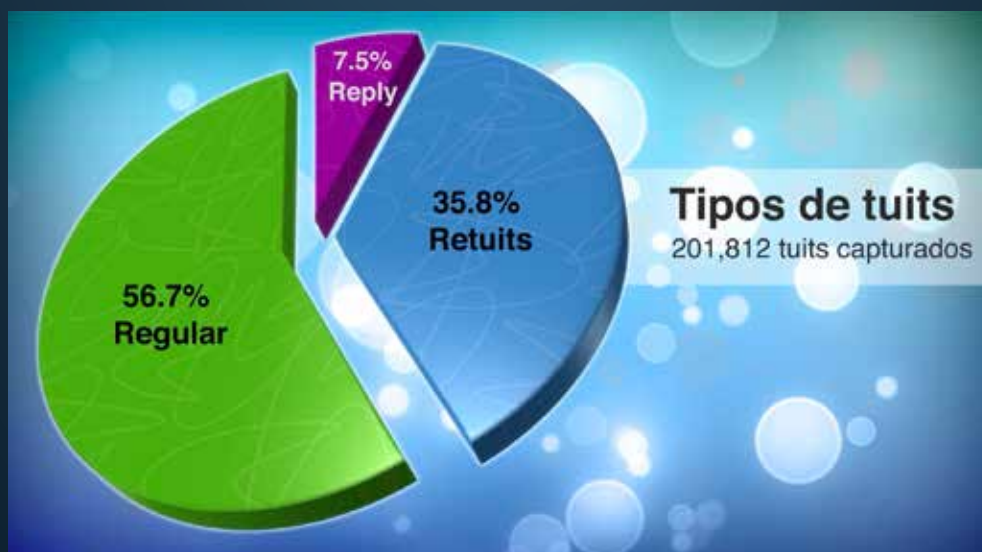
Volumen del diálogo

Nuestro estudio abarcó los días 18 y 19 de marzo, y en dicho lapso se capturaron poco más de 200mil tuits de todo tipo. El alcance rondó los 19 millones de cuentas distintas, con un volumen de exposición de casi 543 millones de impresiones. Segmentamos la hora de los tuits en “antes de los premios”, “alfombra roja”, “premiación” y “después de los premios”. Naturalmente, la premiación amasó la mayor cantidad de tuits con 60.6% del volumen total. Esto equivale a aproximadamente 960 tuits por minuto.



Tipos de tuits

La mayor parte de los tuits emitidos sobre el Soberano en los días del estudio fueron tuits regulares, es decir, estatus creados por los usuarios. Cerca de un 36% fueron retuits.



Segmentación por género

Analizando una muestra aleatoria de 2,876 cuentas de usuario, encontramos que la participación masculina superó, si bien ligeramente, a la femenina.



Análisis de sentimiento

Desde siempre, analizar el sentimiento de lo que se dice en Internet ha sido una tarea compleja, pues intervienen factores muy ajenos a la “frialdad” de los hechos. Por ejemplo, es fácil determinar con bastante seguridad el género del propietario de una cuenta en Twitter pues nos basta ver su nombre o su avatar para hacernos una idea bien aproximada a la realidad (aunque no siempre acertada, pero ello cae dentro del error estadístico). Con el sentimiento es mucho más complejo, pues a veces las palabras dicen más que su significado. Con todo, analizamos una muestra de 1000 tuits a lo largo de las 5 horas del evento y encontramos una mayoría de comentarios positivos con 54.1% de mensajes reflejando agrado con la gala, mientras que el 12.4% expresó señales de desagrado con la ceremonia. Un tercio de los tuits analizados hizo comentarios que no se inclinaban a ninguno de los polos de opinión.



Los hashtags más utilizados

Durante la ceremonia, el principal hashtag fue el que empujó la cuenta oficial de los Premios Soberano, #Soberano2014, el que fue utilizado por casi dos tercios de las 32,728 cuentas que participaron en la conversación.

Es bueno notar que solo hubo un 10.3% de tuits que no incluyeron ningún hashtag mientras que el 59.4% solo incluyeron uno y un 20.5% utilizaron dos hashtags. El restante 9.8% incluyó tres o más hashtags.



Segmentación de cuentas de acuerdo a su impacto

Una parte crucial de nuestro estudio fue la de separar las cuentas influyentes de aquellas que no lo fueron tanto, para determinar cómo impactaron aquellas en el desempeño del evento en Twitter.

Con este objetivo, analizamos las cuentas que consiguieron más impresiones y retuits, y llegamos a 510 cuentas que, de acuerdo a nuestros criterios, clasificamos como influyentes. Éstas representan solo el 1.4% del total de cuentas participantes en la conversación.

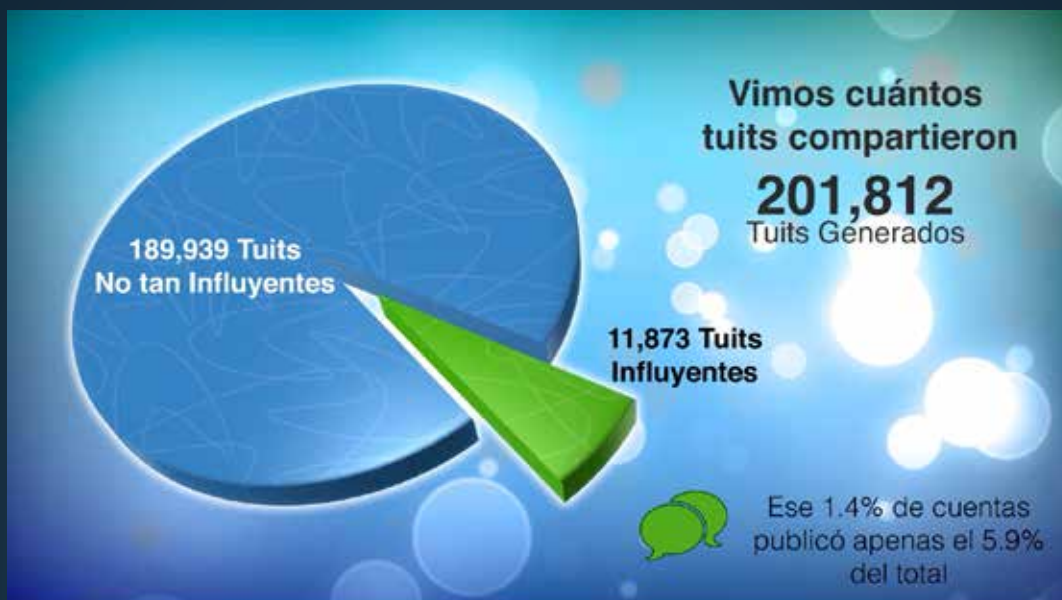


Además, decidimos ir un poco más lejos e identificamos las 510 cuentas influyentes en diversas categorías, atendiendo a su naturaleza. Comunicadores, influenciadores, artistas, diversos medios, marcas y blogs especializados.



Tuits compartidos

A partir de esta segmentación, miramos cuántos tuits compartieron las cuentas más influyentes y las no tan influyentes. Encontramos que el 1.4% de cuentas etiquetadas como influyentes compartió 11,873 tuits (5.9% del total de tuits capturados en el estudio), con una media de 23.3 tuits por cuenta influyente. Esto contrasta con la media de las demás cuentas que quedó en solo 5.2 tuits por cuenta.



Además, notamos que las cuentas catalogadas como “influenciadoras” llevaron la voz cantante con un tercio de los tuits emitidos por esas 510 cuentas. Los comunicadores compartieron el 23.4% para ser los dos grupos más activos del estudio.



La “retuiteabilidad” de los tuits compartidos

Uno de los vectores que utilizamos para determinar la influencia es ver la cantidad de retuits que provocaron las cuentas. Nuestro segmento de 510 cuentas “más influyentes” logró generar casi 62% de todos los retuits capturados durante el estudio.



En esta ocasión, fueron los comunicadores quienes lideraron la cantidad de retuits logrados, ya que 4 de cada 10 retuits fueron al contenido compartido por este segmento de usuarios. Se hace la salvedad de que la cuenta oficial de Premios Soberano, incluida en la categoría de comunicadores, produjo más de 6,300 retuits.



Qué tan lejos llegaron los tuits

Las impresiones (cuántas veces fueron mostrados los tuits) es una muestra de influencia. A mayor cantidad de impresiones, más lejos llegan los mensajes. Encontramos que las 510 cuentas más influyentes lograron acumular el 90.2% de todas las impresiones capturadas en el estudio.



Y nuevamente los comunicadores lideraron el grupo con 36.3% de los 543 millones de impresiones logradas (la cuenta oficial de Premios Soberano solo aportó el 1.9% de ello). Los artistas sumaron 19.5% del total de impresiones para ser el segundo grupo más visto. Digno de notar es que los influenciadores, que son un segmento de personas que no cuenta necesariamente con acceso a medios masivos, acumuló un respetable 8% del total (pero, para contextualizar, también representó la segunda clasificación con más cuentas)

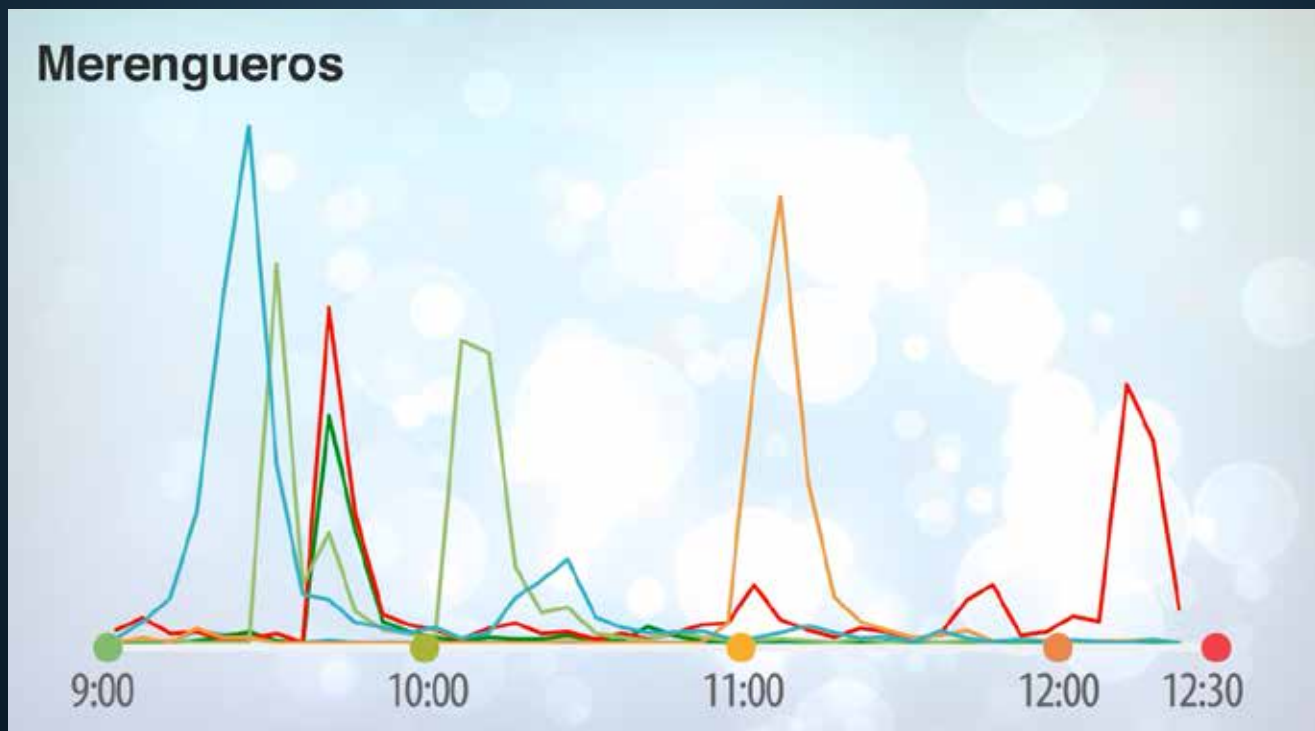


Análisis de los artistas

Del mismo modo que clasificamos las cuentas emisoras, nos dispusimos a determinar cuáles fueron los artistas más mencionados durante la premiación de Premios Soberano. Los clasificamos de acuerdo a su género musical para facilitar la comparativa.

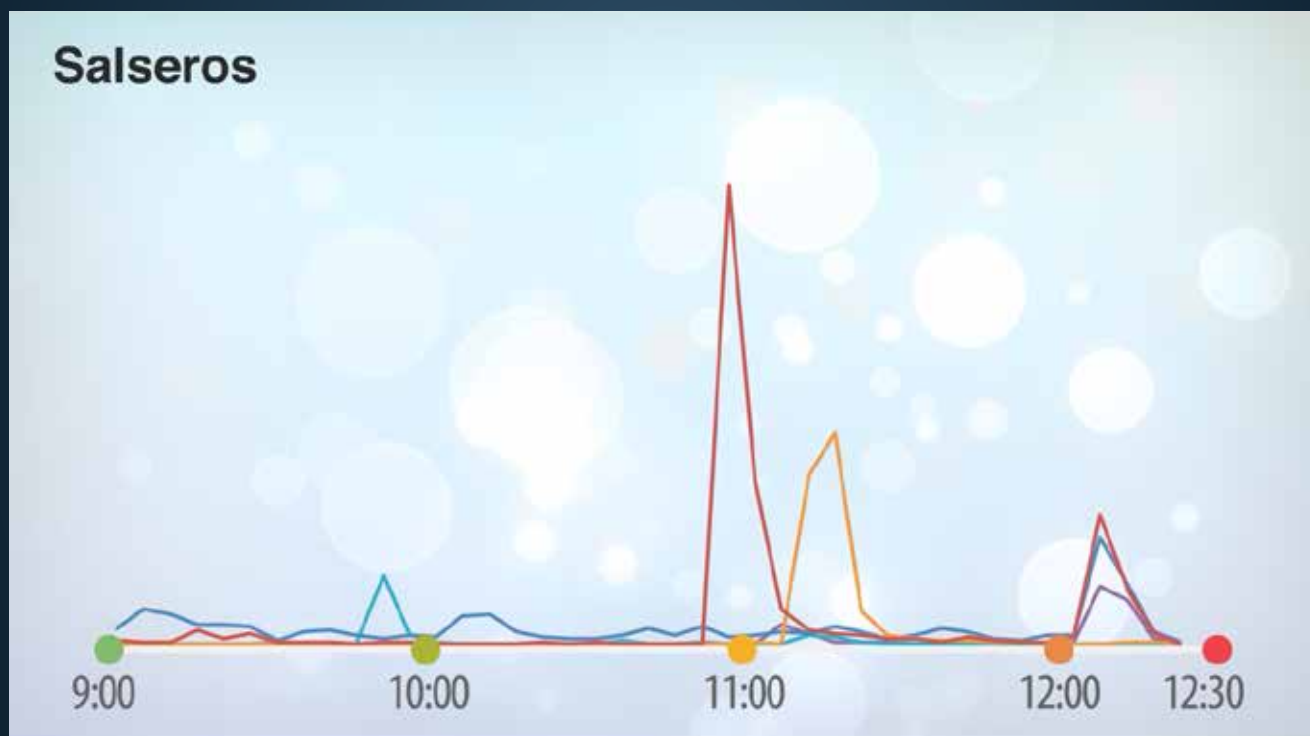
Merengueros

De los merengueros, la mayor cantidad de menciones la tuvo Johnny Ventura, quien tuvo a cargo el Opening de la gala de premiación. Sus menciones directas (aparte del opening) le valieron superar a Bonny Cepeda y a Miriam Cruz (No incluimos a Juan Luis Guerra en esta gráfica en el entendido de que sus menciones fueron a partir de su labor social, no por su carrera artística o por una presentación musical).



Salseros

Los salseros tradicionales como Sexappeal y Michel no fueron muy mencionados. Artistas con más trascendencia internacional como el venezolano Oscar D'León y el criollo José Alberto "El Canario" lograron mejores números basados en su trayectoria. El Soberano a mejor salsero lo conquistó Yiyó Sarante pero el verdadero pico de menciones para el renglón salsa lo consiguió la agrupación Chiquito Team Band, quienes ganaron el Soberano como Revelación del Año, el que era uno de los secretos a voces de la noche.



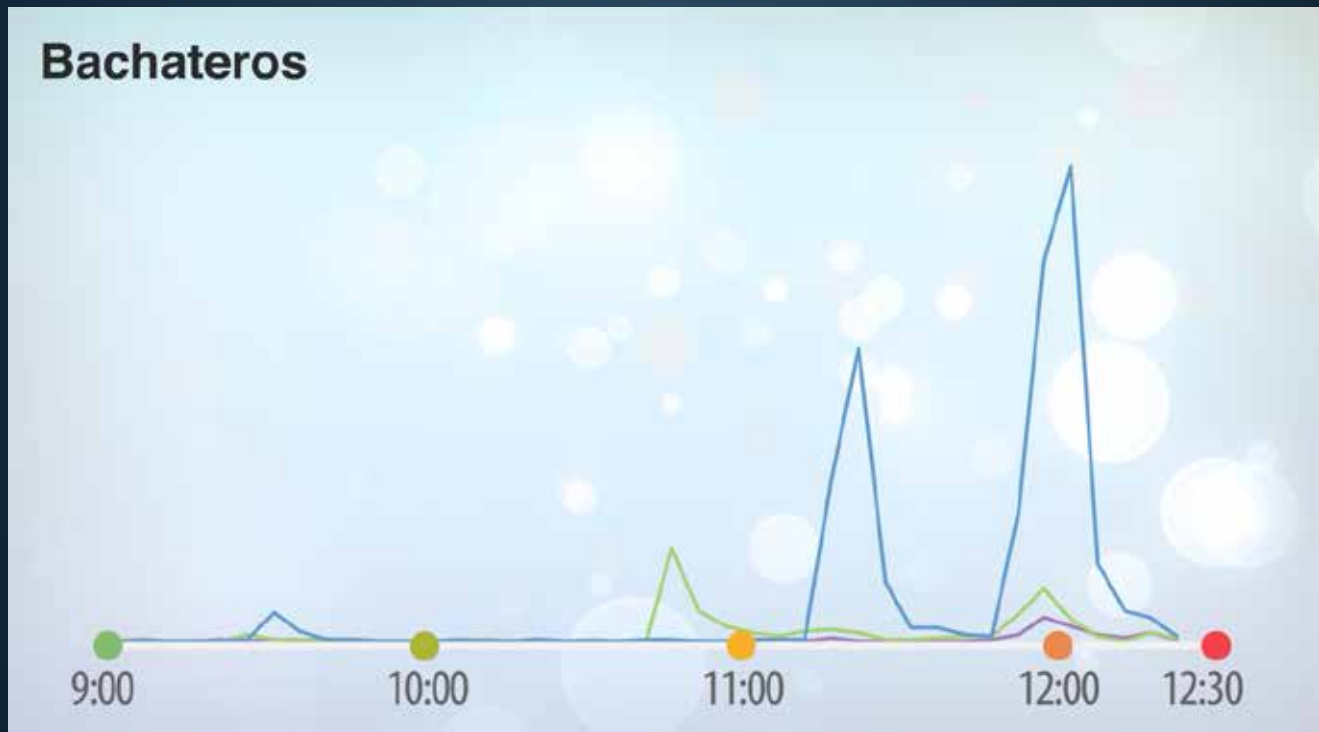
Género Urbano

Los artistas del género urbano tuvieron dos exponentes muy mencionados en la noche. Empezando con Mozart La Para, ganador del Soberano del Pueblo, quien fue el artista más mencionado en toda la noche. Con el Soberano a Artista Urbano para el petromacorisano Vakeró, el mismo alcanzó el segundo lugar en menciones. El tercer puesto correspondió al Poeta Callejero, aunque bastante distante de los dos primeros.



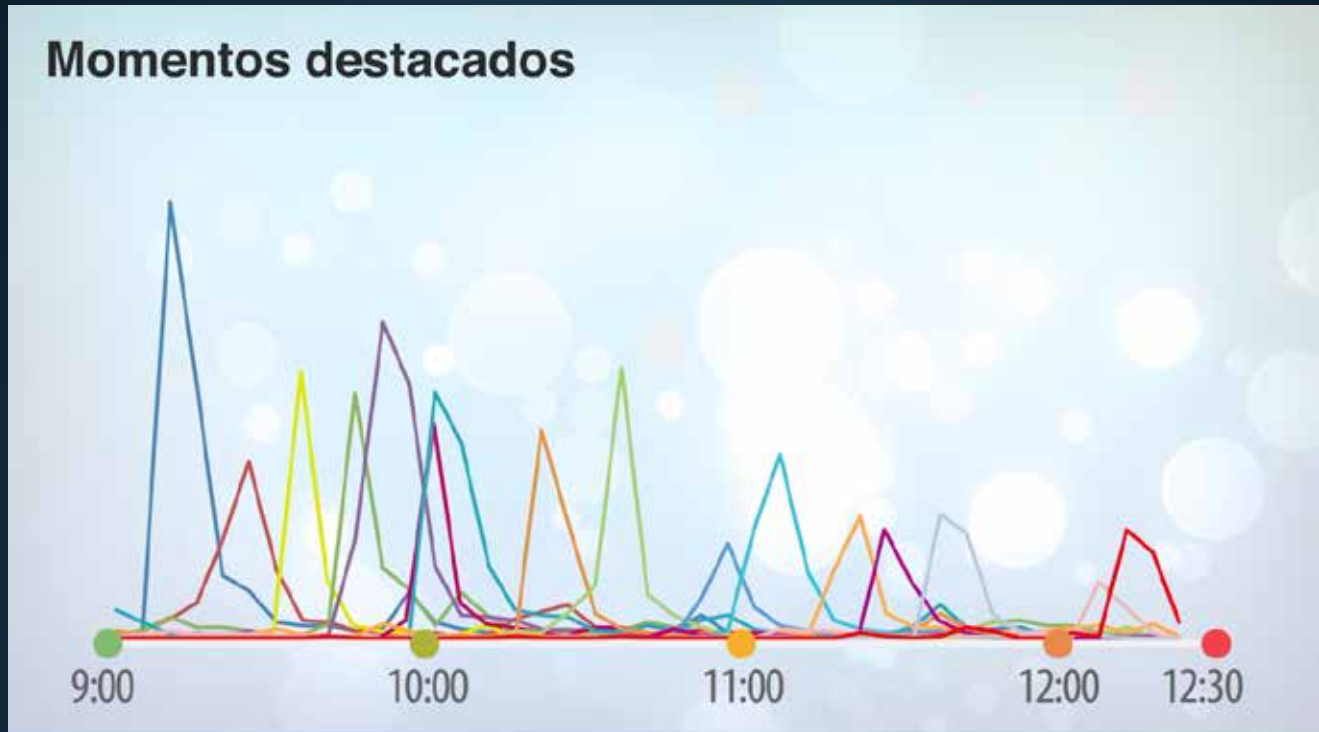
Bachateros

Los bachateros también vieron bastante disminuida sus menciones con relación a los demás géneros, sobresaliendo apenas Raulín Rodríguez, quien tuvo dos momentos de relieve, el primero cuando realizó un memorable dúo con la cantante lírica Nathalie Peña-Comas interpretando “Esta noche” y el segundo cuando obtuvo el Soberano a la mejor bachata, momento en el que aprovechó para entregar un cheque al autor de las letras, evento que disparó las menciones del artista.



Análisis de los momentos más destacados

Durante la premiación sucedieron muchos momentos de impacto, especialmente en los primeros 90 minutos de la ceremonia.



El momento más mencionado de la noche completa fue el “selfie” que hicieron Roberto Cavada y Michael Miguel junto a un grupo de tramoyas. A la producción del Soberano se le ocurrió insertar al Jay Payano en la instantánea, y eso fue lo que salió en televisión (a diferencia del mismo “selfie” publicado en la cuenta de Cavada, que no incluye al exfuncionario).

El segundo momento más mencionado en la noche fue la presentación artística de la agrupación de rock criollo Toque Profundo, la cual obtuvo un alto respaldo de casi la generalidad de los participantes en el diálogo.

Juan Luis Guerra, con su Soberano solidario por su labor social, acaparó el tercer lugar de menciones en la noche, seguido por el Soberano a Frederick Martínez “El Pachá”.

El quinto lugar en menciones fue para Nashla Bogaert con su Soberano a la mejor actriz por su participación en “¿Quién Manda?”, apenas unas menciones por encima del Soberano a mejor presentador.

El séptimo escalafón lo ocupó Frak Perozo, ganador del Soberano a mejor actor y compañero de reparto de Nashla en “¿Quién Manda?”. La octava casilla en la tabla de posiciones fue para la pareja de humoristas compuesta por Cheddy García y Bolívar Valera, quienes tuvieron a su cargo un segmento de premios y realizaron una rutina de bromas durante el mismo.

El resto de la noche tuvo otros momentos de más bajas que altas. Esto obedece a un natural desgaste de la audiencia, que a medida que avanza la noche, abandona su participación en la conversación online, y muy probablemente también frente al televisor.

Bloque	Cuentas participantes	% del total (36,728)	Variación	Var. acum.
9:00-9:29pm	23,768	64.7%	-.-	-.-
9:30-9:59pm	21,945	59.8%	-5.0%	-5.0%
10:00-10:29pm	20,202	55.0%	-4.7%	-9.7%
10:30-10:59pm	17,411	47.4%	-7.6%	-17.3%
11:00-11:29pm	15,294	41.6%	-5.8%	-23.1%
11:30-11:59pm	14,417	39.3%	-2.4%	-25.5%
12:00-12:29am	9,868	26.9%	-12.4%	-37.8%

Durante los primeros 90 minutos de la ceremonia, capturamos la participación de 23,768, 21,945 y 20,202 cuentas diferentes. Solo estos tres bloques contaron con más de 20,000 cuentas conversando, lo que equivale a 64.7%, 59.8% y 55.0% de participación con relación al total de cuentas que emitieron tuits.